

MEDIADATEN

expopharm 2019



INHALT

Verlagsangaben und technische Daten	3
Kurzcharakteristik expopharm & Deutscher Apothekertag	4
Themenschwerpunkt Pharmazeutischen Zeitung	5
expopharm Spezial	6
Anzeigenpreise und Formate expopharm Spezial	7
Online-Themenwelt	9
Sondernewsletter zur expopharm	10
Crossmedia-Paket für Aussteller	11
Allgemeine Geschäftsbedingungen	12
Kontakt	16

VERLAGSANGABEN/ ZAHLUNGSBEDINGUNGEN

Herausgeber	ABDA – Bundesvereinigung Deutscher Apothekerverbände e.V.	Vertriebsleitung	Maria Scholz Telefon +49 6196 928-242 E-Mail m.scholz@avoxa.de
Verlag	Avoxa – Mediengruppe Deutscher Apotheker GmbH Apothekerhaus Eschborn Carl-Mannich-Straße 26 65760 Eschborn Telefon +49 6196 928-0 E-Mail anzeigen-kontakt@avoxa.de Internet www.avoxa.de	Agenturprovision	10% (nicht auf durchlaufende Posten)
Geschäftsführung	Metin Ergül, Peter Steinke	Rücktrittsrecht	bei Anzeigen 10 Tage vor Erscheinungstermin bei Online-Werbung 14 Tage vor Kampagnenstart
Redaktionsleitung	Daniel Rücker Telefon +49 6196 928-272 Telefax +49 6196 928-275 E-Mail redaktion@avoxa.de	Stornofrist für Vorzugsplatzierung und Sonderwerbeformen	6 Wochen vor Erscheinungstermin (ET) Erfolgt ein Storno der gebuchten Vorzugsplatzierung ab 6 Wochen vor ET, wird der bestätigte 1/1 Seitenpreis in Rechnung gestellt
Anzeigenleitung	Ramona Luft Telefon +49 6196 928-221 E-Mail ramona.luft@avoxa.de	Zahlungsbedingungen	netto innerhalb 14 Tagen nach Rechnungsdatum, Bankeinzug 3% Skonto
		Bankverbindung	Deutsche Apotheker- und Ärztebank, IBAN: DE35 3006 0601 0001 0865 10 BIC: DAAEDEDXXX

KURZCHARAKTERISTIK

expopharm & Deutscher Apothekertag



expopharm

Die expopharm ist das Zuhause des Apothekenmarktes. Als bedeutendste pharmazeutische Fachmesse Europas ist sie Branchentreff und Gradmesser für die Lage der Apotheken- und Pharmabranche. Rund die Hälfte aller deutschen Apotheker informiert sich auf der expopharm über Neuheiten, Produkte und Dienstleistungen. Die wichtigsten Hersteller präsentierten ihre Unternehmen und Innovationen auf ca. 36 000 m² Ausstellungsfläche mehr als 25 000 Fachbesuchern*.

Neben ihrer Bedeutung als Marktplatz für Produktneuheiten und innovative Dienstleistungen rund um die Apotheke ist sie gleichzeitig eine der bedeutendsten Dialogplattformen der Branche: Auf der pharma-world werden aktuelle fachliche und politische Themen in Vorträgen und Podiumsdiskussionen diskutiert, auf dem parallel statt findenden Deutschen Apothekertag werden die Weichen für die Zukunft des Apothekenmarktes gestellt.

Deutscher Apothekertag

Zeitgleich zur expopharm findet mit dem Deutschen Apothekertag der wichtigste politische Termin für den deutschen Apothekenmarkt statt. Politiker, Verbandsvertreter und Entscheider aus den Apotheken sind vor Ort,

um die Weichen für die Zukunft zu stellen – und sich parallel dazu auf der expopharm einen Überblick über den aktuellen Stand der Apotheke zu machen.

Ausstellerzielgruppen

Hersteller von Arzneimitteln (OTC und rezeptpflichtig), Heilmitteln/Homöopathie, Laborausrüstung und Zubehör, Verbandstoffen und Krankenpflegehilfsmitteln, Körperpflegeprodukten, Apotheken-Kosmetika, Diätetika, Hygieneartikeln, Apothekeneinrichtungen, Software/Hardware, Rezeptabrechnungen, Apotheken-Automatisierung sowie Anbieter von Apotheken-Dienstleistungen

Besucherzielgruppen

Offizin-Apotheker/in (selbstständig/angestellt), Apotheker/in in Krankenhäusern, in Wirtschaft, in Wissenschaft und Verwaltung, Pharmazie-Ingenieure, PTA, PKA, Arzneimittel-großhandel, Arzneimittelimporteure/-exporteure, Medizin- und Sanitätsfachhandel, Industrievertreter, Industrieverbände, pharmazeutische/medizinische Berufsverbände, medizinische Labore/Institute, Krankenhäuser/(Uni-)Kliniken, Arztpraxen, medizinische Dienstleistungen, Behörden/öffentliche Einrichtungen, Universitäten/Hoch-/Fachhochschulen (Dozenten, Studenten, Lehrer, wiss. Mitarbeiter)

* Stand 2018, Quelle expopharm.de

THEMENSCHWERPUNKT DER PHARMAZEUTISCHEN ZEITUNG

Die Pharmazeutische Zeitung ist Premium-Medienpartner der expopharm und informiert als Standesmedium der Apotheker umfangreich und multimedial über die pharmazeutische Leitmesse und den Deutschen Apothekertag.

Informieren Sie die Messebesucher über Ihre Messeneuheiten und Angebote – in der Nr. 1 der Apotheken-Fachzeitschriften Print und Online!*

Ihr ideales Werbeumfeld als Aussteller Print und Online:

- Printausgabe „expopharm Spezial“: Alles Wissenswerte rund um Aussteller, Vortrags- und Rahmenprogramm, Aktionsflächen und Themen auf dem Deutschen Apothekertag in der etablierten Sonder-Publikationen (liegt PZ #36, ET: 05.09.19 bei)
- Sondernewsletter zum Erscheinen der „expopharm Spezial“ an 20 000 Empfänger**
- Online-Themenwelt auf pharmazeutische-zeitung.de: Vor-, Live- und Nachberichterstattung der Redaktion, tagesaktuelle Berichterstattung begleitet durch tägliche Newsletter während der Messelaufzeit
- Heft-Auslage auf der expopharm: Pharmazeutische Zeitung #39, ET 26.09.19 und PTA-Forum #19, ET 26.09.19 (erhöhte Auflage, plus 3 600 Exemplare)
- Nachberichterstattung in Pharmazeutische Zeitung #40, ET 03.10.19 und PTA-Forum #20, ET 17.10.19

* Quelle LA-PHARM 2017

** Verlagsangaben

EXPOPHARM SPEZIAL

eine Beilage der Pharmazeutischen Zeitung

expopharm
vom 25. bis 28. September 2019 in Düsseldorf

Vier Wochen vor der expopharm stimmt die Pharmazeutische Zeitung mit einem Extraheft auf Europas größte pharmazeutische Fachmesse ein. Vorab werden Highlights, Produktneuheiten, aber auch Ausgetipps und weitere Hintergrundinformationen präsentiert. Als nützliche Hilfe für die Planung des Messebesuchs enthält die Beilage einen Hallenplan.

Informieren Sie die Besucher der expopharm vorab mit einer Anzeige oder einem Firmenprofil über Ihren Messestand und Ihre Produktneuheiten.

Verbreitete Auflage PZ: 34 030 (IVW 04/2018)

Gedruckte Auflage PZ: 34 417 (IVW 04/2018)

Erscheinungstermin: 5. September 2019

Anzeigenschluss: 9. August 2019

Druckunterlagenschluss: 9. August 2019



ANZEIGENPREISE UND FORMATE

expopharm Spezial

Format	Breite x Höhe im Satzspiegel in mm	Breite x Höhe im Anschnitt innen + je 3 mm Beschnitt an den Kanten	Anzeigenpreis (rabattfähig) 4-farbig (Euroskala) und s/w
2. US	160 x 252	202 x 295	5.560,00 €
4. US	160 x 252	202 x 295	5.560,00 €
1/1 Seite	160 x 252	202 x 295	4.630,00 €
2/3 Seite hoch	105 x 252	127 x 295	4.370,00 €
2/3 Seite quer	160 x 168	202 x 188	4.370,00 €
1/2 Seite hoch	78 x 252	100 x 295	3.300,00 €
1/2 Seite quer	160 x 126	202 x 143	3.300,00 €
1/3 Seite hoch	51 x 252	72 x 295	2.180,00 €
1/3 Seite quer	160 x 84	202 x 99	2.180,00 €
Beilage (nicht rabattfähig): bis 25 g, Maße: max. 197 mm breit x 290 mm hoch			5.370,00 €

Preise zzgl. 19 % gesetzlicher MwSt.

10 % Agenturprovision bei Buchung über Media-/Werbeagentur

Zeitschriftenformat im Anschnitt	202 mm breit x 295 mm hoch plus 3 mm Beschnitt an jeder Seite
Satzspiegelformat	160 mm breit x 252 mm hoch
Spalten	3 Spalten, Spaltenbreite 51 mm
Druckunterlagen	Format PDF/X-4, Vers. 1.5 , keine Transparenzreduzierung. Wichtig ist eine richtig gesetzte TrimBox und außer bei Satzspiegel- und Kleinanzeigen ein umlaufender Anschnitt von 3 mm . Bitte verwenden Sie für die Bilder das ECI-Profil PSO LWC Improved . Sonderfarben nur nach Absprache. Bei der Verwendung von RGB-Farben übernehmen wir keine Gewährleistung.

ANZEIGENPREISE UND FORMATE

expopharm Spezial

FIRMENPROFIL

Informieren Sie mit Ihrem Firmenprofil auf einen Blick über Ihre Firma, News, Innovationen, Standplatzierung etc.

1/3 Seite hoch 51 x 252 mm 900,00 €

Preise zzgl. 19% gesetzlicher MwSt.

10% Agenturprovision bei Buchung über Media-/Werbeagentur

Abwicklung:


- Layout erfolgt über Verlag
- Logo: Bitte liefern Sie uns Ihr Firmenlogo in Druckqualität 300 dpi als Tiff, JPEG oder EPS
- Text: Bitte liefern Sie uns den Text als Fließtext maximal 35 Zeilen bei 30 Zeichen je Zeile

Desweiteren benötigen wir:

- Halle
- Stand Nr.

Druckunterlagen bis zum 9. August 2019:

druckunterlagen@avoxa.de



pharma4u
Die Plattform für Pharmazeuten

Nutzen Sie schon die praktischen Arbeitshilfen von pharma4u in Ihrer Apotheke? Intuitiv zu bedienende Tools wie Plausicheck+, Tax-ikon, Expertenforen und Datenbank-Zugänge unterstützen Sie in Rezeptur, Offizin und Backoffice. In zahlreichen Kompetenzforen beantworten Experten Fragen zu allen Themen rund um Apothekenalltag, Rezeptur, Praktikum und Studium. In den **pharma4u-Webinaren** erleben Sie regelmäßig spannende Live-Fortbildungen.

Inzwischen wurden mit dem Plausicheck+ rund 1 Millionen Rezepturen geprüft und dokumentiert. pharma4u bietet neben dem Premium-Zugang für eine Jahresgebühr von 150,- € zzgl. MwSt. auch Zugang zur **Online-Plausibilitätsprüfung** sowie den Modulen **Herstellungsanweisung** und **Herstellungsprotokoll**. Für Studenten und Praktikanten gibt es die **Online-Prüfungstrainer** für das 2. und 3. Staatsexamen sowie alle Fragen und **Kommentare des 1. Staatsexamens**.

Besuchen Sie uns auf der **expopharm 2016** in München.
Sie finden uns in Halle **B5 – Stand E-11**.

Tagesaktuelle Information für Messebesucher und Messe Interessierte

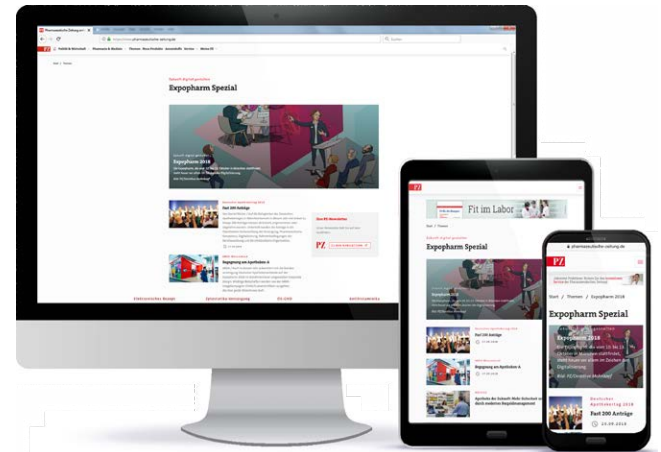
- Vor-, Live- und Nach-Berichterstattung zur expopharm und zum Deutschen Apothekertag
- Live-Berichterstattung von der pharmaworld
- Exklusives Werbeumfeld für expopharm und pharmaworld-Aussteller
- Prominente Sichtbarkeit Ihres Werbebanners im Themenschwerpunkt

Formate und Preise

Superbanner (728x90 px)	1.850,00 €*
Billboard (800x250 px)	2.640,00 €*
Medium Rectangle (300x250 px)	2.200,00 €*
Firmenprofil**	600,00 €*

* Laufzeit 6 Wochen, Banner laufen in Rotation, 10 % Agenturprovision bei Buchung über Media-/Werbeagentur, zzgl. 19 % gesetzliche MwSt.

** Technische Spezifikationen auf Anfrage



EXPOPHARM SONDERNEWSLETTER

Erhöhen Sie die Reichweite Ihrer Werbemaßnahmen zur expopharm mit einer zusätzlichen Präsenz im Sondernewsletter.

Versandtermin: 5. September 2019

zeitgleich zum Erscheinungstermin der Printausgabe expopharm Spezial

Empfänger: über 20.000*

**Zielgruppe: Messebesucher, Pharmazeutische Fachkräfte
in der Offizin und Industrie**

Formate und Preise:

Banner: 1.750,00 €**

Newsletter-Teaser 2.050,00 €**

Bild-/Text-Meldung, verlinkt auf Ihre Landingpage

Newsletter-Advertorial 2.350,00 €**

Bild-/Text-Meldung + Advertorial im Layout der Pharmazeutischen Zeitung mit ausreichend Raum für Informationen.

Verfügbarkeiten und technische Spezifikationen auf Anfrage

* Verlagsangaben

** 10% Agenturprovision bei Buchung über Ihre Media-Agentur, zzgl. 19% gesetzliche MwSt.

PHARMAZEUTISCHE ZEITUNG
expopharm 2018

Deutscher Apothekertag 2018
Fast 200 Anträge
Von Daniel Rucker / Auf die Delegierten des Deutschen Apothekertages in München konnte in diesem Jahr viel Arbeit zu knapp 200 Anträgen müssen diskutiert, angenommen oder abgelehnt werden. Unmittelbar vor dem die Überthemen Sicherstellung der Versorgung, Pharmazeutische Kompetenz, Digitalisierung, Rahmenbedingungen der Berufsausübung und Berufsländische Organisation.

ARDA-Messestand
Begegnung am Apotheken-A
ARDA/ Auch in diesem Jahr präsentiert sich die Bundesvereinigung Deutscher Apothekerverbände auf der Expopharm im stimmungsvollen umgesetzten Corporate - Design. Während Betriebsbesuche von der ARDA-Messekampagne »Einheit - unerschütterlich« erwarten, die über große Bildschirme läuft.

Avova-Messestand
Alles unter einem Dach
Von Christina Hohmann-Jedö / Bei der Avova - Mediengruppe Deutscher Apotheker GmbH befindet sich ein stilles Markenzeichen vor PTA Forum live - powered by Avova. In der Avova-Pharma-Daten-Service und Pharma-Booth bis hin zum US-CMS- und der Netzwerkdienstleistung deutscher Apotheker NGGA. Entsprechend breit ist das Angebot am Stand C-10 in Halle B6.

PTA Forum live
Ein roter Teppich für PTA
Von Verena Arzbach / Das »Zuhause der PTA auf der Expopharm« wächst und wächst. Mit mehr als 100 mit viel der Ausstellungsfläche von PTA Forum live - powered by Extravert inklusive angrenzender Lounge in diesem Jahr so groß wie nie zuvor - inhaltlich setzt die überdachte auf den besuchten Mix aus Wissen und Unterhaltung, es sind aber auch einige spannende Neuerscheinungen mit dabei.

ANZEIGE
CHANCEN NUTZEN. ZUSAMMEN WACHSEN.
expopharm München, 10.-13.10.2018 Halle B6 | VSA-Stand A-06

CROSSMEDIA-PAKET FÜR AUSSTELLER

Paket Basis

- 1/2 Seite expopharm Spezial
- Firmenprofil Print expopharm Spezial
- Firmenprofil Online expopharm Themenwelt**
- Superbanner Online expopharm Themenwelt**

Paketpreis 5.652,50 €*

./ 10% AE bei Buchung über Ihre Media-Agentur

Paket Premium

- 1/1 Seite expopharm Spezial
- Firmenprofil Print expopharm Spezial
- Firmenprofil Online expopharm Themenwelt**
- Superbanner Online expopharm Themenwelt**

Paketpreis 6.783,00 €*

./ 10% AE bei Buchung über Ihre Media-Agentur

Auf Wunsch können die Formate auch einzeln gebucht werden.

Sprechen Sie uns auf interessante Zusatzplatzierungen in unseren Print- und Online-Medien an, z. B. PZ und PTA-Forum Heftauslage auf der expopharm sowie die Ausgaben mit den Nachberichterstattungen (siehe auch Seite 5).

* Das Angebot bezieht sich nicht auf Vorzugsplatzierungen

**Online-Laufzeit: 6 Wochen, Vor-, Live- und Nachberichterstattung

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. „Werbefauftrag“ 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 Werbefauftrag 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 Werbeauftrages 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.

IHRE ANSPRECHPARTNER

Ramona Luft



Leiterin
Anzeigenabteilung

☎ +49 6196 928-221
✉ ramona.luft@avoxa.de

Ute Schäfer



Assistentin
Anzeigenleitung

☎ +49 6196 928-222
✉ u.schaefer@avoxa.de

Achim Heinemann



Anzeigenverkaufsleiter
Nord

☎ +49 6196 928-231
✉ a.heinemann@avoxa.de

Saasan Seifi



Anzeigenverkaufsleiter
Süd

☎ +49 6196 928-225
✉ s.seifi@avoxa.de

Kirsten Zschätzsch



Projektmanagerin
Online-Werbung

☎ +49 6196 928-106
✉ k.zschaeztzsch@avoxa.de

Simone Breuer



Medienberaterin
expopharm-Titel

☎ +49 6196 928-234
✉ s.breuer@avoxa.de

Christina Scherer



Medienberaterin
expopharm-Titel

☎ +49 6196 928-236
✉ c.scherer@avoxa.de

Andrea Schuller-Voß



Medienberaterin
expopharm-Titel

☎ +49 30 288815-46
✉ a.schuller-voss@avoxa.de

Astrid Kühn



Medienberaterin
expopharm-Titel

☎ +49 6196 928-228
✉ a.kuehn@avoxa.de