

Nr. 1 der
Apotheken-
Fachzeitschriften
online*

MEDIADATEN DIGITAL 2024

AVOXA 
Mediengruppe Deutscher Apotheker

**PHARMAZEUTISCHE
PZ ZEITUNG** DIE ZEITSCHRIFT DER DEUTSCHEN APOTHEKER



* LA-PHARM 2020

INHALT

Verlagsangaben		3
Werbemittelanlieferung und Zahlungsbedingungen		4
Porträt		5
Displaywerbung		8
Newsletter		9
Contentwerbung		11
Social Media		23
Allgemeine Geschäftsbedingungen		24
Kontakt		29



- 1 | Mitgliedschaften** LA-PHARM / IVW / SZV
- 2 | Organ** Zentralorgan für die Apotheken der Bundesrepublik Deutschland
- 3 | Herausgeber** ABDA – Bundesvereinigung Deutscher Apothekerverbände e.V.
- 4 | 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
www.pharmazeutische-zeitung.de
- Geschäftsführung** Metin Ergül, Peter Steinke
- 5 | Redaktionsleitung** Alexander Müller, Sven Siebenand
Telefon +49 6196 928-272
Telefax +49 6196 928-275
E-Mail pz-redaktion@avoxa.de

- 6 | Anzeigenleitung** Ramona Luft-De Filippis
Telefon +49 6196 928-221
E-Mail r.defilippis@avoxa.de
- Assistenz** Daniela Kreiner
Telefon +49 6196 928-222
E-Mail d.kreiner@avoxa.de
- Leitung Digital Sales- & Projektmanagement** Vera Noll (Nord)
Telefon +49 6196 928-826
E-Mail v.noll@avoxa.de
- Sales Manager Online** Michael Pradel (Süd)
Telefon +49 6196 928-106
E-Mail m.pradel@avoxa.de
- Online Anzeigen Disponentin** Anna Hutsch-Sengül
Telefon +49 6196 928-230
E-Mail a.hutsch-senguel@avoxa.de
- 7 | Vertriebsleitung** Maria Scholz
Telefon +49 6196 928-242
E-Mail m.scholz@avoxa.de

WERBEMITTELANLIEFERUNG UND ZAHLUNGSBEDINGUNGEN

Preisliste	1/2024, Stand 01.01.2024, gültig ab 01.01.2024
E-Mail-Adresse für Aufträge	auftrag@avoxa.de
E-Mail-Adresse für Werbemittel	online@avoxa.de
Technische Spezifikationen	Entnehmen Sie der separaten Präsentation „Technische Spezifikationen“ oder auf Anfrage
Lieferfristen	Banner: 7 Tage vor Kampagnenstart Content-Formate: 10 Tage vor Kampagnenstart Themenspecial: 30 Tage vor Kampagnenstart
Anlieferung	Alle Formate, Pfade und Zählpixel müssen https vollständig unterstützen. Einbindung von Click-Tags nur bei Displayformaten im offenen Bereich möglich.
Aussteuerung	Auslieferung der Display-Werbemittel in Rotation
AE-Provision	10%
Zahlungsbedingungen	Netto innerhalb 14 Tagen nach Rechnungsdatum, Bankeinzug 3% Skonto
Bankverbindung	Deutsche Apotheker- und Ärztebank IBAN: DE35 3006 0601 0001 0865 10 BIC: DAAEEDDXXX
Rücktrittsrecht	Bis 14 Tage vor Kampagnenstart kostenfrei Erfolgt ein Storno nach dieser Frist, wird der bestätigte Preis in Rechnung gestellt. Bei Contentwerbeformaten mit längerer Vorlaufzeit ist der Rücktritt bis 8 Wochen kostenfrei. Erfolgt ein Storno nach dieser Frist, wird 50% des bestätigten Preises in Rechnung gestellt. Ab 14 Tagen vor Kampagnenstart ist der volle Betrag fällig.

PZ online macht Fachjournalismus – tagesaktuell und relevant

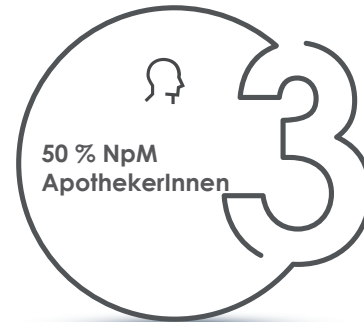
Das Nachrichtenportal der Pharmazeutischen Zeitung ist ein digitales Leitmedium bei MitarbeiterInnen und EntscheiderInnen in Apotheken.

www.pharmazeutische-zeitung.de

Charakteristik

- Tagesaktuelle Berichterstattung für pharmazeutische Fachkräfte zu allen relevanten Themen aus Politik & Wirtschaft, Pharmazie & Medizin
- Offizielles Medium der ABDA (Bundesvereinigung Deutscher Apothekerverbände e.V.)
- Maßgeschneidertes Fachnewsletter-Angebot
- Responsives Design - hervorragende Sichtbarkeit der Werbemittel auf allen Endgeräten
- Reichweitenstarkes Rx-Umfeld zu Arzneimittel-Fachinformation und Rezeptur





Sehr hohe Reichweite in der Zielgruppe Apothekenleiter/Approbierte Mitarbeiter²

- Apothekenleiter: 53,4% NpM
- Approbierte Mitarbeiter: 50,0% NpM
- PTA / Pharm.-Ing.: 30,5% NpM

Quelle:

¹ IVW September 2023

² LA-PHARM 2020 Gesamtreichweite NpM

Zielgruppe: Fachkreise

- Über 616.000 PI¹
- Geeignet für HWG-konforme Werbung für Rx-Produkte

www.dac-nrf.de

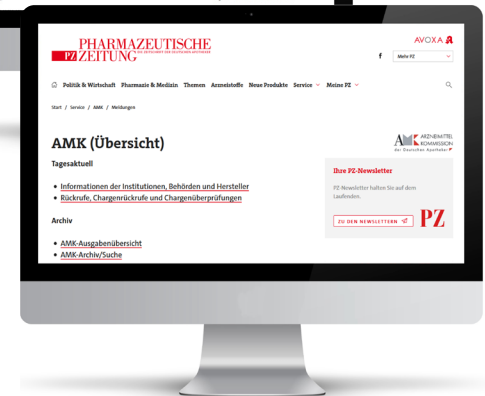
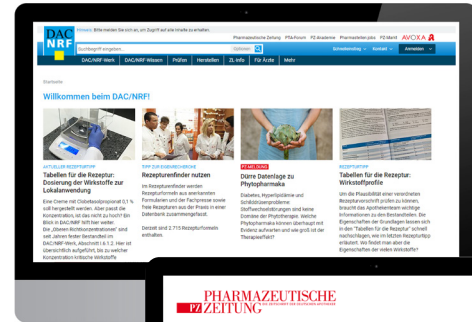
- Deutscher Arzneimittel-Codex®/Neues Rezeptur-Formularium®
- Exklusive Fachinformation im geschlossenen Bereich für DAC-/NRF-Abonnenten
- Über 13.000 registrierte aktive User

PZ Rubrik AMK

- Die Nachrichten der Arzneimittelkommission der deutschen Apothekerinnen und Apotheker und exklusive Fachinformationen



Rx-Channels, HWG-konform



Spitze Zielgruppe



Hohe Verweildauer



Geringe Streuverluste



Hochrelevante Inhalte

DISPLAYWERBUNG

Werbeformate

Prominente Platzierung der Werbemittel stationär und mobil

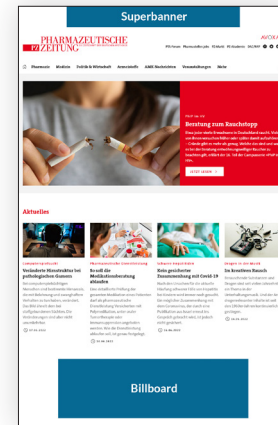
Formate ¹	PZ online offen/TKP	PZ online geschlossen/TKP	mobil sichtbar
Superbanner 728 x 90 px	50 €	50 €	
Mobile Banner 300 x 75 px	50 €	50 €	✓
Billboard 800 x 250 px	95 €	95 €	
Medium Rectangle/Content Ad 300 x 250px	70 €	80 €	✓
Halfpage Ad 300 x 600 px	100 €	110 €	✓
Interscroller 300 x 600 px	95 €	95 €	✓
Wide Skyscraper 160 x 600 px	100 €		
Multiscreen AdBundle (4 Formate) (728 x 90 px + 800 x 250 px + 300 x 75 px + 300 x 250 px)	60 €	60 €	✓
Multiscreen AdBundle – Premium (800 x 250 px + 300 x 250 px)	80 €	90 €	✓

Rabattstafel (pro Buchung), Auslieferung als Bannervolumen on top

50.000 AI: 5 % 100.000 AI: 10 % 200.000 AI: 15 %

Mindestbuchungsvolumen: 20.000 Ad Impression, Auslieferung in Rotation

Third Party Cookies können nur im offenen Bereich und ausschließlich bei Displayformaten eingebunden werden.



¹ Targeting: Geo, Zeit möglich; zzgl. 10 % Aufschlag auf den TKP
Spezifikationen der Werbeformate entnehmen Sie bitte der separaten Präsentation „Technische Spezifikationen“ (S. 4 – 9).

NEWSLETTER PORTRÄT

Die Newsletter der Pharmazeutischen Zeitung liefern Wissen aus erster Hand.

Die Auswahl

- **Themen des Tages:** Aktuelle Nachrichten rund um die Apotheke und zur Gesundheitspolitik
- **Themen der Woche:** Ausgewähltes Wochenthema und Schwerpunkte der nächsten Printausgabe der Pharmazeutischen Zeitung
- **DAC/NRF aktuell:** Besondere Tipps rund um die Herstellung von Rezepturarzneimitteln in der Apotheke
- **AMK Newsletter:** Nachrichten der Arzneimittelkommission
- **OTC Newsletter:** Der neue monatliche Newsletter zu aktuellen Beratungsthemen – besonders hohe Öffnungsrate von rund 70 %



Hohe Öffnungsraten: Ø 45 – 55 %

PHARMAZEUTISCHE PZ ZEITUNG

Die Zeitschrift der Deutschen Apotheker

PHARMAZEUTISCHE
PZ ZEITUNG

PHARMAZEUTISCHE
PZ ZEITUNG

Die Themen der Woche



STIKO-Empfehlung
Heterologes Impfen
Boost, Vakzine
Aufgrund der Delta-Variante sind Ständige Impfkommission und Kommission für die Entscheidung über die Zulassung von Impfstoffen zu aktualisieren.



Fraun-Apotheken
Wie sieht die E-Rezepte Apotheke aus?
Seit dem 1. Juli sind die Apotheken zur E-Rezepte durch die Fraun-Apotheken und die Berliner Apotheken für die E-Rezepte.



NEU: Early Bird
Jetzt Frühbucherfortbildungen sind

DAC
NRF




DAC/NRF aktuell
Buschländerzweckstoff in der Dünnschichtchromatographie
Sehr geehrte Leserin, sehr geehrter Leser,
Buschländerzweckstoff mit Wurzel sind die unterschiedlichen Teile der *Platanus racemosa* japonica Houtt. & Platanus sind in der Dünnschichtchromatographie zu unterscheiden. Die wirksamen Bestandteile sind Emodin und Pflanzliche Drogen sind in der Traditionellen Chinesischen Medizin vielseitig eingesetzt.



Herzschwäche ohne Therapieansprechen? Auf Sperrmasse gebadet
Herzschwäche ohne Ansprechen auf die Standardtherapie? Ist es eine Arrhythmie? Fahren Sie bei Ihren Kunden nach Indizien wie ein höheres (beidseitiges) Karapallensyndrom, Kardiomegalie, Vorhofflimmern mit oder ohne Arrhythmie oder Ödemen. Die Ermittlung der Ursache – frühe Diagnose für eine kausale Therapie! Empfehlen Sie deshalb das Arztgespräch!

PHARMAZEUTISCHE
PZ ZEITUNG

Die Themen des Tages



Covid-19-Impfstoffvergütung
Apotheken erhalten mehr Geld für Impfstoff-Abgabe
Für die Abgabe der Covid-19-Impfstoffe an Privatsprachen- und Betriebsapotheken sollen die Apotheken rund 15 Prozent mehr Geld bekommen. Das geht aus einem neuen Entwurf zu einer Änderung der Coronavirus-Infektionsschutzgesetz hervor.



Covid-19-Vakzine
Janssen-Impfstoff effektiv gegen Delta-Variante
Als letztem der zugelassenen Covid-19-Impfstoffe gegen die Delta-Variante von Janssen (Johnson & Johnson), Ergebnisse zur Wirksamkeit gegen die Delta-Variante vor. Dänemark ist die neutralisierende Kapazität gegen Delta nur geringfügig reduziert im Vergleich zum Wildtyp-Virus.



ACCORD
Revolte im Magen und Darm
Wenn Magen-Darm-Probleme das Leben erschweren!
Magenkrämpfe, Völlegefühl und Übelkeit: Wer darunter leidet, weiß wie belastend dies ist. So vielfältige Magen-Darm-Beschwerden sein können, so unterschiedlich sind auch ihre Ursachen. Benötigt werden wirksame Therapien, die Magen-Darm-Probleme rasch lösen können!



WICHTIGES NEUES
Herzschwäche ohne Therapieansprechen? Auf Sperrmasse gebadet
Herzschwäche ohne Ansprechen auf die Standardtherapie? Ist es eine Arrhythmie? Fahren Sie bei Ihren Kunden nach Indizien wie ein höheres (beidseitiges) Karapallensyndrom, Kardiomegalie, Vorhofflimmern mit oder ohne Arrhythmie oder Ödemen. Die Ermittlung der Ursache – frühe Diagnose für eine kausale Therapie! Empfehlen Sie deshalb das Arztgespräch!

Die pflanzliche Droge ist im Europäischen Arzneibuch monographiert und DAC/NRF enthält eine Alternative in Form von Buschländerzweckstoff mit Wurzel.
Rezepttyp: verpackt? Dann kommen Sie hier zum Anbau.
Mit freundlichen Grüßen
Helke Fischer
Deutscher Arzneimittel-Codex / Hevesa Rezeptar-Formulardruck
Arona – Meldungsgruppe Deutscher Apotheker GmbH

9

NEWSLETTER

Werbeformate

Newsletter ¹	Format	1 Woche/1 Aussendung
Themen des Tages 5 Aussendungen an 15.100 Abonnenten (75.500 versendete Newsletter)	NL-Banner ²	1.800 €
	NL-Teaser	2.450 €
	NL-Advertorial ³	3.150 €
Themen der Woche Aussendung Sonntag 18.300 Abonnenten	NL-Banner	1.100 €
	NL-Teaser	1.500 €
	NL-Advertorial	1.900 €
DAC/NRF-Newsletter³ Aussendung Donnerstag 24.600 Abonnenten	NL-Banner	1.300 €
	NL-Teaser	1.700 €
	NL-Advertorial	2.100 €
AMK Newsletter Aussendung Donnerstag 16.300 Abonnenten	NL-Banner	950 €
	NL-Teaser	1.100 €
	NL-Advertorial	1.500 €
OTC Newsletter Aussendung 1 x Monat ca. 7.800 Abonnenten	NL-Banner	750 €
	NL-Teaser	1.050 €
	NL-Advertorial	1.450 €

¹ Abonnentenzahlen: Stand 9/2023

² NL-Banner: 440 x 110 px oder 300 x 250 px

³ Bei verschreibungspflichtigen Produkten darf der Teaser im Newsletter keine Packshots oder Produktnamen enthalten, Rx-Werbung nach Login auf der Microsite ist möglich.

Spezifikationen der Werbeformate entnehmen Sie bitte der separaten Präsentation „Technische Spezifikationen“ (S. 10 – 15).

PHARMAZEUTISCHE

PZ ZEITUNG

DIE ZEITSCHRIFT DER DEUTSCHEN APOTHEKER

Gesuchtes Korrelat
Impfstoff-Wirksamkeit auch ohne klinische Studien bestimmen?
Will man Aussagen zur Wirksamkeit eines Corona-Impfstoffs machen, ist man derzeit noch auf umfangreiche klinische Studien angewiesen. Da wären Surrogate, die zuverlässig Anhaltspunkte für einen guten Schutz liefern, von großem Nutzen. Forscher aus Oxford sind wohl fündig geworden.

f t in

Anzeige

Revolts im Magen und Darm
Wenn Magen-Darm-Probleme das Leben erschweren
Magenkrämpfe, Völlegefühl und Übelkeit: Wer darunter leidet, weiß wie belastend dies ist. So vielfältig Magen-Darm-Beschwerden sein können, so unterschiedlich sind auch ihre Ursachen. Benötigt werden wirksame Lösungen, die für die Linderung der unterschiedlichsten Magen-Darm-Probleme sorgen. Was Sie Betroffenen raten können? Klicken Sie hier.

Covid-19-Impfung von Stillenden
mRNA in Muttermilch nicht nachweisbar
Corona-Impfungen für stillende Frauen mit mRNA-Impfstoffen sind nach Einschätzung von US-Experten in Hinblick auf die Muttermilch unproblematisch. In der Milch sind die mRNA-Moleküle einer aktuellen Studie zufolge nicht nachweisbar.

Lieferengässe
Käufern dürfen Apotheken Arzneimittel abgeben? In der Lieferengasse-Krise stellt sich auch die Frage, ob und wie Apotheken Arzneimittel untereinander austauschen dürfen. Ein österreichisches Unternehmen bietet eine Plattform für genau solche Fachgespräche. Aber ist das auch notwendig?

f t in

Selbstmedikation
Hilfe bei gereizten und trockenen Augen. Für Augenirritationen können verschiedene Ursachen sein. Zudem ist eine Hilfe, die selbst im Rahmen der Selbstmedikation bewährte, wirksame und unproblematische Reagenzien und trockene Augen.

f t in

**Content-Werbeformen fügen sich harmonisch in das redaktionelle Umfeld ein.
Die Kombination aus Bild- und Textdarstellung erhöht zudem die Werbewirkung.**

- **Webseiten Teaser:** Schlankes Format für kleines Budget.
Ihre Bild-/Text-Meldung platziert auf der Startseite; Verlinkung zu Ihrer Landingpage.
- **NewsAd:** Hohe Aufmerksamkeit und Traffic für Ihre Landingpage.
Ihre Bild-/Text-Meldung auf der Startseite und im Newsletter im Paket; Verlinkung zu Ihrer Landingpage.
- **Online-Advertorial:** Ideal für ausführliche Produkt- und Unternehmensinformationen.
Ihre Bild-/Text-Meldung auf der Startseite und im Newsletter verlinken auf eine eigens für Sie erstellte Microsite auf PZ online.
- **Video-Advertorial:** Platzierung im Videoslider auf der Startseite und im Newsletter im Paket; Verlinkung auf Microsite mit Video.
- **Produktmeldung:** Ihr Premium-Eintrag als Festplatzierung in der Rubrik „Neue Produkte“.
- **Online-Themenspecial:** Ihr umfangreiches Werbepaket im themenspezifischen Umfeld.
Das Format beinhaltet zwei Online-Advertorials im Wunsch-Thema sowie unterstützende Traffic-Elemente online und im Newsletter.
- **e-Learning:** Umfassende interaktive Wissensvermittlung. Das Format besteht aus einem 4-wöchigen Online-Advertorial mit einer mehrseitigen Microsite und einem Fragetool.

CONTENTWERBUNG

Webseiten Teaser

Durch die Platzierung Ihrer Werbebotschaft auf der Startseite erreichen Sie gezielt das Apothekenteam.

Werbepaket

- Bild-/Text-Teaser auf der Startseite
- Verlinkung zur gewünschten Zielseite

Laufzeit: 1 Woche

Preis: 1.800 €

Auch mit zusätzlicher Microsite als Webseiten-Advertorial buchbar:

Laufzeit: 1 Woche

Preis: 2.400 €

Teaser Website

The screenshot shows the homepage of the PZ Zeitschrift website. At the top, the logo 'PHARMAZEUTISCHE PZ ZEITUNG' is displayed, along with navigation links for 'PZ Forum', 'PZ Pharmazellen', 'PZ Markt', 'PZ Akademie', and 'DAC/NEI'. Below the logo is a main navigation menu with categories like 'Politik & Wirtschaft', 'Pharmazie & Medizin', 'Themen', 'Arzneistoffe', 'Events', 'Neue Produkte', 'Service', and 'Meine PZ'. The main content area features a large red banner for flu vaccination with the headline 'Grippeimpfung senkt Sterblichkeit' and a sub-headline 'Patienten mit Herzschrittmacher haben eine niedrigere Sterblichkeit, wenn sie sich gegen Grippe impfen lassen. In einer dänischen Studie lag die Mortalität bei Grippeimpfen 18 Prozent niedriger als bei Herzingenossen'. Below the banner are four article teasers: 1. 'TC-Kindergesundheitsreport Mehr Gesundheitsprobleme bei Kaiserschnitt-Kindern', 2. 'DPHG-Ichrestagung Neuer DPHG-Vorstand gewählt', 3. 'ANZEIGE WALA Aktionsangebot »Enthuster«', and 4. 'Kopfschmerzen Nicht zu viel, aber auch nicht zu wenig Schmerzmittel'.

Spezifikationen der Werbeformate entnehmen Sie bitte der separaten Präsentation „Technische Spezifikationen“ (ab S. 16 – 19).

Hohe Aufmerksamkeit Ihrer Werbebotschaft durch Platzierung in den aktuellen Nachrichten.

Werbepaket

- Bild-/Text-Teaser auf der Startseite
- 5 x Bild-/Text-Teaser im PZ-Newsletter Themen des Tages (Montag – Freitag)
- Verlinkung zur gewünschten Zielseite

Laufzeit: 1 Woche

Preis: 3.600 €


Teaser Website



Teaser Newsletter


PHARMAZEITUNG

Die Themen des Tages



Covid-19-Impfstoffvergütung
Apotheken erhalten mehr Geld für Impfstoff-Abgabe
Für die Abgabe der Covid-19-Impfstoffe an Vertrags-, Privat- und Betriebsapotheken sollen die Apotheken rund 10 Prozent mehr Geld bekommen. Das geht aus einem neuen Entwurf zu einer Änderung der Coronavirus-Impfverordnung hervor.


f t in



Covid-19-Vakzine
Janssen-Impfstoff effektiv gegen Delta-Variante
Als letzten der zugelassenen Covid-19-Impfstoffe legen nun auch für die Vakzine von Janssen (Johnson & Johnson) Ergebnisse zur Wirksamkeit gegen die Delta-Variante vor. Demnach ist die neutralisierende Kapazität gegen Delta nur geringfügig niedriger im Vergleich zum Wildtyp-Virus.

f t in

ANBOTE



Revolt in Magen und Darm
Wenn Magen-Darm-Probleme das Leben erschweren
Magenkrämpfe, Völlegefühl und Übelkeit: Wer darunter leidet, weiß wie belastend dies ist. So vielfältig Magen-Darm-Beschwerden sein können, so unterschiedlich sind auch ihre Ursachen. Bestenfalls werden wirksame Lösungen, die für die Linderung der unterschiedlichen Magen-Darm-Probleme sorgen. Was Sie Betroffenen raten können? Klicken Sie hier.

CONTENTWERBUNG

Online-Advertorial

Hohe Aufmerksamkeit und Glaubwürdigkeit durch redaktionelle Anmutung.

Werbepaket¹

- Bild-/Text-Teaser auf der Startseite
- 5 x Bild-/Text-Teaser im PZ-Newsletter Themen des Tages (Montag – Freitag)
- Microsite

Laufzeit: 1 Woche

Preis: 4.000 €

Auch mit Wissens-Check und Gewinnspiel buchbar

Teaser Website

Politik & Wirtschaft

Arzneimittel vom Himmel fallen
In Halle ist in diese Woche der Startschuss für den Projekt zur Verknüpfung von Medizindaten zu Daten gegeben worden. In Deutschland sind die meisten Krankenkassen (Bismarck) und Krankenkassen (Bismarck) mit der Verknüpfung von Daten aus der Krankenkasse (Bismarck) verbunden. Die Verknüpfung von Daten aus der Krankenkasse (Bismarck) ist ein wichtiger Schritt in der Digitalisierung der Gesundheitsversorgung.

Digitale Health: Die Pharmabranche muss agiler agieren
Wie sollen Pharmazentralstellen umgehen, um den Anforderungen der digitalen Transformation nicht zu entsprechen? Die Pharmazentralstellen müssen sich auf die Digitalisierung der Gesundheitsversorgung einstellen. Die Digitalisierung der Gesundheitsversorgung ist ein wichtiger Schritt in der Digitalisierung der Gesundheitsversorgung.

So bejahen EU-Länder die Green Passports
Kontrollen der Einreisenden, Tests und Zertifikate, diese Maßnahmen sind ein wichtiger Schritt in der Digitalisierung der Gesundheitsversorgung. Die Digitalisierung der Gesundheitsversorgung ist ein wichtiger Schritt in der Digitalisierung der Gesundheitsversorgung.

Aktueles werden bei Blasenentzündung behandelt
Die Patienten werden sich eine Blasenentzündung (Blasenentzündung) verschaffen. Die Blasenentzündung (Blasenentzündung) ist ein wichtiger Schritt in der Digitalisierung der Gesundheitsversorgung. Die Digitalisierung der Gesundheitsversorgung ist ein wichtiger Schritt in der Digitalisierung der Gesundheitsversorgung.

witere Artikel >

Microsite

PHARMAZEITUNG

Frühzeit heißt Blasenentzündungszeit?

Top Artikel

Blasenentzündung

Blasenentzündung ist eine Infektion der Blase. Sie wird durch Bakterien verursacht. Die Symptome sind Schmerzen beim Wasserlassen, häufiger Harndrang und Schmerzen im Unterbauch. Die Behandlung besteht aus Antibiotika. Die Digitalisierung der Gesundheitsversorgung ist ein wichtiger Schritt in der Digitalisierung der Gesundheitsversorgung.

Canephron

Canephron ist ein pflanzliches Arzneimittel zur Behandlung von Blasenentzündungen. Es enthält Rosmarin, St. John's Wort und Thymian. Die Digitalisierung der Gesundheitsversorgung ist ein wichtiger Schritt in der Digitalisierung der Gesundheitsversorgung.

Teaser Newsletter

Multiple Sklerose

Erster Antikörper zur Eigenapplikation

Die Europäische Kommission hat den Antikörper Ocrelizumab (Kinetoplast von Novartis) zur Behandlung von Multiple Sklerose (MS) zugelassen. Es ist der erste Anti-CD20-Antikörper, der mittels eines Fertigungs selbst appliziert werden kann.

Blasenentzündung im Frühling

Natürlich – kein Problem

Nach den ersten Frühlingstagen im kalten Freien kündigt sich durch Brennen beim Wasserlassen und Krämpfen im Unterbauch eine Blasenentzündung an? Nun kommen vermehrt Patientinnen in die Apotheke und wünschen sich eine Lösung. Wie Sie mit der Enderhebung des pflanzlichen Arzneimittels Canephron® Uno Ihren Patientinnen wirksame Abhilfe schaffen können, erfahren Sie hier!

Remazolium

Zulassung für ultrakurzwirksames Narkosemittel

¹ Bei verschreibungspflichtigen Produkten darf der Teaser im Newsletter keine Packshots oder Produktnamen enthalten, Rx-Werbung nach Login auf der Microsite ist möglich. Spezifikationen der Werbeformate entnehmen Sie bitte der separaten Präsentation „Technische Spezifikationen“ (ab S. 16 – 19).

CONTENTWERBUNG

Produktmeldung

Platzieren Sie einen Premium-Eintrag für eine optimale Sichtbarkeit Ihrer Produktmeldung.

Werbepaket

- Bild-/Text-Teaser im Slider auf PZ und PTA-Forum Startseite
- Bild-/Text-Teaser Rubrik „Neue Produkte“
- Kleine Microsite

Laufzeit: 1 Woche

Preis: 1.250 €

Teaser im Slider

Neue Produkte

- Weida**: Die Natur in uns stärken
- Aus die Laus - mit LAUSBUB®**: Aus die Laus - mit LAUSBUB® gegen Läuse Heumann
- Freisongesundheit**: Gut beraten mit Multivitamin
- Spermidin Life**: Zellalterung verlangsamt
- Karax**: Zähne zusätzlich schützen

Teaser in der Rubrik

Neue Produkte

weida
Die Natur in uns stärken

weida
In jedem und fast allen Lebensstadien ist ein gesundes Immunsystem ein wichtiger Bestandteil für die Gesundheit und das Wohlbefinden. Mit weida stärken Sie Ihr Immunsystem und schützen sich vor Infektionen.

Freisongesundheit
Gut beraten mit Multivitamin

Spermidin Life
Zellalterung verlangsamt

Karax
Zähne zusätzlich schützen

Aus die Laus - mit LAUSBUB® gegen Läuse Heumann

weida
Die Natur in uns stärken

weida
In jedem und fast allen Lebensstadien ist ein gesundes Immunsystem ein wichtiger Bestandteil für die Gesundheit und das Wohlbefinden. Mit weida stärken Sie Ihr Immunsystem und schützen sich vor Infektionen.

Freisongesundheit
Gut beraten mit Multivitamin

Spermidin Life
Zellalterung verlangsamt

Karax
Zähne zusätzlich schützen

Aus die Laus - mit LAUSBUB® gegen Läuse Heumann

weida
Die Natur in uns stärken

weida
In jedem und fast allen Lebensstadien ist ein gesundes Immunsystem ein wichtiger Bestandteil für die Gesundheit und das Wohlbefinden. Mit weida stärken Sie Ihr Immunsystem und schützen sich vor Infektionen.

Freisongesundheit
Gut beraten mit Multivitamin

Spermidin Life
Zellalterung verlangsamt

Karax
Zähne zusätzlich schützen

Aus die Laus - mit LAUSBUB® gegen Läuse Heumann

Kleine Microsite

PHARMAZEUTISCHE ZEITUNG

Aus die Laus - mit LAUSBUB® gegen Läuse Heumann

LAUSBUB® gegen Läuse Heumann
Bekämpft Läuse sicher, wirksam und sanft - mit einem Wirkstoff aus der Natur.

LAUSBUB®
Das natürliche Wirkstoffpräparat aus der Natur und kombiniert mit physikalischer Wirkung aus der Kombination von Heilmitteln, die eine ideale Kombination von Natur- und Apothekenwissen sind und gegen läufige Läuse und Nissen sowie mit Nissen.

LAUSBUB® ist frei von Parabenen, geschmacklos und farblos.

NEU auch online!

PS Newsletter

Top Artikel

weida
Die Natur in uns stärken

weida
In jedem und fast allen Lebensstadien ist ein gesundes Immunsystem ein wichtiger Bestandteil für die Gesundheit und das Wohlbefinden. Mit weida stärken Sie Ihr Immunsystem und schützen sich vor Infektionen.

Freisongesundheit
Gut beraten mit Multivitamin

Spermidin Life
Zellalterung verlangsamt

Karax
Zähne zusätzlich schützen

Aus die Laus - mit LAUSBUB® gegen Läuse Heumann

Spezifikationen der Werbeformate entnehmen Sie bitte der separaten Präsentation „Technische Spezifikationen“ (ab S. 16 – 19).

CONTENTWERBUNG

Video-Advertorial

Platzieren Sie Ihre Produktinformationen im Videoslider auf der Startseite und im wöchentlichen Newsletter (z.B. Experteninterviews, Events, Wirkmechanismen).

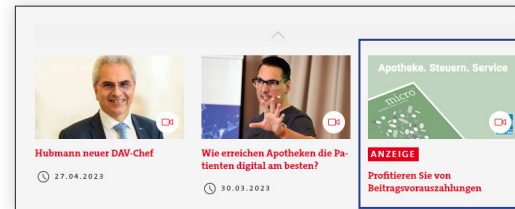
Werbepaket

- Bild-/Text-Teaser im Videoslider auf der PZ Startseite
- Bild-/Text-Teaser im Newsletter Themen der Woche (1 Aussendung, Sonntag)
- Microsite mit Video

Laufzeit: 2 Wochen

Preis: 2.300 €

Teaser Startseite Videoslider



Microsite mit Video



Teaser mit Newsletter



Spezifikationen der Werbeformate entnehmen Sie bitte der separaten Präsentation „Technische Spezifikationen“ (ab S. 16 – 19).

Aktuelles Wissen ist unerlässlich für die fachgerechte Beratung in der Apotheke. Mit unseren interaktiven Formaten haben Sie die Möglichkeit, wichtiges Produktwissen zu vermitteln und mit Ihrer Zielgruppe zu interagieren.

Werbepaket

- Bereitstellung der Fortbildungsinhalte auf www.pharmazeutische-zeitung.de
- Implementierung der Fragen im Befragungstool
- Teilnehmermanagement

Mediapaket

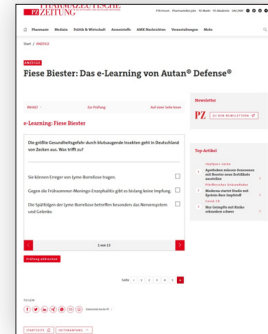
- 4 x Bild-/Text-Teaser im PZ Newsletter Themen der Woche
- Bild-/Text-Teaser auf der Webseite (4 Wochen)
- 50.000 AI Banner, Ad-Bundle Premium (Medium Rectangle, Billboard)

Laufzeit: 4 Wochen

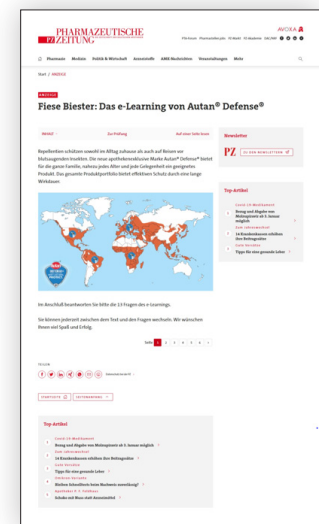
Preis: 8.400 €

Optional: Gewinnspielanbindung und redaktionelle Erstellung

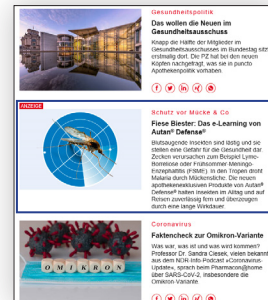
Fragemodul



Microsite



NL-Teaser



CONTENTWERBUNG

Corporate Podcast

Mit einem Corporate Podcast können Sie höchst wirkungsvoll auch komplexe Inhalte emotional vermitteln.

Mit unseren Medien erreichen Sie effizient das Apothekenpersonal.

Werbepaket

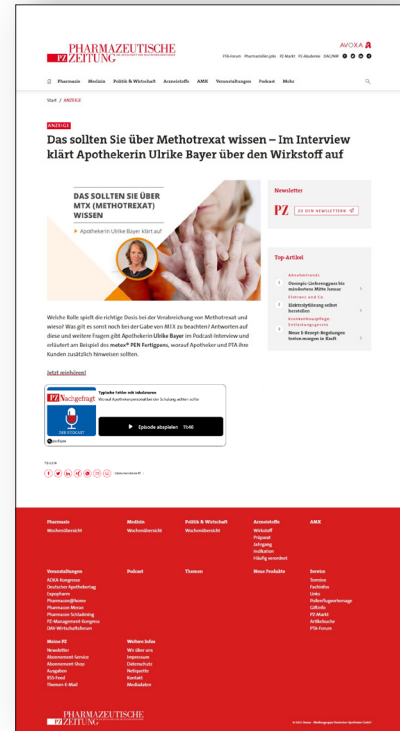
- Storyboard- und Script-Erstellung
- Produktion und Hosting des Corporate Podcasts
- Umfangreiches Mediapaket

Mediapaket

- Bild-/Text-Teaser Startseite
- Bild-/Text-Teaser Podcast Rubrik
- Bild-/Text-Teaser im PZ Newsletter Themen des Tages
- Bild-/Text-Teaser im PZ Newsletter Themen der Woche
- Bild-/Text-Teaser in der Rubrik Neue Produkte
- Bild-/Text-Teaser im passenden Themenumfeld
- Microsite mit integriertem Podcast-Player

Mindestlaufzeit: 4 Wochen

Preis: 9.000 € (AE-fähig)



CONTENTWERBUNG

Teaser Webseite RX



Erreichen Sie Apotheken, die mit Rezepturen arbeiten, direkt in ihrem Arbeitsumfeld.

Werbepaket DAC/NRF¹

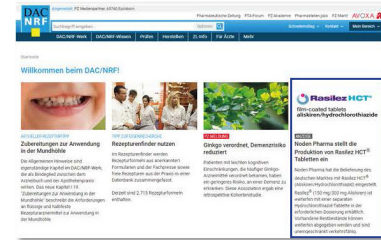
- prominente Platzierung auf der Startseite von dac-nrf.de
- Platzierung auf zahlreichen Unterseiten von dac-nrf.de
- Verlinkung zur gewünschten Zielseite

Laufzeit: 1 Woche

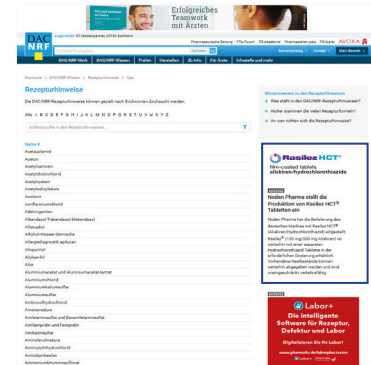
Preis 1.800 €



Teaser Startseite



Run of Site



¹ Bei verschreibungspflichtigen Produkten darf der Teaser im Newsletter keine Packshots oder Produktnamen enthalten, Rx-Werbung nach Login auf der Microsite und im Bild-/Text-Teaser ROS ist möglich.

Spezifikationen der Werbeformate entnehmen Sie bitte der separaten Präsentation „Technische Spezifikationen“ (ab S. 24 – 26).

CONTENTWERBUNG

NewsAd auf DAC/NRF

Hohe Aufmerksamkeit Ihrer Werbebotschaft durch Platzierung in den pharmazeutischen Meldungen rund um die Rezepturen.

Werbepaket DAC/NRF¹

- Bild-/Text-Teaser auf der DAC/NRF Startseite
- Bild-/Text-Teaser ROS (Rx-Kampagnen nach Login möglich)
- Bild-/Text-Teaser im DAC-/NRF-Newsletter¹ (Do.)
- Verlinkung zu gewünschten Zielseite

Laufzeit: 1 Woche

Preis 2.625 €



Teaser Startseite



Teaser Newsletter



Teaser Run of Site



¹ Bei verschreibungspflichtigen Produkten darf der Teaser im Newsletter keine Packshots oder Produktamen enthalten, Rx-Werbung nach Login auf der Microsite und im Bild-/Text-Teaser ROS ist möglich. Spezifikationen der Werbeformate entnehmen Sie bitte der separaten Präsentation „Technische Spezifikationen“ (ab S. 24 – 26).

CONTENTWERBUNG

Online-Advertorial auf DAC/NRF



Hohe Aufmerksamkeit und Reichweite in der Fach-Zielgruppe durch Platzierung im Newsletter und auf www.dac-nrf.de.

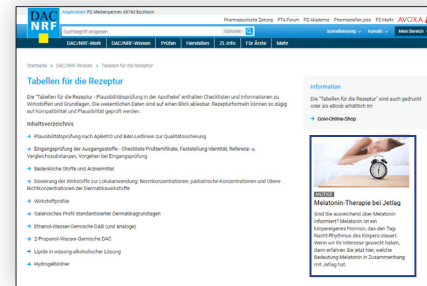
Werbepaket DAC/NRF – Rx-Channel, HWG-konform

- Bild-/Text-Teaser auf der DAC/NRF Startseite
- Bild-/Text-Teaser ROS
- 1 x Bild-/Text-Teaser im DAC/NRF-Newsletter¹
- Microsite

Laufzeit: 1 Woche

Preis: 3.025 €

Teaser Run of Site



Teaser im Newsletter



Advertorial



¹ Bei verschreibungspflichtigen Produkten darf der Teaser im Newsletter keine Packshots oder Produktamen enthalten, Rx-Werbung nach Login auf der Microsite und im Bild-/Text-Teaser ROS ist möglich.

Spezifikationen der Werbeformate entnehmen Sie bitte der separaten Präsentation „Technische Spezifikationen“ (ab S. 24 – 26).

SOCIAL MEDIA

Facebook Bild-/Video-Beitrag

Mit relevanten Themen richtet sich die Facebook-Seite von PZ online an Apotheken/Apotheker, PTA/ Pharm.-Ing., Pharmaunternehmen, approbierte Mitarbeiter.

Communitygröße: ca. 23.200 Follower¹

- Platzierung innerhalb der PZ online Facebook Community
- Inklusive gezielter Beitragsbewerbung
- Verlinkung zur gewünschten Zielseite

Werbeformate

Photo Ad: 1.200 €

Video Ad: 1.450 €

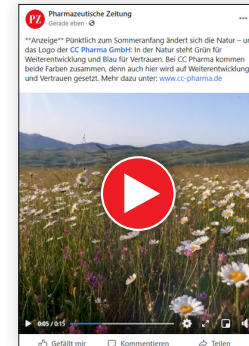
Story Ad: 1.300 €

¹ Stand: September 2023

Photo Ad



Video Ad



Story Ad



ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN der Avoxa – Mediengruppe Deutscher Apotheker GmbH

für Print- und Online-Werbung

(Stand 3/2023)

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 sowie die zum Zeitpunkt des Vertragsschlusses aktuelle Preisliste von Avoxa, deren Regelungen einen wesentlichen Vertragsbestandteil bilden. Abweichende oder entgegenstehende Geschäftsbedingungen des Kunden werden nur dann Vertragsinhalt, soweit Avoxa ihnen ausdrücklich schriftlich zustimmt.
- 1.2. Diese AGB gelten gegenüber Unternehmern im Sinne von § 14 BGB sowie 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. „Werbeartrag“ 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 Werbeartrag 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, insbesondere auch Stellenanzeigen und Stellengesuche. 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 aufgegebenen Auftrag (Angebot) schriftlich oder per E-Mail bestätigt (Annahme).
- 3.2. Aufträge für Werbemittel können schriftlich, per E-Mail, Telefax oder per Internet aufgegeben werden. Avoxa haftet nicht für Übermittlungsfehler.
- 3.3. Werbung für Waren oder Leistungen von mehr als einem Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten innerhalb eines Werbemittels bedürfen einer gesonderten, ausdrücklichen Zustimmung von Avoxa.

- 3.4. 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. Urheber- und Nutzungsrechte

- 4.1. Trotz der Zahlung des Entgeltes durch den Kunden werden diesem keine Nutzungsrechte an etwaigen Urheberrechten an den Werbemitteln übertragen, es sei denn, etwas Anderes wurde schriftlich vereinbart.
- 4.2. Sofern die von Avoxa dargestellten Werbemittel durch den Kunden selbst bzw. durch vom Kundenbeauftragte Dritte erstellt wurde, räumt der Kunde Avoxa hiermit für die Dauer des Vertragsverhältnisses ein einfaches Nutzungsrecht ein, die Werbemittel in Bezug auf alle Nutzungsarten zu nutzen, die im Zusammenhang mit der Veröffentlichung der Werbemittel stehen, einschließlich dem Recht der Veränderung. Sofern die von Avoxa dargestellte Werbemittel von einem vom Kunden beauftragten Dritten erstellt wurde, sichert der Kunden zu, dass er sich von dem Dritten für die Dauer dieser Vertragsbeziehung ein einfaches Nutzungsrecht einschließlich des Rechts zur Veränderung hat übertragen lassen.

5. Rechte und Pflichten des Kunden

5.1. Bereitstellen der Werbemittel

- 5.1.1. 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. Sind keine Größen vereinbart oder vorgegeben, wird das Werbemittel mit der für das Werbemittel üblichen Größe gedruckt und abgerechnet.
- 5.1.2. Avoxa kann die vom Kunden gelieferten Vorlagen bearbeiten, soweit dies zur Schaltung des Werbemittels im jeweiligen Medium erforderlich oder ratsam ist.
- 5.1.3. 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.

- 5.1.4. 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 Kunden bedarf. Zu einer Überprüfung der Werbemittel ist Avoxa jedoch nicht verpflichtet.
- 5.1.5. 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.
- 5.1.6. 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. Eine Anlieferung ist rechtzeitig, wenn sie mindestens 3 Werktage vor einem vereinbarten Druckunterlagenschluss erfolgt. Der Druckunterlagenschluss hängt vom Titel ab.
- 5.1.7. Die Pflicht von Avoxa zur Aufbewahrung des Werbemittels endet drei Monate nach dessen letztmaliger Veröffentlichung. Datenträger, Fotos oder sonstige Materialien/Unterlagen des Kunden werden diesem nur auf Verlangen und auf seine Kosten und Gefahr zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet ebenfalls drei Monate nach der letztmaligen Veröffentlichung.

5.2. Rechteinräumung durch den Kunden

- 5.2.1. Der Kunde hat sicherzustellen, dass er alle zur Schaltung des Werbemittels erforderlichen Rechte besitzt und keine Rechte Dritter oder sonstige gesetzliche Bestimmungen verletzt.
- 5.2.2. Der Kunde sichert insbesondere zu, dass der Inhalt seines Werbemittels
- (a) nicht gegen gesetzliche Vorgaben (z. B. Allgemeines Gleichbehandlungsgesetz oder Heilmittelwerbegesetz) oder behördliche Verbote verstößt;
 - (b) „verborgene“, irrelevante oder irreführende Keywords enthält;
 - (c) keine Art von Schneeballsystem, „Club-Mitgliedschaft“, Direktvertriebs- oder Handelsvertretertätigkeit oder sonstige Geschäftsmöglichkeiten beinhaltet, für die eine finanzielle Vorleistung oder regelmäßige Zahlungen verlangt oder die nur mit Provisionen vergütet werden (es sei denn, aus der Stellenanzeige geht hervor, dass es sich um eine reine Provisionsvergütung handelt und die zu verkaufenden Produkte/Dienstleistungen genau beschrieben sind) oder das Anwerben anderer Mitglieder, Untervertriebshändler oder Unteragenten verlangt;
 - (d) nicht gegen Rechte Dritter verstößt, insbesondere keine fremden Marken oder Logos enthält, deren Nutzung dem Kunden nicht gestattet ist;

- 5.2.3. Der Kunde stellt Avoxa von allen Ansprüchen Dritter wegen der Veröffentlichung von Werbemitteln frei. Avoxa ist nicht verpflichtet zu überprüfen, ob ein Auftrag die Rechte Dritter beeinträchtigt.

Der Kunde räumt Avoxa sämtliche zur Vertragserfüllung erforderlichen Nutzungsrechte an den Materialien ein. Die Rechteinräumung umfasst insbesondere das Recht, die Materialien ganz oder teilweise unter Verwendung sämtlicher digitaler oder analoger Übertragungs- und Abruf-techniken sowie aller fester und mobiler Empfangsvorrichtungen und –mittel online zur Verfügung zu stellen.

5.3. Abwicklungsfrist

- 5.3.1. 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.
- 5.3.2. 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.

5.4. Stornierung

Die Bedingungen und Fristen für die Stornierung von Werbeaufträgen oder Teile derselben ergeben sich aus den Metadaten für das jeweilige Medium. Insbesondere kann aber, sobald ein Werbemittel online erschienen ist, die Printanzeige und eine eventuelle Zusatzbuchung nicht mehr storniert werden.

6. Leistungen von Avoxa

6.1. Schaltung des Werbemittels

Avoxa erbringt die Leistungen nach Maßgabe des jeweils gebuchten Leistungspaketes. Avoxa veröffentlicht das Werbemittel zum vereinbarten Zeitpunkt bzw. im vereinbarten Zeitraum in den vereinbarten Druckerzeugnissen und/oder Online-Medien. Jobcenter-Praktikums-Anzeigen sowie Firmenprofile erscheinen nur online.

Ist kein Zeitpunkt für den Beginn der Veröffentlichung des Werbemittels vereinbart worden, so erfolgt die Veröffentlichung unverzüglich nach Abschluss des Vertrags. Die Printanzeige erscheint in der gebuchten Ausgabe. Die Online-Anzeige erscheint gemäß der Buchungsbestätigung.

Online-Werbemittel im Bereich des Stellenportals und des PZ-Marktes werden hingegen erst nach Freigabe durch den Anzeigenverkauf veröffentlicht. Werden Werbemittel freitags nach 14:00 Uhr aufgegeben, wird das Werbemittel erst am darauffolgenden Montag freigegeben und veröffentlicht.

Avoxa steht es frei, die Anzeigen- und Erscheinungstermine kurzfristig dem Produktionsablauf entsprechend anzupassen.

6.2. Informationspflichten von Avoxa bei Online-Werbung

Soweit nichts anderes vereinbart ist, stellt Avoxa im Fall von Online-Werbung von Bannern und Content-Formaten dem Kunden innerhalb von 14 Tagen nach Schaltung der Online-Werbung auf Anfrage folgende Informationen zur Verfügung:

- Die Zahl der Views und Klicks auf das Werbemittel;
- Die Ermittlung der generierten Vergütungseinheiten erfolgt ausschließlich durch Kampagnenreports, die mittels eines von Avoxa – Mediengruppe Deutscher Apotheker GmbH verwendeten Ad-Servers (AdSpirit) erstellt werden;
- Da es durch das erforderliche Zusammenspiel mehrerer technischer Systeme zu Zählunterschieden kommen kann, können abweichende eigene Erkenntnisse und Zählungen des Werbekunden für Korrekturen der Kampagnenreports nicht unmittelbar herangezogen werden. Bei begründeten Zweifeln an der Richtigkeit der Kampagnenreports kann der Werbekunde deren Überprüfung unter Einschaltung des Supportteams des AdServer-Dienstleisters von Avoxa – Mediengruppe Deutscher Apotheker GmbH verlangen. Die Kosten für diese Überprüfung werden, wenn die Zweifel sich nicht bestätigen, vom Werbekunden getragen;
- die Ausfallzeit des Servers, soweit sie eine zusammenhängende Stunde überschreitet.

Dies gilt nicht für das Stellenportal und den PZ-Markt.

6.3. Chiffrewerbung

- 6.3.1. 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.
- 6.3.2. 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.

7. Ablehnungsbefugnis

- 7.1. Avoxa behält sich ohne Anerkennung einer entsprechenden Prüfpflicht vor, auch angenommene Werbeaufträge – und auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Werbeauftrags – nach sachgemäßem Ermessen abzulehnen bzw. zu entfernen. Dies gilt insbesondere 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.

- 7.2. 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 Bedingungen für die neue Version des Werbemittels bleiben gleich. Die für den Austausch bzw. die Änderung entstehenden Mehrkosten können dem Kunden nach Nachweis durch Avoxa in Rechnung gestellt werden.
- 7.3. 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.
- 7.4. 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.
- 7.5. 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.

8. Gewährleistung

- 8.1. 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. Dies gilt nicht, wenn das Verschulden für die fehlerhafte Veröffentlichung beim Kunden liegt, insbesondere im Fall von Übermittlungsfehlern.
- 8.2. Ist der Zweck des Werbemittels nicht mehr erreichbar oder ist die Ersatzwerbung fehlgeschlagen oder unzumutbar, kann der Kunde vom Vertrag zurücktreten oder Minderung verlangen, jedoch nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck des Werbemittels beeinträchtigt wurde. Dies gilt ebenfalls nicht, wenn das Verschulden beim Kunden liegt.
- 8.3. 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. Die Rügefrist beginnt bei versteckten Mängeln mit ihrer Entdeckung. Unterlässt der Kunde eine Mängelrüge, so hat er keine An-

sprüche wegen einer fehlerhaften Darstellung der Werbemittel in den nachfolgenden Schaltungen. Unterbleibt die Mängelrüge, so gilt die Lieferung von Avoxa als einwandfrei und genehmigt. Dies gilt nicht für Verbraucher.

- 8.4. Dem Kunden ist bekannt, dass es auch im Rahmen eines ordnungsgemäßen Geschäftsbetriebs zum Ausfall von Servern kommen kann. Avoxa gewährleistet daher eine dem jeweils üblichen technischen Standard entsprechende, bestmögliche Wiedergabe des Werbemittels. Bei einem Ausfall des von Avoxa für die Schaltung des Werbemittels genutzten Servers über einen, im Verhältnis zur Dauer der Schaltung des Werbemittels, 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.
- 8.5. Die Gewährleistungsansprüche sind nicht abtretbar. Sie verjähren abweichend von den gesetzlichen Regelungen bereits nach einem Jahr. Dies gilt nicht, wenn der Kunde Verbraucher ist. Schadenersatzansprüche wegen der Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit oder aufgrund von grob fahrlässig oder vorsätzlich verursachten Schäden sind von der verkürzten Verjährung ausdrücklich ausgenommen. Diese unterliegen der unverkürzten gesetzlichen Verjährungsfrist.
- 8.6. Im Übrigen richten sich die Mängelansprüche nach dem Gesetz.

9. Ausfall oder Verschiebung des Werbeauftrages

- 9.1. 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. Als nicht erheblich gilt insbesondere ein Ausfall von insgesamt nicht mehr als fünf Prozent des gebuchten Zeitraums.
- 9.2. 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.
- 9.3. Bei Vorverlegung oder bei Nachholung in angemessener und für den Kunden zumutbarer Zeit bleibt der Vergütungsanspruch von Avoxa bestehen.
- 9.4. 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.

10. Haftung

- 10.1. 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 darfin diesem Falle ist die Haftung von Avoxa auf den vertragstypischen und vorhersehbaren Schaden begrenzt, mit dessen Eintritt Avoxa bei Vertragsabschluss aufgrund der bekannten Umstände rechnen musste.
- 10.2. 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.
- 10.3. Mit Ausnahme von Ansprüchen aus unerlaubter Handlung verjähren Schadenersatzansprüche des Kunden, sofern er Unternehmer ist und für die nach dieser Ziffer die Haftung beschränkt ist, in einem Jahr gerechnet ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn
- 10.4. Soweit die Haftung von Avoxa ausgeschlossen oder beschränkt ist, gilt dies auch für die persönliche Haftung ihrer Angestellten, Arbeitnehmer, Mitarbeiter, Vertreter und Erfüllungsgehilfen.

11. Linking/Framing, Ort der Veröffentlichung

- 11.1. Der Kunde wird darauf hingewiesen, dass nach dem gegenwärtigen Stand der Technik nicht ausgeschlossen werden kann, dass die auf unseren Internet-Seiten dargestellten Werbemittel durch andere Internet-Anbieter kopiert, gelinkt und/oder mit Hilfe von Frames, als eigenes Angebot getarnt, zusätzlich veröffentlicht werden. Sollte es zu einem unberechtigten Kopieren, Linking und/oder Framing kommen, so kann der Kunde daraus keine Ansprüche gegen Avoxa herleiten.
- 11.2. Avoxa ist darüber hinaus auch berechtigt, jedoch nicht verpflichtet, die Werbemittel auch anderweitig, insbesondere durch Fax, E-Mail oder Telefon zu verbreiten, insbesondere gegenüber potentiellen Bewerbern und Anbietern im Fall von Stellenanzeigen und Stellengesuchen. Es handelt sich hierbei um zusätzliche und freiwillige Leistungen von Avoxa, die keine Mehrkosten verursachen.

12. Preise

- 12.1. Die Vergütung für den jeweiligen Werbeauftrag bestimmt sich nach der zum Zeitpunkt des Abschlusses des jeweiligen Werbeauftrages gültigen Preisliste von Avoxa.

- 12.2. Rabatte für Mehrfachaufträge innerhalb eines bestimmten Zeitraums richten sich ebenfalls nach der jeweils gültigen Preisliste von Avoxa.
- 12.3. Rabatte werden nicht gewährt für Unternehmen, deren Geschäftszweck unter anderem darin besteht, für verschiedene Werbetreibende Werbeaufträge zu erteilen, um eine gemeinsame Rabattierung zu beanspruchen.
- 12.4. 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.
- 12.5. 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.
- 12.6. 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.

13. Zahlungsbedingungen, Zahlungsverzug

- 13.1. Die Rechnungsstellung erfolgt unmittelbar nach dem Erscheinungstermin des Werbemittels. Avoxa ist berechtigt, bei zeitlich länger laufenden Schaltungen Zwischenrechnungen zu stellen. Alle Forderungen von Avoxa sind fällig ohne Abzug 14 Tage ab Rechnungsdatum; bei Bankein- und Vorkasse gewährt Avoxa 3% Skonto.
- 13.2. 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.
- 13.3. Avoxa kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Werbeauftrags bis zur vollständigen Zahlung zurückstellen und für die restliche Schaltung Vorauszahlung verlangen. Bei Zahlungsverzug werden sämtliche offenstehenden Rechnungen zur sofortigen Zahlung fällig.
- 13.4. Zum Einzug seiner Forderung kann der Kunde Avoxa ein SEPA Basismandat erteilen. Der Kunde sichert zu, für die Deckung seines Kontos zu sorgen. Kosten, die aufgrund von Nichteinlösung oder Rückbuchung der Lastschrift entstehen, gehen zu Lasten des Kunden.

14. Außerordentliche Kündigung

- 14.1. Das Recht zu einer außerordentlichen Kündigung bleibt beiden Parteien vorbehalten. Kündigungen bedürfen der Textform.
- 14.2. 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.
- 14.3. Im Falle der außerordentlichen Kündigung kann Avoxa mit sofortiger Wirkung die Schaltung des oder der Werbemittel beenden. Für dem Kunden gewährte Rabatte gilt Ziff. 12.6

15. Widerrufsrecht

- 15.1. Verbrauchern steht grundsätzlich ein Widerrufsrecht zu. Verbraucher ist jede natürliche Person, die ein Rechtsgeschäft zu Zwecken abschließt, das weder ihrer gewerblichen noch ihrer selbstständigen beruflichen Tätigkeit zugerechnet wird.
- 15.2. Das Widerrufsrecht gilt nicht für Käufer, die zum Zeitpunkt des Vertragsschlusses keinem Mitgliedstaat der Europäischen Union angehören und deren alleiniger Wohnsitz zum Zeitpunkt des Vertragsschlusses außerhalb der Europäischen Union liegen.

16. Vertraulichkeit und Datenschutz

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

17. Anwendbares Recht, Gerichtsstand, salvatorische Klausel

- 17.1. Es gilt deutsches Recht unter Ausschluss des UN-Kaufrechts.
- 17.2. 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 öffentlichrechtliches Sondervermögen, ist der Sitz von Avoxa als Gerichtsstand vereinbart; Avoxa ist aber auch berechtigt, am allgemeinen Gerichtsstand des Kunden zu klagen.
- 17.3. Sollten eine oder mehrere dieser Bedingungen unwirksam sein oder werden, wird die Wirksamkeit der übrigen Bedingungen hiervon nicht berührt.
- 17.4. Nebenabreden, Änderungen und Ergänzungen bedürfen zu ihrer Wirksamkeit der Schriftform. Dies gilt auch für die Änderung des Schriftformerfordernisses.
- 17.5. Erfüllungsort für sämtliche Pflichten der Vertragspartner ist am Sitz von Avoxa.

IHRE ANSPRECHPARTNER FÜR ONLINE-WERBUNG

Sprechen Sie uns an, wir erstellen gemeinsam mit Ihnen ein maßgeschneidertes Werbekonzept.



Ramona Luft-De Filippis
Leiterin
Anzeigenabteilung
Telefon +49 6196 928-221
E-Mail r.defilippis@avoxa.de



Daniela Kreiner
Assistentin
Anzeigenleitung
Telefon +49 6196 928-222
E-Mail d.kreiner@avoxa.de



Vera Noll
Leitung Digital Sales- und
Projektmanagement (Nord)
Telefon +49 6196 928-826
E-Mail v.noll@avoxa.de



Michael Pradel
Sales Manager Online (Süd)
Telefon +49 6196 928-106
E-Mail m.pradel@avoxa.de



Vanya Atanasov
Senior Kampagnenmanagerin
Online-Werbung
Telefon +49 6196 928-224
E-Mail v.atanasov@avoxa.de



Sabrina Faik
Kampagnenmanagerin
Online-Werbung
Telefon +49 6196 928-830
E-Mail s.faik@avoxa.de



Anna Hutsch-Sengül
Online Anzeigen Disponentin
Telefon +49 6196 928-230
E-Mail a.hutsch-senguel@avoxa.de