

MEDIADATEN DIGITAL 2026

Neu:
Beachten Sie
unsere
Crossmedia-
Pakete



PTA-Forum online – beratungsrelevant und praxisnah

Das Tochter-Magazin der Pharmazeutischen Zeitung liefert eine aktuelle Berichterstattung und Beratungswissen für die Zielgruppe PTA.

www.pta-forum.de

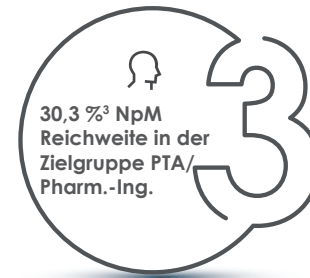
Charakteristik

- Hochwertige, praxisnahe Inhalte, anschaulich aufbereitet
- Zielgruppenrelevante Themenspecials
- Responsives Design – hervorragende Sichtbarkeit der Werbemittel auf allen Endgeräten
- Imagetransfer von der Pharmazeutischen Zeitung
- Zwei wöchentliche PTA-Newsletter: "Unser Thema" (mittwochs) und "Themen der Woche" (samstags)





Hohe Reichweite



¹ IVW Januar 2026

² Quelle: Google Analytics Oktober 2025

³ Quelle: LA-Pharm 2024



Crossmediale Medienmarken-Reichweite

Das Apotheken-Fachmagazin „PTA-Forum“ ist in der Berufsgruppe PTA/Pharmazie-Ing. auf stolzem Platz 3* unter den PTA-Medien!

○ Gesamtreichweite:	51,9 %*
○ PTA/Pharmazie-Ing.:	62,5 %*
○ Apothekenleiter/ Approbierte Mitarbeiter:	38,1 %*
○ Apothekenleiter:	33,8 %*
○ Approbierte Mitarbeiter:	39,7 %*

Reichweite Apotheken-Fachzeitschriften

○ Gesamtreichweite PTA-Titel:	32,5 %**
○ PTA/Pharmazie-Ing.:	39,7 %**
○ Apothekenleiter/ Approbierte Mitarbeiter:	23,1 %**
○ Apothekenleiter:	23,0 %**
○ Approbierte Mitarbeiter:	23,1 %**



* Quelle: LA-PHARM 2024 NpM

LA-PHARM LESERBEFRAGUNG 2024

LA-PHARM
geprüft LA-PHARM 2024

pta
FORUM

Aktuelle Berichterstattung und Kommentierung (78 %*), hohe Fachkompetenz (73 %*) und ein breites Spektrum fachlicher Informationen (73 %*):

Beste Noten für das digitale Angebot (Website und Newsletter) von PTA-Forum!

Bei **sechs*** von vierzehn abgefragten Eigenschaften erreicht **PTA-Forum** einen Spitzenwert unter allen abgefragten digitalen Angeboten für Apotheken:

- Ist relevant für Fort- und Weiterbildung
- Bietet ein breites Spektrum fachlicher Informationen
- Berichtet und kommentiert aktuell
- Bietet attraktive interaktive Angebote (Umfragen, Produkttests etc.)
- Bringt nützliche Anregungen für Kundenberatung/Verkaufsempfehlung
- Bietet Entscheidungshilfen bei Sortimentsauswahl von OTC-Produkten



* Quelle: LA-Pharm 2024

Portrait/
Leserschaft

Displaywerbung

Crossmedia-
Pakete

Newsletter/
Themenplan

Contentwerbung

Social Media

Content-
Service/
Events

Datenlieferung/
Konditionen

Verlags-
angaben

AGB und
Kontakt

TOP-Werte bei unseren PTA-Newslettern

Der **PTA-Forum-Newsletter »Unser Thema«** erreichte in der Gesamtreichweite sowie in der Berufsgruppe PTA/Pharmazie-Ing. den **ersten Platz*** unter allen Newslettern der PTA-Medien:

Gesamtreichweite PTA-Newsletter:	7,2 %* LpA	Platz 1*
PTA-Pharmazie/Ing. PTA-Newsletter:	10,0 %* LpA	Platz 1*
Apothekenleiter/ Approb. Mitarbeiter:	3,5 %* LpA	



Der Newsletter **»Themen der Woche«** landete in der Gesamtreichweite sowie in der Berufsgruppe PTA/Pharmazie-Ing. unter allen Newslettern der PTA-Medien auf **Platz drei**:

Gesamtreichweite:	6,1 %* LpA
PTA-Pharmazie/Ing.:	8,0 %* LpA
Apothekenleiter/ Approb. Mitarbeiter:	3,6 %* LpA

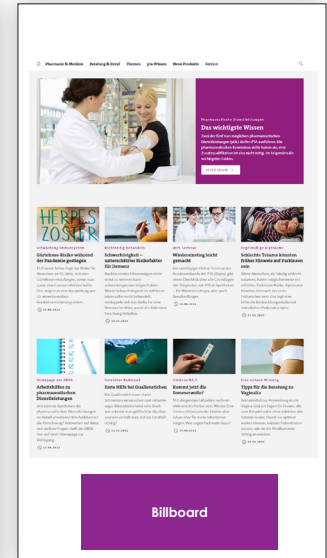
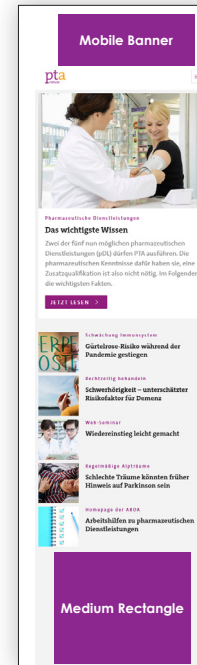
* Quelle: LA-Pharm 2024

DISPLAYWERBUNG

Werbeformate

Format		Rotation	Mobil sichtbar
Superbanner	728 x 90 px	40 €	
Billboard	800 x 250 px	95 €	
Medium Rectangle/Content Ad	300 x 250px	60 €	✓
Skyscraper	160 x 600px	65 €	
Halfpage Ad	300 x 600 px	90 €	✓
Interscroller	300 x 600 px	85 €	✓
Mobile Banner	300 x 75 px	45 €	✓
Wallpaper	728 x 90 px + 160 x 600 px	85 €	✓
Multiscreen AdBundle (728 x 90 px + 800 x 250 px + 300 x 75 px + 300 x 250 px)		55 €	✓
Multiscreen AdBundle – Premium (800 x 250 px + 300 x 250px)		70 €	✓
Bannerpaket Themensponsoring, Multiscreen AdBundle (4 Formate PZ Online + PTA Forum) (728 x 90 px + 800 x 250 px + 300 x 75 px + 300 x 250 px)		105 €	✓

Mindestbuchungsvolumen 10.000 AI pro Auftrag, Auslieferung in Rotation



Rabattstaffel

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

¹ Targeting: Geo, Zeit möglich; zzgl. 10 % Aufschlag auf den TKP
Spezifikationen der Werbeformate entnehmen Sie bitte der separaten Präsentation „Technische Spezifikationen“ (Seite 12 – 13).

Portrait/
Leserschaft

Displaywerbung

Crossmedia-
Pakete

Newsletter/
Themenplan

Contentwerbung

Social Media

Content-
Service-
Events

Datenlieferung/
Konditionen

Verlags-
angaben

AGB und
Kontakt

CROSSMEDIA-PAKETE

gültig ab 01.01.2026

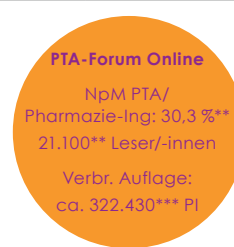
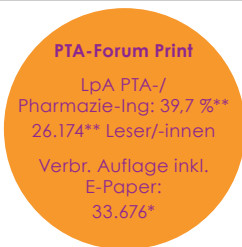
Die Paketpreise beziehen sich inklusive E-Paper.



Erreichen Sie eine breitere Zielgruppe und erhöhen Sie die Sichtbarkeit Ihrer Markenbotschaft mit unseren Crossmedia-Paketen

Durch gezielte Ansprache über die Printausgabe des **PTA-Forum** sowie auf www.pta-forum.de, können Sie die Aufmerksamkeit der PTA-Forum- und PTA-Forum-Online-Leser besser auf sich ziehen. Crossmedia-Marketing ermöglicht es, eine einheitliche Botschaft über verschiedene Medien hinweg zu verbreiten, was die Markenwiedererkennung und -bindung stärkt.

Cross-Channel-Paket Ads	Cross-Channel-Paket Premium Ads	Cross-Channel-Paket Content	Cross-Channel-Paket Supplement
<ul style="list-style-type: none"> • 1/1 Seite PTA-Forum Printausgabe • Medium Rectangle auf pta-forum.de • 25.000 AI • Laufzeit: 4 Wochen <p>Preis: 6.100 €</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 1/1 Seite PTA-Forum Printausgabe • Halfpage Ad auf pta-forum.de • 25.000 AI • Laufzeit: 4 Wochen <p>Preis: 6.850 €</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Print-Advertorial 1/1 Seite • Online-Advertorial auf pta-forum.de • Laufzeit 1 Woche • Sonderdruck 2-seitig, 1.000 Ex. • E-Lizenz <p>Preis: 8.150 €</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Beilage, bis 25 g, Printausgabe • Microsite pta-forum.de • Laufzeit: 4 Wochen <p>Preis: 6.360 €</p>



*Quelle: IVW Q1/2026

**Quelle: LA-PHARM 2024

***Quelle: Google Analytics + IVW, Januar 2026

Alle Preise sind AE-fähig und verstehen sich zzgl. MwSt.

Portrait/
Leserschaft

Displaywerbung

Crossmedia-
Pakete

Newsletter/
Themenplan

Contentwerbung

Social Media

Content-
Service/
Events

Datenlieferung/
Konditionen

Verlags-
angaben

AGB und
Kontakt

NEWSLETTER

PTA-Forum – Unser Thema

- 10 %* LpA - **Platz 1*** in der Berufsgruppe PTA/Pharmazie-Ing.
- 1x pro Woche aktuelle Berichte und Hintergrundinformationen zu einem beratungsintensiven Apothekenthema, siehe Themenplan.
- Wöchentlicher Versand, mittwochs
- ca. 10.380 Abonnenten¹

Werbeformate²

- **Newsletter-Top-Banner** 1.300 €
800 x 250 px
- **Newsletter-Banner** 1.050 €
300 x 250 px
- **Newsletter-Teaser** 1.500 €
Bild-/Text-Teaser; Link auf externe Landingpage
- **Newsletter-Advertorial** 1.800 €
Bild-/Text-Teaser; Link zur Microsite



Unique-Öffnungsrate: 38 %

Bei der Unique-Öffnungsrate (unique open rate) wird nur die erste Öffnung eines Newsletters gezählt. Diese Kennzahl gibt besser die tatsächliche Reichweite wieder, im Gegensatz zur Gesamt-Öffnungsrate (total open rate) aller Öffnungen inklusive Mehrfach-Öffnungen.

* Quelle: LA-PHARM 2024

¹ Stand Januar 2026

² Spezifikationen der Werbeformate entnehmen Sie bitte der separaten Präsentation „Technische Spezifikationen“ (Seite 12 – 13).



The screenshot shows a newsletter email layout. At the top, it says 'pta FORUM - unser Thema "Füße"'. Below this is a large image of a ballerina's feet in pointe shoes. The main content area is divided into several sections, each with a small image and text. The sections are: 'Zarte Haut und gesunde Nägel' (with an image of feet in flip-flops), 'Fuß- und Nagelgrip: Behandlung bräunt Decudis' (with an image of a foot being treated), 'Lacery® Creme' (with an image of a hand applying cream), 'Körper entspannen' (with an image of a person sitting), and 'OTC-Beratungsscheck' (with an image of a hand holding a small object). At the bottom, there is a 'Banner' section for 'immunoBON' with an image of a person's face. The layout is clean and professional, with a mix of text and images.

Teaser

Banner

NEWSLETTER

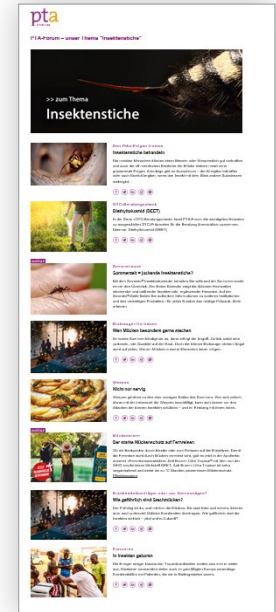
Themenplan 2026 "PTA-Forum – Unser Thema"



Erscheinungstag	Redaktionelles Thema
07. 01. 2026	Digital Health & Telemedizin
14. 01. 2026	Gehirn
21. 01. 2026	Ernährung
28. 01. 2026	Proteine
04. 02. 2026	Erschöpfung
11. 02. 2026	Kinderkrankheiten
18. 02. 2026	Augen
25. 02. 2026	Schmerzen
04. 03. 2026	Immunsystem
11. 03. 2026	Zucker
18. 03. 2026	Nahrungsergänzungsmittel
25. 03. 2026	Allergien
01. 04. 2026	Blähungen
08. 04. 2026	Reisemedizin
15. 04. 2026	Schlaf
22. 04. 2026	Erkältung
29. 04. 2026	Baby
06. 05. 2026	Insektenstiche & Zecken
13. 05. 2026	Sexualität
20. 05. 2026	Phytotherapie
27. 05. 2026	Sonne
03. 06. 2026	Blasenentzündung
10. 06. 2026	Herz
17. 06. 2026	Mikrobiom
24. 06. 2026	Füße/Beine

Erscheinungstag	Redaktionelles Thema
01. 07. 2026	Haare
08. 07. 2026	Kommunikation
15. 07. 2026	Seltene Erkrankungen
22. 07. 2026	Haut
29. 07. 2026	Sport und Bewegung
05. 08. 2026	Rücken
12. 08. 2026	Gendermedizin
19. 08. 2026	Schilddrüse
26. 08. 2026	KI in der Pharmazie
02. 09. 2026	Impfung
09. 09. 2026	Schwangerschaft
16. 09. 2026	Krebs
23. 09. 2026	Selbstmedikation
30. 09. 2026	Wechseljahre und Menopause
07. 10. 2026	Psyche
14. 10. 2026	Hygiene
21. 10. 2026	Longevity
28. 10. 2026	Wundheilung
04. 11. 2026	Atemwege
11. 11. 2026	Stoffwechsel
18. 11. 2026	Sucht
25. 11. 2026	Nieren
02. 12. 2026	Magen und Darm
09. 12. 2026	Demenz
16. 12. 2026	Gute Vorsätze

Redaktionelle Änderungen vorbehalten.



Portrait/
Leserschaft

Displaywerbung

Crossmedia-
Pakete

Newsletter/
Themenplan

Contentwerbung

Social Media

Content-
Service/
Events

Datenlieferung/
Konditionen

Verlags-
angaben

AGB und
Kontakt

NEWSLETTER

PTA-Forum - Themen der Woche

- 8 %* LpA **Platz 3*** in der Berufsgruppe PTA/Pharmazie-Ing. unter den PTA-Newslettern
- aktuelle Nachrichten und Hintergrundinformationen für die PTA
- wöchentlicher Versand, samstags
- ca. 5.360 Abonnenten¹

Werbeformate²

- **Newsletter-Top-Banner** 450 €
800 x 250 px
- **Newsletter-Banner** 350 €
300 x 250 px
- **Newsletter-Teaser** 550 €
Bild-/Text-Teaser;
Link auf externe Landingpage
- **Newsletter-Advertorial** 880 €
Bild-/Text-Teaser; Link zur Microsite



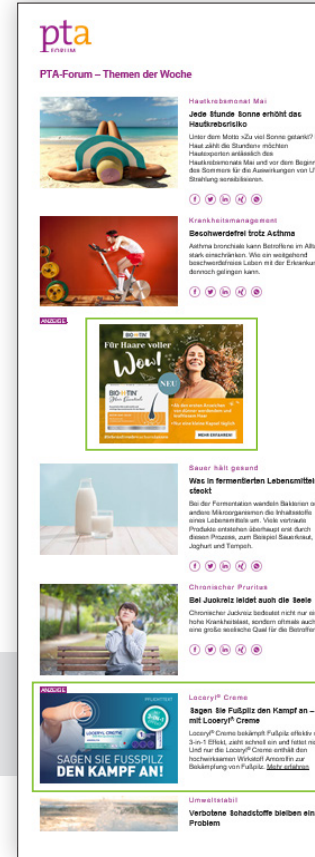
Unique-Öffnungsrate: 44 %

Bei der Unique-Öffnungsrate (unique open rate) wird nur die erste Öffnung eines Newsletters gezählt. Diese Kennzahl gibt besser die tatsächliche Reichweite wieder, im Gegensatz zur Gesamt-Öffnungsrate (total open rate) aller Öffnungen inklusive Mehrfach-Öffnungen.

* Quelle: LA-PHARM 2024

¹ Stand Januar 2026

² Spezifikationen der Werbeformate entnehmen Sie bitte der separaten Präsentation „Technische Spezifikationen“ (Seite 12 – 13).



Banner

Teaser

Portrait/
Leserschiff

Displaywerbung

Crossmedia-
Pakete

Newsletter/
Themenplan

Contentwerbung

Social Media

Content-
Service/
Events

Datenlieferung/
Konditionen

Verlags-
angaben

AGB und
Kontakt

CONTENTWERBUNG

Content-Werbeformen fügen sich harmonisch in das redaktionelle Umfeld ein und erzielen dadurch eine hohe Werbewirkung.

- **Webseiten-Teaser:** Schlankes Format für kleines Budget. Ihre Bild-/Text-Meldung auf der Webseite, mit Verlinkung zu Ihrer Landingpage.
- **Webseiten-Advertorial:** Webseiten-Teaser mit Verlinkung zu einer für Sie erstellten Microsite auf PTA-Forum.
- **NewsAd:** Aufmerksamkeitsstark und wirksam. 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 für Sie erstellte Microsite auf PTA-Forum online.
- **E-Learning:** Umfangreich und interaktiv, inkl. flankierender Displaywerbung.
- **Online-Themenspecial:** Ihr umfangreiches Content-Werbepaket im themenspezifischen Umfeld, inkl. flankierender Displaywerbung.

CONTENTWERBUNG

Webseiten-Teaser/Webseiten-Advertorial

Ihre Werbebotschaft im redaktionellen Kontext, in den aktuellen Meldungen auf PTA-Forum online (Startseite).

Werbepakete¹

Webseiten-Teaser

Bild-/Text-Teaser auf der Startseite und Verlinkung auf externe Landingpage

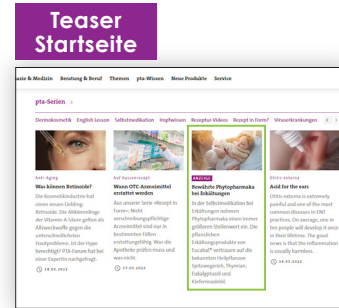
1 Woche: 700 €

Webseiten-Advertorial

Bild-/Text-Teaser auf der Startseite und Verlinkung auf Microsite

1 Woche: 1.000 €

¹ Spezifikationen der Werbeformate entnehmen Sie bitte der separaten Präsentation „Technische Spezifikationen“ (Seite 20 – 23).



Microsite



CONTENTWERBUNG

NewsAd

Hohe Aufmerksamkeit Ihrer Werbebotschaft durch Platzierung in den aktuellen Nachrichten. Nutzen Sie das NewsAd beispielsweise für folgende Zwecke:

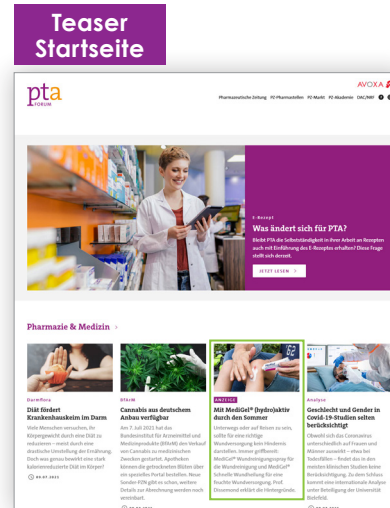
- Image-Kampagnen
- Produkt-Kampagnen
- Veranstaltungshinweise

Werbepaket¹

- Bild-/Text-Teaser auf der Startseite
- 1 x Bild-/Text-Teaser im wöchentlichen PTA-Newsletter – Unser Thema (1 Aussendung, Mittwoch)
- Verlinkung zur gewünschten Zielseite

Laufzeit: 1 Woche

Preis: 1.750 €



¹ Spezifikationen der Werbeformate entnehmen Sie bitte der separaten Präsentation „Technische Spezifikationen“ (Seite 20 – 23).

Portrait/
Leserschiff

Displaywerbung

Crossmedia-
Pakete

Newsletter/
Themenplan

Contentwerbung

Social Media

Content-
Service/
Events

Datenlieferung/
Konditionen

Verlags-
angaben

AGB und
Kontakt

CONTENTWERBUNG

Online-Advertorial



Für erklärungsbedürftige Produkte und Kampagnen mit hoher Authentizität ist das Online-Advertorial bestens geeignet. Die integrierte Microsite ermöglicht die Platzierung vertiefender Informationen.

Werbepaket¹

- Bild-/Text-Teaser auf der Startseite
- 1 x Bild-/Text-Teaser im wöchentlichen PTA-Newsletter – Unser Thema (1 Aussendung, Mittwoch)
- Microsite (inkl. 3 ext. Links)

Laufzeit: 1 Woche

Preis: 2.050 €

¹ Spezifikationen der Werbeformate entnehmen Sie bitte der separaten Präsentation „Technische Spezifikationen“ (Seite 20 – 23).

The diagram illustrates the integration of three advertising formats. At the top left is the 'Teaser Startseite' (Teaser Homepage), which features a large image of a virus and a headline about COVID-19 medications. Below it is a grid of smaller teasers for various topics like 'Pharmazie und Sportmedizin', 'Körperpflege und Duftkosmetik', 'Wirksame Gesichtspflege bei Rosacea', and 'Vollwert- und Aktiv-Ingeleifed Kosmetik'. At the top right is the 'Teaser Newsletter', which includes a 'Sonderthema Rosacea für Kinder bewert' section, a 'Wirksame Gesichtspflege bei Rosacea' section, and a 'Rosacea-Check' section. A green arrow points from the 'Wirksame Gesichtspflege bei Rosacea' section of the newsletter to a detailed 'Microsite' at the bottom right. The microsite provides in-depth information about 'Wirksame Gesichtspflege und -pflege bei Rosacea', including product details and a 'Rosacea-Check'.

CONTENTWERBUNG

Online-Advertorial mit Wissens-Check

Buchen Sie Ihr interaktives Online-Advertorial mit Wissens-Check und optionaler Gewinnspielanbindung. Platzieren Sie die Vorteile Ihres Produkts und testen Sie anschließend das Produktwissen der PTA dazu.

Werbepaket¹

- Bild-/Text-Teaser auf der Startseite (14 Tage)
- 2 x Bild-/Text-Teaser im PTA-Newsletter – Unser Thema (2 Aussendungen, Mittwoch)
- Microsite mit Wissens-Check (inkl. 3 externe Links)

Laufzeit: 2 Wochen

Preis: 4.400 €

Optional mit Gewinnspielanbindung
zzgl. 600 € (nicht AE-fähig).

Gewinne werden vom Kunden zur Verfügung gestellt und versendet.

¹ Spezifikationen auf Anfrage

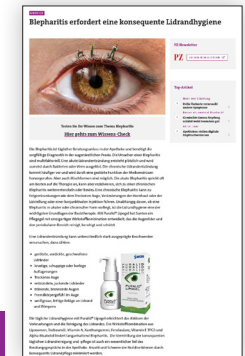
Startseite Wissens-Check



Teaser Newsletter



Teaser Startseite



Microsite

CONTENTWERBUNG

Online-Themenspecial



Positionieren Sie Ihre Produktempfehlung im exklusiven Themenumfeld.

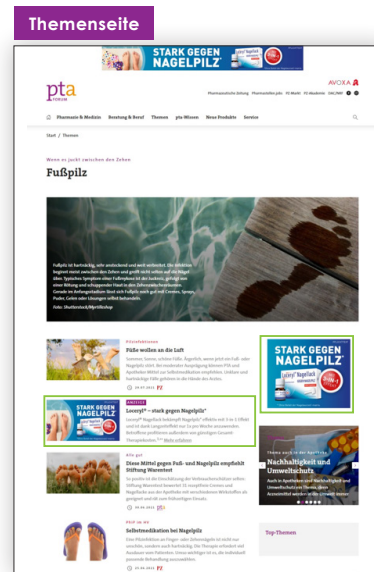
Belegen Sie eine redaktionelle Strecke rund um Ihr Wunschthema.

Werbepaket

- Bild-/Text-Teaser im Thema
- Bild-/Text-Teaser auf der Webseite
- 4 x Bild-/Text-Teaser im PTA-Newsletter – Unser Thema (4 Aussendungen, Mittwoch)
- Microsite
- 15.000 AI Multiscreen AdBundle (Auspielung ROS und im Thema)
- Crossmedia: redaktioneller Hinweis in der Printausgabe PTA-Forum

Laufzeit: 4 Wochen

Preis: 5.500 €



¹ Die Redaktion behält sich die Prüfung des Themas auf Eignung für die Zielgruppe vor.

Spezifikationen der Werbeformate entnehmen Sie bitte der separaten Präsentation „Technische Spezifikationen“ (Seite 20 – 23).

Portrait/
Leserschaft

Displaywerbung

Crossmedia-
Pakete

Newsletter/
Themenplan

Contentwerbung

Social Media

Content-
Service-
Events

Datenlieferung/
Konditionen

Verlags-
angaben

AGB und
Kontakt

SOCIAL MEDIA PAKET

Instagram und Facebook



Mit relevanten Themen richten sich die Social Media Kanäle von PTA-Forum an die Zielgruppe PTA/Pharmazie-Ing., approbierte Mitarbeiter und Pharmaunternehmen.

Communitygröße: ca. 10.210 Follower¹

- Platzierung innerhalb der Community
- Inklusive gezielter Beitragsbewerbung

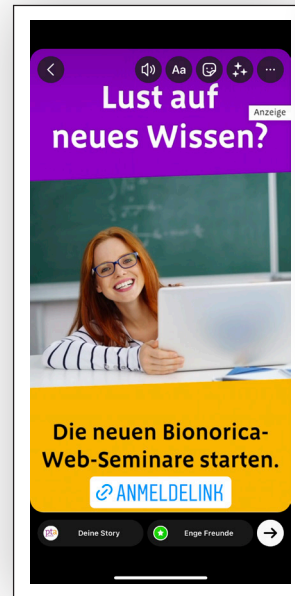
Werbekombinationen Instagram und Facebook:

Photo Ad: 550 €

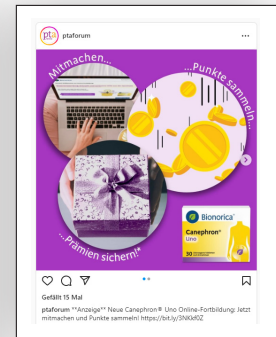
Video Ad: 650 €

Story Ad: 600 €

Facebook



Instagram



¹ Stand Februar 2026

Portrait/
Leserschaft

Displaywerbung

Crossmedia-
Pakete

Newsletter/
Themenplan

Contentwerbung

Social Media

Content-
Service/
Events

Datenlieferung/
Konditionen

Verlags-
angaben

AGB und
Kontakt



Peter Erik Felzer
Chefredakteur

Telefon +49 6196 928-314
E-Mail p.felzer@avoxa.de

Wir kommunizieren Gesundheit!

Sie suchen Autoren und Redakteure für medizinische oder pharmazeutische Texte? Dann sind Sie bei der Redaktion von Avoxa Content Service genau richtig. Für Laien oder Fachleute – wir machen komplexe medizinische Themen zugänglich und spannend. Entdecken Sie, wie wir Ihre Botschaften wirkungsvoll und zielgruppengerecht vermitteln.

Unser Team liefert bietet für die Bereiche Gesundheit, Medizin und Pharmazie folgende Leistungen an:

- Texterstellung: Wir schreiben Texte aller Genres. Ob medizinischer Sachtext, Reportagen, Interviews, Infografiken, Pressarbeit, Broschüren, Advertorials, Social-Media-Content oder ganze Ratgeberbücher.
- Redaktion: Von der Planung von Projekten, Themenfindung, Entwicklung von Umsetzungsideen, über Texten, Layoutsteuerung, Schlussredaktion bis Druck. Wir machen aus Ihren Ideen Printmedien aller Art.
- Konzeption: Sie haben viele Inhalte, wissen aber nicht wie und in welcher Form Sie diese am besten an Ihre Kunden weitergeben? Wir beraten bei der Konzeption von Infomaterialien, Ratgebern und Zeitschriften.

- Online: Sie benötigen Content für Ihren Internetauftritt? Wir liefern Ihnen frische und fundierte Inhalte. Nicht nur für ihren Onlineauftritt, sondern auch für Newsletter. Und wir unterstützen Sie auch bei Ihren crossmedialen Aktivitäten.
- Extras: Mit unseren Partnern konzipieren wir Podcast und sorgen für eine erfolgreiche Präsenz in allen gängigen Portalen. Auch bei Telefonaktionen, Gewinnspielen und Co-Autorenschaften unterstützen wir Sie gern

Qualitätsversprechen

Wir berichten über gesundheitsrelevante Themen und Zusammenhänge. Dafür spricht unsere jahrzehntelange journalistische Erfahrung. Unsere Inhalte sind fundiert recherchiert, leicht verständlich und wissenschaftlich fundiert. Wir verfügen über ein großes Netzwerk von Autoren, Experten, Medienschaffenden und weiteren Dienstleistern. Von Menschen für Menschen.

Wie können wir Sie unterstützen? Sprechen Sie uns an!

AVOXA VERANSTALTUNGEN

Die wichtigsten Events für den Apothekenmarkt



Ort/Termin: Schladming, 18.01. – 22.01.2026
Meran, 31.05. – 05.06.2026

Mehr Informationen: www.pharmacon.de



Ort/Termin: Palma de Mallorca, 25.03. – 27.03.2026

Mehr Informationen: www.pz-kongress.de



Ort/Termin: Berlin, 05.05. – 06.05.2026

Mehr Informationen: www.dav-wirtschaftsforum.de



Ort/Termin: Düsseldorf, 11.06. – 13.06.2026
Jahreskongress Neu-Ulm, 27.02. – 28.02.2026
Regionalkongress Süd Hamburg, 13.11. – 14.11.2026
Regionalkongress Nord-Ost Fulda, 19.11. – 20.11.2026
Herstellungssymposium

Mehr Informationen: www.adka-kongress.de



Ort/Termin: München, 15.09. – 17.09.2026

Mehr Informationen: www.expopharm.de

Portrait/
Leserschaft

Displaywerbung

Crossmedia-
Pakete

Newsletter/
Themenplan

Contentwerbung

Social Media

Content-
Service/
Events

Datenlieferung/
Konditionen

Verlags-
angaben

AGB und
Kontakt

DATENLIEFERUNG UND KONDITIONEN



Preisliste	1/2026, Stand 01.09.2025, gültig ab 01.01.2026
E-Mail-Adresse für Aufträge	auftrag@avoxa.de
E-Mail-Adresse für Werbemittel	online@avoxa.de
Technische Spezifikationen	Entnehmen Sie der Rubrik „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 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: DAAEDEDXXX
Rücktrittsrecht	Bis 14 Tage vor Kampagnenstart kostenfrei, bei Themenspecial, E-Learning und Fortbildungen bis 8 Wochen vor Kampagnenstart kostenfrei. Erfolgt ein Storno der gebuchten Kampagne ab 14 Tagen bzw. ab 8 Wochen vor Kampagnenstart, wird der bestätigte Preis in Rechnung gestellt.

Portrait/
Leserschaft

Displaywerbung

Crossmedia-
Pakete

Newsletter/
Themenplan

Contentwerbung

Social Media

Content-
Service/
Events

Datenlieferung/
Konditionen

Verlags-
angaben

AGB und
Kontakt



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
Telefon

Daniela Kreiner
+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

**Gebietsverkaufsleiter
Print und Digital**

Michael Pradel
Nielsen-Gebiete: III b + IV
Telefon +49 6196 928-106
E-Mail m.pradel@avoxa.de

**Online Anzeigen
Disposition**

Yang Pan
Telefon +49 6196 928-240
E-Mail y.pan@avoxa.de

7 | Vertriebsleitung

Maria Scholz
Telefon +49 6196 928-242
E-Mail m.scholz@avoxa.de

ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN der Avoxa – Mediengruppe Deutscher Apotheker GmbH

für Print-, E-Paper- und Online-Werbung

(Stand 04/2026)

1. Geltungsbereich der AGB, Schriftform

- 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-, E-Paper- und Online-Werbung sowie die zum Zeitpunkt des Vertragsschlusses aktuelle Preisliste von Avoxa, deren Regelungen einen wesentlichen Vertragsbestandteil bilden. Ist der Kunde Unternehmer, gilt: 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, E-Paper und Online-Medien) enthaltenen besonderen Bedingungen gehen diesen AGB vor.
- 1.4. Soweit nicht anders geregelt, wird eine im Folgenden bestimmte Schriftform auch durch die Textform gewahrt.

2. Begriffsbestimmungen

- 2.1. „Werbefauftrag“ im Sinne der AGB ist der Vertrag über die Veröffentlichung eines oder mehrerer Werbemittel in Druckerzeugnissen sowie deren elektronischen Ausgaben, Online-Medien 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 und 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 Werbefauftrag definiert.
- 2.3. „Erscheinungstermin“ im Sinne dieser AGB ist das Datum, an dem das jeweilige Werbemittel in dem jeweiligen Medium veröffentlicht wird. Bei Anzeigen in der E-Paper-Ausgabe gilt der Zeitpunkt der erstmaligen digitalen Freischaltung des E-Papers als Erscheinungstermin im Sinne dieser AGB.
- 2.4. „E-Paper“ im Sinne dieser AGB ist die elektronische Ausgabe eines Printmediums, die in Inhalt, Struktur, redaktionellem Aufbau und Anzeigenbelegung der jeweiligen Printausgabe entspricht und bei der Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern (IWW) als 1:1-E-Paper zur Auflagenkontrolle angemeldet ist.

3. Vertragsschluss

- 3.1. Werbefaufträge können schriftlich, per E-Mail, Telefax oder per Internet aufgegeben werden.
- 3.2. Die Darstellungen und Angaben innerhalb des Internetangebots zu den Leistungen von Avoxa stellen kein rechtlich bindendes Angebot, sondern einen unverbindlichen Online-Katalog dar.
- 3.3. Möchte der Kunde einen Werbefauftrag erteilen, gibt er durch Auswahl der Leistung und Anklicken des Buttons „Zahlungspflichtig buchen“ ein verbindliches Angebot zum Abschluss eines Vertrags über die ausgewählte Leistung ab (Angebot). Der Kunde kann seine Eingaben bis zum Absenden

des Angebots durch Anklicken der entsprechenden Schaltflächen ändern und korrigieren. Die Bestätigung des Eingangs des Angebots folgt unmittelbar nach dem Absenden des Angebots und stellt keine Vertragsannahme durch Avoxa dar. Der Werbefauftrag kommt erst durch eine Annahmeerklärung zustande, die Avoxa mit einer gesonderten E-Mail (Auftragsbestätigung) oder durch Ausführung der Leistung erklärt.

- 3.4. Die Vertragssprache ist Deutsch. Der Kunde kann diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen jederzeit unter <https://avoxa.de/agn/anzeigenverkauf/> einsehen, als PDF abspeichern und ausdrucken. Der Kunde kann die Daten seines Angebots als „Buchungsbestätigung“ ausdrucken. Den Vertragstext bestehend aus den Buchungsdaten und diesen Allgemeinen Geschäftsbedingungen sendet Avoxa mit der Auftragsbestätigung an die vom Kunden angegebene E-Mail-Adresse. Mit demselben Inhalt wird der Vertragstext auch bei Avoxa gespeichert.
- 3.5. Erklärt der Kunde auf anderem Wege (z.B. telefonisch, per E-Mail, per Fax oder per Post), dass er einen Werbefauftrag für eine ausgewählte Leistung erteilen möchte, gibt er hierdurch gleichermaßen ein verbindliches Angebot zum Vertragsschluss ab. Avoxa kann das Angebot durch Auftragsbestätigung per Post, Fax oder E-Mail oder durch Ausführung der Leistung annehmen.
- 3.6. Werbung für Waren oder Leistungen von mehr als einem Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten innerhalb eines Werbemittels bedürfen einer gesonderten, ausdrücklichen Zustimmung von Avoxa.
- 3.7. Soweit Werbeagenturen Angebote abgeben, kommt der Werbefauftrag 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. Ungeachtet der Zahlung des Entgeltes durch den Kunden werden diesem keine Nutzungsrechte an etwaigen Urheberrechten an den Werbemitteln eingeräumt, es sei denn, etwas Anderes wurde schriftlich vereinbart.
- 4.2. Sofern die von Avoxa dargestellten Werbemittel durch den Kunden selbst bzw. durch vom Kunden beauftragte 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 dargestellten Werbemittel von einem vom Kunden beauftragten Dritten erstellt wurde, sichert der Kunde zu, dass der Dritte für die Dauer dieser Vertragsbeziehung ein einfaches Nutzungsrecht einschließlich des Rechts zur Veränderung eingeräumt hat.

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

Portrait/
Leserschaft

Displaywerbung

Crossmedia-
Pakete

Newsletter/
Themenplan

Contentwerbung

Social Media

Content-
Service/
Events

Datenlieferung/
Konditionen

Verlags-
angaben

AGB und
Kontakt

technischen Vorgaben und Anzeigentermine sowie Druckunterlagentermine können den Kunden 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 bzw. geschaltet 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 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 und in E-Paper, 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.
- 5.1.8. Avoxa weist den Kunden darauf hin, dass online veröffentlichte Inhalte von Suchmaschinen archiviert werden können. Forderungen auf Löschung der archivierten Anzeigen hat der Kunde direkt an den jeweiligen Suchmaschinenbetreiber zu richten. Soweit technisch möglich, kann Avoxa auf Wunsch des Kunden in den Metadaten der Online-Anzeigen hinterlegen, dass eine Archivierung durch Suchmaschinen nicht erfolgen soll.
- 5.2. Rechteeinräumung 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“ AGB, irreführende Keywords enthält;
- (c) keine Art von Schneeballsystem, „Club-Mitgliedschaft“, Direktvertriebs- oder Handelsvertreter-tätigkeit 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 und angemessenen Rechtsanwaltskosten frei. Avoxa ist nicht verpflichtet zu überprüfen, ob ein Werbeauftrag die Rechte Dritter beeinträchtigt.

5.2.4. 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 Abruftechniken 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, es sei denn, der Nichtabruf beruht auf einem von Avoxa zu vertretenden Umstand. Die nicht abgerufenen Werbemittel gelten in diesem Fall dennoch als erbracht. Avoxa wird den Kunden rechtzeitig vor Ablauf der Abwicklungsfrist schriftlich auf den bevorstehenden Verfall des Anspruchs hinweisen. Der Vergütungsanspruch von Avoxa bleibt hiervon unberührt.

5.4. Stornierung

Die Bedingungen und Fristen für die Stornierung von Werbeaufträgen oder Teilen derselben ergeben sich aus den Mediadaten 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, in den E-Paper und/oder Online-Medien. Jobcenter-Praktikums-Anzeigen sowie Arbeitgeberprofile erscheinen nur online.

Ist kein Zeitpunkt für den Beginn der Veröffentlichung des Werbemittels vereinbart worden, so erfolgt die Veröffentlichung unverzüglich nach Abschluss des Werbeauftrags. Die Printanzeige und – soweit vorhanden – das zugehörige E-Paper erscheinen in der gebuchten Ausgabe. Die Online-Anzeige erscheint gemäß der Buchungsbestätigung.

Portrait/
Leserschaft

Displaywerbung

Crossmedia-
Pakete

Newsletter/
Themenplan

Contentwerbung

Social Media

Content-
Service/
Events

Datenlieferung/
Konditionen

Verlags-
angaben

AGB und
Kontakt

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 Zählerdifferenzen 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. Umschriften, 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 Erscheinungstermins 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. Der Kunde ist für den Inhalt eines Werbeauftrags allein verantwortlich. Eine rechtliche Überprüfung oder sonstige Inhaltskontrolle durch Avoxa findet nur in Bezug auf eine offensichtliche Rechtswidrigkeit statt. Stellt Avoxa eine offensichtliche Rechtswidrigkeit des Werbemittels fest, wird Avoxa dies dem Kunden unverzüglich mitteilen. In diesem Fall ist Avoxa berechtigt, die Schaltung des Werbemittels abzulehnen.

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 Werbeauftrag 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 Ansprüche 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. Wird die Anzeige von Online-Anzeigen und von E-Paper durch Ad-Blocker, vergleichbarer Software oder durch den Einsatz unüblicher oder veralteter Soft- oder Hardware ganz oder teilweise verhindert, liegt kein Mangel vor.

Portrait/
Leserschaft

Displaywerbung

Crossmedia-
Pakete

Newsletter/
Themenplan

Contentwerbung

Social Media

Content-
Service/
Events

Datenlieferung/
Konditionen

Verlags-
angaben

AGB und
Kontakt

- 8.5. Die Darstellung von Anzeigen im E-Paper kann aufgrund technischer Rahmenbedingungen (z. B. Bildschirmauflösung, Endgerät, Browser, Zoom- oder Navigationsfunktionen) von der Darstellung in der Printausgabe abweichen. Solche darstellungsbedingten Abweichungen stellen keinen Mangel dar, sofern Inhalt, Platzierung und Buchung dem Werbeauftrag entsprechen.
- 8.6. Dem Kunden ist bekannt, dass es auch im Rahmen eines ordnungsgemäßen Geschäftsbetriebs zum Ausfall von Servern (zum Beispiel durch Störungen im Kommunikationsnetz oder durch Stromausfälle) kommen kann. Avoxa gewährleistet daher eine dem jeweils üblichen technischen Standard entsprechende Wiedergabe des Werbemittels. Darüber hinaus kann die Erreichbarkeit während der üblichen Wartungszeiten (zum Beispiel beim Einspielen von Updates) ganz oder teilweise beeinträchtigt sein; Avoxa bemüht sich aber, diese Wartungszeiten auf möglichst nutzungsarme Zeiten zu legen. 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.
- 8.7. Ist der Kunde Unternehmer, gilt: Die Gewährleistungsansprüche sind nicht abtretbar. Sie verjähren abweichend von den gesetzlichen Regelungen bereits nach einem Jahr nach dem Erscheinungsdatum. Schadensersatzansprüche 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. Die Haftung nach dem Produkthaftungsgesetz bleibt unberührt.
- 8.8. 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 Werktagen nach entsprechender Information schriftlich widerspricht, gilt dies als Einverständnis des Kunden. Avoxa wird den Kunden hierauf mit der Information ausdrücklich hinweisen.
- 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 Werbeauftrages überhaupt erst ermöglicht oder auf deren Einhaltung der Kunde regelmäßig vertrauen darf. In 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, ihr 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. Avoxa haftet nicht für Übermittlungsfehler.
- 10.5. Soweit die Haftung von Avoxa ausgeschlossen oder beschränkt ist, gilt dies auch zugunsten von gesetzlichen Vertretern und Erfüllungsgehilfen von Avoxa.
- 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, sofern Avoxa kein Verschulden trifft.
- 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. Soweit nicht anders angegeben, verstehen sich die Preise inklusive der gesetzlichen Umsatzsteuer.
- 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 Werbeauftrag 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 Bankeinzug und Vorkasse gewährt Avoxa 3% Skonto.
- 13.2. Aufrechnungs- oder Zurückbehaltungsrechte stehen dem Kunden nur zu, soweit sein Gegenanspruch unbestritten oder rechtskräftig festgestellt ist oder er auf demselben Vertragsverhältnis wie unsere Forderung beruht.
- 13.3. Bei Zahlungsverzug hat Avoxa die gesetzlichen Rechte. 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 Schriftform.
- 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. Die Widerrufsbelehrung mit den Voraussetzungen und Rechtsfolgen des Widerrufs ist unter <https://avoxa.de/anzeigen-widerrufsrecht-fuer-verbraucher> abrufbar.
- 15.2. Das Widerrufsrecht gilt nicht für Käufer, die zum Zeitpunkt des Vertragsschlusses keinem Mitgliedsstaat der Europäischen Union angehören und deren alleiniger Wohnsitz zum Zeitpunkt des Vertragsschlusses außerhalb der Europäischen Union liegen.
- 15.3. Das Widerrufsrecht erlischt vorzeitig, wenn Avoxa mit der Ausführung des Werbeauftrags begonnen hat, nachdem der Verbraucher (1.) ausdrücklich zugestimmt hat, dass Avoxa mit der Ausführung des Werbeauftrags vor Ablauf der Widerrufsfrist beginnt, und (2.) seine Kenntnis davon bestätigt hat, dass er durch seine Zustimmung mit Beginn der Ausführung des Werbeauftrags sein Widerrufsrecht verliert (§ 356 Abs. 4 BGB). Gibt der Verbraucher keine ausdrückliche Zustimmung ab, wird Avoxa mit der Ausführung des Werbeauftrags nicht vor Ablauf der Widerrufsfrist beginnen.
- 16. Digital Services Act**
- Die Angaben und Verpflichtungen gemäß den Bestimmungen des Digital Services Act (DSA), einschließlich transparenter Informationen über unsere Verfahren zur Moderation von Inhalten, finden Sie unter <https://avoxa.de/anzeigen-digital-service-act/>.
- 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 öffentlich-rechtliches 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
Medienberaterin Online / Social
MediaTelefon +49 6196 928-221
E-Mail r.defilippis@avoxa.de



Vera Noll
Leitung Digital Sales- und
Projektmanagement (Nord)
Online-Werbung

Telefon +49 6196 928-826
E-Mail v.noll@avoxa.de



Michael Pradel
Gebietsverkaufsleiter Print und Digital
Nielsen-Gebiete: III b und IV

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



Yasemin Sahan
Online Kampagnen Managerin
Telefon +49 6196 928-236
E-Mail y.sahan@avoxa.de



Simone Breuer
Medienberaterin
Online /Social Media
Telefon +49 6196 928-234
E-Mail s.breuer@avoxa.de



Yang Pan
Online Anzeigen Disponentin
Online-Werbung
Telefon +49 6196 928-240
E-Mail y.pan@avoxa.de

Portrait/
Leserschaft

Displaywerbung

Crossmedia-
Pakete

Newsletter/
Themenplan

Contentwerbung

Social Media

Content-
Service/
Events

Datenlieferung/
Konditionen

Verlags-
angaben

AGB und
Kontakt