NEU: E-Paper Digitale Ausgabe der PZ

pz-markt.de
Ein Service der Pharmazeutischen Zeitung

MEDIADATEN 2026

AVOXA
Mediengruppe Deutscher Apotheker

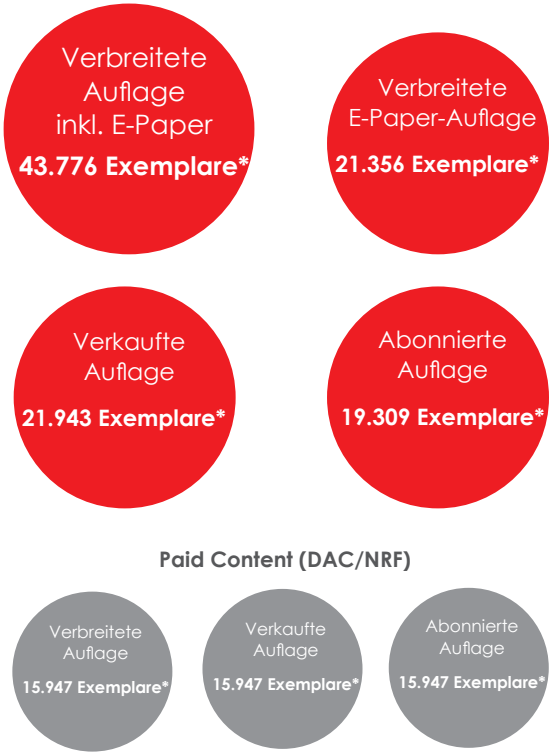
IVW-AUFLAGENANALYSE

PZ PHARMAZEUTISCHE ZEITUNG
DIE ZEITSCHRIFT DER APOTHEKERINNEN UND APOTHEKER

Pharmazeutische Zeitung – Reichweitenführer im Apothekenmarkt*

- Nahezu flächendeckende Marktabdeckung in deutschen Apotheken
- Höchste IVW-Gesamtverbreitung*
- 43.776 Exemplare Print inkl. E-Paper
- Stärkste Leserbindung*: Höchste Abo- und verkaufte Auflage
- Stärkste E-Paper-Verbreitung*: 21.356 Exemplare

Höchste Nutzung in der Zielgruppe** gemäß LA-PHARM 2024



* Quelle: IVW 2/2026
** Quelle: LA-PHARM 2024

LA-PHARM LESERBEFRAGUNG 2024

LA-PHARM
geprüft LA-PHARM 2024

PZ PHARMAZEUTISCHE ZEITUNG
DIE ZEITSCHRIFT DER APOTHEKERINNEN UND APOTHEKER

Die Pharmazeutische Zeitung (PZ) ist **Nummer 1*** der pharmazeutischen Fachmedien in der Gesamtreichweite in **allen Kategorien**:

Crossmediale Reichweite

Apotheken-Fachzeitschriften

Apotheken-Fachwebsites

Apotheken-Newsletter

Die **PZ** hat die **höchste*** Leser-Blatt-Bindung unter den abgefragten Apotheken-Fachzeitschriften:
92 %* der PZ-Leser würden die PZ **eher vermissen/sehr vermissen*** (Weitester Leserkreis)

Mit einem Klick zu den LA-PHARM Ergebnissen 2024

* Quelle: LA-PHARM 2024
Icon „Goldener Preis": © sdecoret – stock.adobe.com

LA-PHARM LESERBEFRAGUNG 2024

LA-PHARM
geprüft LA-PHARM 2024

PZ PHARMAZEUTISCHE ZEITUNG
DIE ZEITSCHRIFT DER APOTHEKERINNEN UND APOTHEKER

Alexander Müller

Sven Siebenand

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

Alexander Müller und Sven Siebenand, Chefredaktion

Mit einem Klick zu den LA-PHARM Ergebnissen 2024

Crossmediale Medienmarken-Reichweite

Die Pharmazeutische Zeitung ist in der crossmedialen Gesamtreichweite sowie in den Berufsgruppen Apothekenleiter und Approbierte Mitarbeiter Nummer 1*. In der Berufsgruppe PTA/Pharmazie-Ing. auf dem stolzen Platz 2*!

Gesamtreichweite:	74,9 %*	**Platz 1**
Apothekenleiter/ Approbierte Mitarbeiter:	87,4 %*	**Platz 1**
Apothekenleiter:	87,3 %*	**Platz 1**
Approbierte Mitarbeiter:	87,4 %*	**Platz 1**
PTA/Pharmazie-Ing.:	65,3 %*	**Platz 2**

Reichweite Apotheken-Fachzeitschriften

Die Pharmazeutische Zeitung ist in der Gesamtreichweite sowie in den Berufsgruppen Apothekenleiter und Approbierte Mitarbeiter Nummer 1 und somit in dieser Berufsgruppe das reichweitenstärkste Fachmagazin!**

Gesamtreichweite:	49,5 %**	**Platz 1**
Apothekenleiter/ Approbierte Mitarbeiter:	63,2 %**	**Platz 1**
Apothekenleiter:	65,7 %**	**Platz 1**
Approbierte Mitarbeiter:	62,3 %**	**Platz 1**

* Quelle: LA-PHARM 2024 NpM ** Quelle: LA-PHARM LpA

LA-PHARM LESERBEFRAGUNG 2024

LA-PHARM geprüft LA-PHARM 2024

PZ PHARMAZEUTISCHE ZEITUNG DIE ZEITSCHRIFT DER APOTHEKERINNEN UND APOTHEKER

Hohe Glaubwürdigkeit und breites Themenspektrum.

Beste Noten für die PZ-Printausgabe!

In **sieben*** abgefragten Titel-Eigenschaften sind die Werte der PZ-Printausgabe **höher** als bei allen anderen erhobenen Titeln:

Mit einem Klick zu den LA-PHARM Ergebnissen 2024

- Bietet ein breites Spektrum fachlicher Informationen: **78 %***
- Hat eine hohe Glaubwürdigkeit: **77 %***
- Berichtet und kommentiert aktuell: **74 %***
- Vermittelt Fachinformationen zu Produkten, Präparaten und Marktneuheiten: **72 %***
- Ist berufs- und gesundheitspolitisch bedeutsam: **71 %***
- Bietet Entscheidungshilfen bei Sortimentsauswahl von OTC-Produkten: **55 %***
- Unterstützt bei der Unternehmensführung der Apotheke: **52 %***

* Quelle: LA-PHARM 2024

KURZCHARAKTERISTIK

Porträt PZ-Markt

pz-markt.de
Ein Service der Pharmazeutischen Zeitung

Der PZ-Markt

Ob Dienstleistung, Apotheken-Kauf oder Pacht, Weiterbildung, Kunst und Antiquitäten, Produktwerbung oder Immobilien, Reisen und nicht zuletzt die Partnerbörse – mit einer Anzeige, im exklusiven Kleinanzeigenmarkt der Pharmazeutischen Zeitung und Marktplatz rund um die Apotheke, sind Sie genau richtig!

Denn mit einer kombinierten Anzeige in Print und online profitieren Sie doppelt!

Ihre Anzeige in der Pharmazeutischen Zeitung bringt Ihr Angebot oder Ihre Informationen ohne Streuverlust direkt zu Ihrer Zielgruppe: in Apotheken, Klinikapotheken, Universitäten, zu den pharmazeutischen Unternehmen, Krankenkassen und Gesundheitsbehörden (Auflage: 26.218 Exemplare*). Ergänzend zur Printausgabe erscheint die Pharmazeutische Zeitung nun auch als E-Paper – die digitale 1:1-Ausgabe des Magazins, die in Inhalt, Struktur und Anzeigenbelegung der Printausgabe entspricht.

Zusätzlich steht Ihre Anzeige zwei Wochen auf www.pz-markt.de und erhöht somit ihre Sichtbarkeit.

Nutzen Sie die Reichweite des meistgelesenen pharmazeutischen Fachmediums und geben Sie Ihrem Angebot auf **pz-markt.de** größtmögliche Bedeutung.

- Apothekeneinrichtung
- Werbemittel und Dekoration
- Apothekenverkauf
- Apothekengesuche
- IT/Technik
- Dienstleistungen
- Kurse
- Antiquitäten
- Weiterbildung
- Lichtwerbung
- Partnerbörse

* Quelle: IVW Q4/2025, verbreitete Auflage

PZ-MARKT – TERMINPLAN

Digitales E-Paper erscheint parallel zum Printtitel am Erscheinungstag.

pz-markt.de
Ein Service der Pharmazeutischen Zeitung

Heft	Erscheinungstag	Anzeigenschluss dienstags 12:00 Uhr
1/2	08.01.2026	06.01.2026
3[1]	15.01.2026	13.01.2026
4[1]	22.01.2026	20.01.2026
5	29.01.2026	27.01.2026
6	05.02.2026	03.02.2026
7	12.02.2026	10.02.2026
8	19.02.2026	17.02.2026
9[2]	26.02.2026	24.02.2026
10	05.03.2026	03.03.2026
11	12.03.2026	10.03.2026
12[3]	19.03.2026	17.03.2026
13	26.03.2026	24.03.2026
14	02.04.2026	31.03.2026
15	09.04.2026	07.04.2026
16	16.04.2026	14.04.2026
17	23.04.2026	21.04.2026
18[4]	30.04.2026	28.04.2026
19	07.05.2026	05.05.2026
20	14.05.2026	12.05.2026
21	21.05.2026	19.05.2026
22[5]	28.05.2026	26.05.2026
23[5]	04.06.2026	01.06.2026+
24[6]	11.06.2026	09.06.2026
25	18.06.2026	16.06.2026
26	25.06.2026	23.06.2026
27	02.07.2026	30.06.2026
28	09.07.2026	07.07.2026
29	16.07.2026	14.07.2026
30	23.07.2026	21.07.2026
31	30.07.2026	28.07.2026
32	06.08.2026	04.08.2026
33	13.08.2026	11.08.2026
34	20.08.2026	18.08.2026
35	27.08.2026	25.08.2026
36	03.09.2026	01.09.2026
37[7]	10.09.2026	08.09.2026
38[7]	17.09.2026	14.09.2026+
39	24.09.2026	22.09.2026
40	01.10.2026	29.09.2026
41	08.10.2026	06.10.2026
42	15.10.2026	13.10.2026
43	22.10.2026	20.10.2026
44	29.10.2026	27.10.2026
45	05.11.2026	03.11.2026
46	12.11.2026	10.11.2026
47[8]	19.11.2026	17.11.2026
48	26.11.2026	24.11.2026
49	03.12.2026	01.12.2026
50	10.12.2026	08.12.2026
51	17.12.2026	15.12.2026
52/53	24.12.2026	21.12.2026+

1 Heftauslage: Pharmacon Schladming
2 Heftauslage: ADKA-Regionalkongress Neu-Ulm
3 Heftauslage: PZ-Managementkongress
4 Heftauslage: DAV-Wirtschaftsforum
5 Heftauslage: Pharmacon Meran
6 Heftauslage: ADKA-Jahreskongress Düsseldorf
7 Heftauslage: expopharm und Deutscher Apothekertag
8 Heftauslage: ADKA-Herstellungssymposion, Fulda
+ vorgezogener Anzeigenschluss, 12:00 Uhr

ANZEIGENPREISE UND FORMATE

gültig ab 01.01.2026

pz-markt.de
Ein Service der Pharmazeutischen Zeitung

Die Preise beziehen sich auf Print inkl. E-Paper.

Anzeigenformate und Preise (rabattfähig)

Millimeter-Anzeigen, Preis je mm Höhe in € (max. Höhe 260 mm), 4c Euroskala	**1-spaltig 41 mm Breite**	**2-spaltig 86 mm Breite**	**3-spaltig 131 mm Breite**	**4-spaltig 176 mm Breite**
Produktwerbung, Kauf, Pacht, Verschiedenes, Kunst, Antiquitäten, Freizeit, Reisen, Kurse, Weiterbildung, Apothekeneinrichtung, -vermittlung und -auflösung, Digitale Lösungen/Software, Partnerbörse	3,80 €*	7,60 €*	11,40 €*	15,20 €*

Ihre Anzeige wird zusätzlich ab Erscheinungsdatum der gebuchten Ausgabe für zwei Wochen auf pz-markt.de veröffentlicht.

* Alle Preise verstehen sich zzgl. der gesetzlichen MwSt.

ANZEIGENBEISPIELE 1- und 2-spaltig

gültig ab 01.01.2026

Die Preise beziehen sich auf Print inkl. E-Paper.

pz-markt.de
Ein Service der Pharmazeutischen Zeitung

Gestalten Sie selbst schnell und unkompliziert Ihre Anzeige auf pz-markt.de

Standard-Anzeige 1-spaltig, 4-farbig

- Printanzeige 1-spaltig, 20 mm, 4-farbig
- 2 Wochen Online-Präsenz auf **pz-markt.de**
- Logo-Platzierung optional
- Erweiterung des Formats durch Zeilen-Zubuchung. Kosten pro Zeile: 15,20 €*

Preis: 76,00 €*

Musteranzeige P1

Musteranzeige P1:

1-spaltig - 20 mm hoch
für 76,00 €
Sollte Ihnen der Platz nicht ausreichen, können jederzeit einzelne Zeilen für **15,20** €/Zeile dazugebucht werden.

www.pz-markt.de

Premium-Anzeige 2-spaltig, 4-farbig

- Printanzeige 2-spaltig, 40 mm, 4-farbig
- 2 Wochen Online-Präsenz auf **pz-markt.de**
- Logo-Platzierung optional
- Erweiterung des Formats durch Zeilen-Zubuchung. Kosten pro Zeile: 30,40 €*

Preis: 304,00 €*

Musteranzeige P2

Ob Dienstleistung, Apotheken-Kauf oder Pacht, Weiterbildung, Kunst und Antiquitäten, Produktwerbung oder Immobilien, Reisen und nicht zuletzt Heirat und Bekanntschaft – mit einer Anzeige, im exklusiven Marktplatz rund um die Apotheke, sind Sie genau richtig!

Denn mit einer kombinierten Anzeige in Print und online profitieren Sie doppelt!

Die gedruckte Anzeige in der Pharmazeutischen Zeitung bringt Ihr Angebot oder Ihre Informationen ohne Streuverlust direkt zu Ihrer Zielgruppe. Zusätzlich steht Ihre Anzeige eine Woche online und erhöht somit ihre Sichtbarkeit.

Kontakt: anzeigen@avoxa.de oder Telefon 06196/928-220

* Alle Preise verstehen sich zzgl. der gesetzlichen MwSt.

INDIVIDUELLE ANZEIGE

gültig ab 01.01.2026

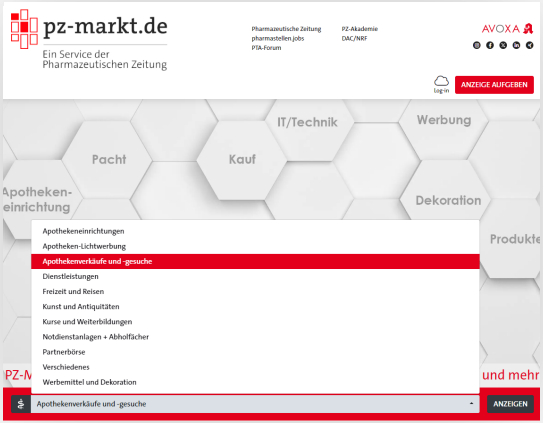
pz-markt.de
Ein Service der Pharmazeutischen Zeitung

Wir gestalten Ihre Anzeige nach Ihren Wünschen.

Oder nutzen Sie für Ihre fertig gestaltete Anzeige unseren Datei-Upload auf pz-markt.de:

- Printanzeige, 4-farbig inkl. E-Paper
- 2 Wochen Online-Präsenz auf **pz-markt.de**
- Chiffre-Anzeigen* möglich

Preis: **auf Anfrage**



* Chiffregebühr 10 € zzgl. gesetzliche MwSt.

ONLINE-PLATZIERUNGEN

gültig ab 01.01.2026

pz-markt.de
Ein Service der Pharmazeutischen Zeitung

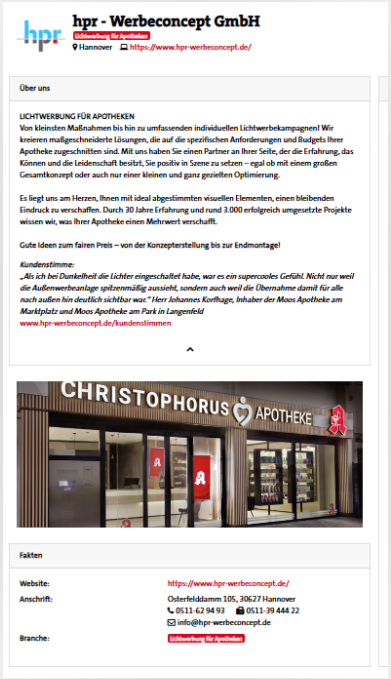
Online-Firmenprofil

Sie möchten Ihr Unternehmen ausführlich vorstellen? Über Ihren Standort, Ihre Leistungen und Produkte informieren? Und regelmäßig auf besondere Angebote verlinken?

Format: Logo auf der Startseite, Logo in der Übersicht der Firmenprofile, umfassendes Firmenprofil mit Verlinkungs-, Bild-, Text- und Video-Optionen, Verknüpfung von laufenden PZ-Markt-Anzeigen, Direkt-Verlinkung zur Unternehmens-Webseite

Umsetzung: Sie lassen uns Ihr Text- und Bild-Material sowie Ihren Wunsch-Ziel-Link zukommen und wir richten alles für Sie ein. Vor Liveschaltung erhalten Sie einen Link zur finalen Freigabe.

Preis: **1.900 €** / Laufzeit 6 Monate



* Alle Preise verstehen sich zzgl. Der gesetzlichen MwStt.

ONLINE-PLATZIERUNGEN

gültig ab 01.01.2026

pz-markt.de
Ein Service der Pharmazeutischen Zeitung

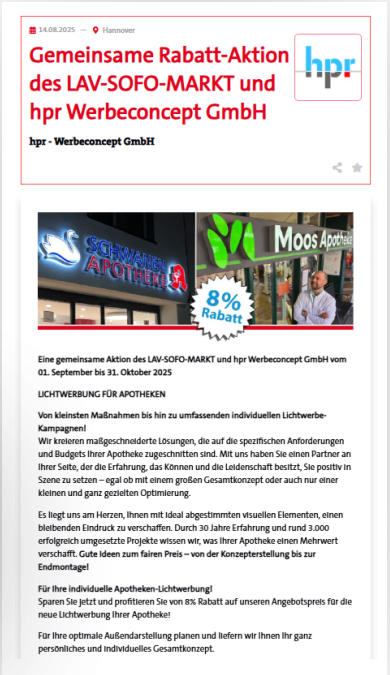
Online-Advertorial (Rubrik)

Sichern Sie sich Ihren Platz in der passenden Rubrik und führen Sie interessierte Nutzer direkt zu Ihrem Unternehmen!

Format: Umfangreiche Bild-Text Anzeige in der passenden PZ-Markt Rubrik mit Direkt-Verlinkung auf Ihre Ziel-Webseite.

Umsetzung: Sie lassen uns Ihr Text- und Bild-Material sowie Ihren Wunsch-Ziel-Link zukommen und wir richten alles für Sie ein. Vor Liveschaltung erhalten Sie einen Link zur finalen Freigabe.

Preis: **760 €** / Laufzeit 1 Monat
1.350 € / Laufzeit 3 Monate



* Alle Preise verstehen sich zzgl. der gesetzlichen MwSt.

ONLINE-PLATZIERUNGEN

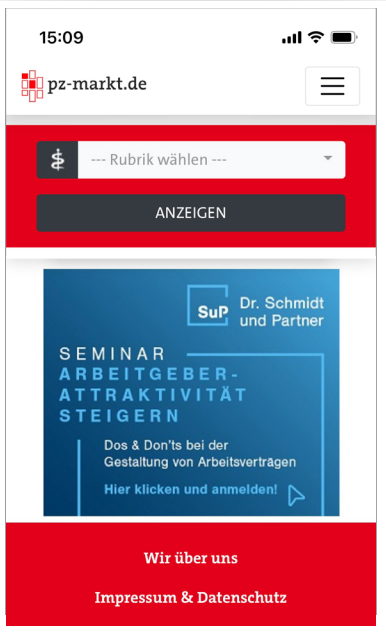
gültig ab 01.01.2026

pz-markt.de
Ein Service der Pharmazeutischen Zeitung

Display-Werbung

Sie möchten mit einer aufmerksamkeitsstarken Bannerkampagne auf Ihr Produkt oder Ihre Dienstleitung aufmerksam machen?

Platzierung:	rotierend auf **pz-markt.de** und **pharmazeutische-zeitung.de**
Format:	Billboard 800 x 250 px und Medium Rectangle 300 x 250 px
Zeitraum:	pro Monat buchbar / 30.000 Ad Impressions
Preis:	**1.950 €** / Monat



* Alle Preise verstehen sich zzgl. der gesetzlichen MwSt.

AVOXA CONTENT SERVICE

pz-markt.de
Ein Service der Pharmazeutischen Zeitung

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

pz-markt.de
Ein Service der Pharmazeutischen Zeitung

Zu unseren Veranstaltungen

pharmacon

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

Mehr Informationen: www.pharmacon.de

ADKA KONGRESS

Ort/Termin:
Jahreskongress Düsseldorf, 11.06. – 13.06.2026
Regionalkongress Süd Neu-Ulm, 27.02. – 28.02.2026
Herstellungssymposion Fulda, 19.11. – 20.11.2026

Mehr Informationen: www.adka-kongress.de

PZ management kongress

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

Mehr Informationen: www.pz-kongress.de

expopharm

Ort/Termin: München, 15.09. – 17.09.2026

Mehr Informationen: www.expopharm.de

DAV wirtschaftsforum

Ort/Termin: Berlin, 05.05. – 06.05.2026

Mehr Informationen: www.dav-wirtschaftsforum.de

PRODUKTION

pz-markt.de
Ein Service der Pharmazeutischen Zeitung

1 |	**Zeitschriftenformat** **Satzspiegel**	210 mm breit x 297 mm hoch 176 mm breit x 260 mm hoch 4-spaltiger Umbruch
2 |	**Termine** **Erscheinungsweise** **Erscheinungstermin**	 wöchentlich jeweils donnerstags
3 |	**Anzeigenschuss**	2 Tage vor Erscheinen, dienstags 12:00 Uhr bei vorgezogenem Anzeigenschluss montags 12:00 Uhr
	Aufträge an:	anzeigen@avoxa.de

4 |	**Rücktrittsrecht**	zum Anzeigenschluss
5 |	**Druckverfahren**	Offset, 60er Raster, Euroskala (CMYK)
6 |	**Druckunterlagen**	O mindestens PDF Version 1.5 oder höher (Transparenzen sollten erhalten bleiben) per E-Mail an: **anzeigen@avoxa.de** O keine Sonderfarben O schwarz-weiße Elemente sollten auch schwarz-weiß angelegt werden O keine Ebenen O Schriften einbetten O 300 dpi Bildauflösung (vorzugsweise bearbeitet und mit entsprechendem Profil) O Daten mit ISO Coated v2 (ECI)

Gelieferte RGB-Daten werden in CMYK gewandelt ohne Kontrolle!

KONDITIONEN

gültig ab 01.01.2026

pz-markt.de
Ein Service der Pharmazeutischen Zeitung

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

Rücktrittsrecht: zum Anzeigenschluss

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

Anzeigenannahme

telefonisch:	+49 6196 928 – 220
per E-Mail:	anzeigen@avoxa.de
im Internet:	**www.pharmazeutische-zeitung.de**
per Post:	Avoxa – Mediengruppe Deutscher Apotheker GmbH Anzeigenabteilung Carl-Mannich-Straße 26, 65760 Eschborn

Rabattstaffel:

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

Agenturprovision: 10%

Hinweis: Die Anzeigenkosten im PZ-Markt errechnen sich aus der Spaltenanzahl x Kosten je mm x Anzeigenhöhe; die Anzeigenhöhe ergibt sich aus der Textmenge. Für telefonisch übermittelte Anzeigentexte kann keine Gewähr übernommen werden. Um Abdruckfehler zu vermeiden bitten wir Sie, Ihre Anzeigenwünsche möglichst elektronisch aufzugeben. Chiffregebühren werden auch dann als Verwaltungspauschale berechnet, wenn keine Zuschriften eingehen.

E-PAPER
TECHNISCHE HINWEISE

pz-markt.de
Ein Service der Pharmazeutischen Zeitung

Die Pharmazeutische Zeitung erscheint ab sofort zusätzlich zur Printausgabe auch digital als E-Paper in der Avoxa Kiosk-App.

Das E-Paper entspricht inhaltlich vollständig der gedruckten Ausgabe. Alle redaktionellen Inhalte und Anzeigen* werden identisch abgebildet und um den Komfort digitaler Nutzung ergänzt. Die mobile Optimierung auf alle Endgeräte, die individuelle Anpassung der Textgröße sowie eine Vorleseversion machen das E-Paper komfortabel und barrierefrei. Nutzerinnen und Nutzer profitieren zusätzlich von der sofortigen Verfügbarkeit jeder neuen Ausgabe und dem bequemen Zugriff auf vergangene Ausgaben.

Die Pharmazeutische Zeitung ist bei der Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern (IVW) als identische 1:1-Ausgabe zur Auflagenkontrolle angemeldet.

Ihre Werbung – doppelt stark platziert

- Alle Anzeigen und Beilagen* erscheinen ohne Aufpreis ebenfalls im E-Paper*
- Digitale Reichweite für gedruckte Inhalte
- Auflagenprüfung durch die IVW
- Moderne und komfortable Erweiterung der journalistischen Markenwelt bietet eine optimale Ergänzung zu Print- und Online-Buchungen

Erscheinungstermin

Erscheinungstag E-Paper: donnerstags mit der Printausgabe

Zugriff & Login

- Verfügbar über die Avoxa Kiosk-App
- Kundennummer des PZ-Abonnement
- Postleitzahl (PLZ)

*Gilt nicht für Sonderwerbeformen und Teilbeilagen.

E-PAPER
TECHNISCHE HINWEISE

pz-markt.de
Ein Service der Pharmazeutischen Zeitung

Datenanlieferung von Einheftern (EH) und Beilagen (außer Teilbeilagen)

- Eingang der EH und Beilagen als pdf-Datei im Verlag:
  bis **spätestens montags 12:00 Uhr**,
  vor dem Erscheinungstermin der jeweiligen Printausgabe
- Anlieferung per E-Mail: **e-paper@avoxa.de**
  Vermerk in der Betreffzeile: **EH/Beilage – Name des Titels – Ausgaben-Nummer**

Datenaufbereitung

- PDF in niedriger Auflösung
- Nettoformat ohne Beschnittzugabe
- Keine Schnittmarken
- Keine zusätzlichen Druckkennzeichnungen

Platzierung

Einhefter: identischer Platzierung und Reihenfolge wie in der Printausgabe

Beilagen: erscheinen in der Rubrik „Aus der Branche“

Visualisierung

Die Darstellung der Inhalte im E-Paper kann aufgrund technischer Rahmenbedingungen (z. B. Endgerät, Bildschirmauflösung, Browser, Zoom- oder Navigationsfunktionen) von der Darstellung in der Printausgabe abweichen.

Inhalt, Umfang und Platzierung der Anzeigen entsprechen jedoch der jeweiligen Printausgabe.

Abgrenzung zu den Websites

Das E-Paper ist die digitale Ausgabe der Pharmazeutischen Zeitung und nicht mit der Website pharmazeutische-zeitung.de gleichzusetzen. Anzeigen im E-Paper sind Bestandteil der jeweiligen Ausgabe und unterliegen nicht den Nutzungs-, Reichweiten- oder Abrechnungslogiken der Websites.

Das E-Paper ist kein Online-Werbeformat im Sinne von Display- oder Content-Advertising.

VERLAGSANGABEN UND KURZCHARAKTERISTIK

Die Pharmazeutische Zeitung als offizielle Verbandszeitschrift der deutschen Apothekerinnen und Apotheker ist mit einer wöchentlich verbreiteten Auflage von 43.776 Exemplaren (IVW 2/26 Gesamtverbreitung Print inkl. E-Paper) die führende wöchentlich erscheinende Apotheken-Fachzeitschrift in der Bundesrepublik.

Ergänzend zur Printausgabe erscheint die Pharmazeutische Zeitung nun auch als E-Paper – die digitale 1:1-Ausgabe des Magazins, die in Inhalt, Struktur und Anzeigenbelegung der Printausgabe entspricht.

Bestätigt wird dies durch die aktuellen Zahlen der Leserschaftsuntersuchung LA-PHARM 2024. Hierbei wird die PZ sowohl bei quantitativen Ergebnissen wie der Reichweite als auch bei den qualitativen Ergebnissen wie der Leser-Blatt-Bindung ganz klar als Nummer 1* der pharmazeutischen Fachzeitschriften ausgewiesen.

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

1 | Erscheinungsweise wöchentlich, donnerstags

2 | Jahrgang 171. Jahrgang

3 | Mitgliedschaften LA-PHARM / IVW / SZV

4 | Organ Zentralorgan für die Apotheken der Bundesrepublik Deutschland

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

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

Geschäftsführung Metin Ergül, Peter Steinke

7 | Redaktionsleitung Alexander Müller, Sven Siebenand
Telefon +49 6196 928-272
Telefax +49 6196 928-275
E-Mail pz-redaktion@avoxa.de

*siehe Seite 3

VERLAGSANGABEN

LA-PHARM
geprüft LA-PHARM 2024

PZ PHARMAZEUTISCHE ZEITUNG
DIE ZEITSCHRIFT DER APOTHEKERINNEN UND APOTHEKER

8 |	**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
	Anzeigenverkaufsleiter	Saasan Seifi (stellv. Anzeigenleiter) Nielsen-Gebiete: II, III a Österreich, Schweiz Telefon +49 6196 928-225 E-Mail s.seifi@avoxa.de Achim Heinemann Nielsen-Gebiete: I, IV, VI und VII Telefon +49 6196 928-231 E-Mail a.heinemann@avoxa.de
	Gebietsverkaufsleiter Print und Digital	Michael Pradel Nielsen-Gebiete: III b + IV Telefon +49 6196 928-106 E-Mail m.pradel@avoxa.de
	Medienberaterin Anzeigendisposition Pharmazeutische Zeitung	Michaela Bauer Telefon +49 6196 928-235 Telefax +49 6196 928-232 E-Mail m.bauer@avoxa.de
	Medienberaterin Anzeigendisposition PZ-Markt Stellenmarkt	Astrid Kühn Telefon +49 6196 928-228 Telefax +49 6196 928-233 E-Mail a.kuehn@avoxa.de
9 |	**Vertriebsleitung** Telefon E-Mail	Maria Scholz +49 6196 928-242 m.scholz@avoxa.de
10 |	**Bezugspreis Inland Jahresabonnement Print inkl. E-Paper**	351,00 € inkl. MwSt./inkl. Porto, inkl. PTA-Forum
	Einzelverkauf	6,75 € inkl. MwSt./inkl. Porto
	Kontakt	Kundenservice Fachzeitschriften Telefon +49 6196 928-350 E-Mail zeitschriften@avoxa.de
11 |	**ISSN**	0031-7136
12 |	**Auflagenkontrolle**	

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. „Werbeauftrag" 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 Werbeauftrag kann auf einzelne Werbemittel oder für eine festgelegte Anzahl von Werbemitteln bezogen sein. Zudem können feste Termine für einzelne Schaltungen oder eine bestimmte Laufzeit der Werbemittel vereinbart werden.

2.2. „Werbemittel" im Sinne dieser AGB können Bilder, Texte, Tonfolgen, Videos, Hyperlinks und Kombinationen aus den genannten Elementen sein, insbesondere auch Stellenanzeigen und Stellengesuche. Form und Inhalt des einzelnen Werbemittels werden durch den Werbeauftrag 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 (IVW) als 1:1-E-Paper zur Auflagenkontrolle angemeldet ist.

3. Vertragsschluss

3.1. Werbeaufträge 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 Werbeauftrag 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 noch keine Vertragsannahme durch Avoxa dar. Der Werbeauftrag 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/agb/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 Werbeauftrag 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 Werbeauftrag 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 Kunden 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

technischen Vorgaben und Anzeigenschlusstermine bzw. Druckunterlagentermine 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 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“, 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 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 Rechtseinräumung 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.

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 Zähldifferenzen 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 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.

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 Werbeauftrags 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, 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. 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 Werbeauftrags 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 Mitgliedstaat 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.

AVOXA
Mediengruppe Deutscher Apotheker

EIN STARKES TEAM FÜR STARKE MARKEN

Ramona Luft-De Filippis
Leiterin Anzeigenabteilung

Telefon +49 6196 928-221
E-Mail r.defilippis@avoxa.de

Saasan Seifi
stellv. Anzeigenleiter

Telefon +49 6196 928-225
E-Mail s.seifi@avoxa.de

Daniela Kreiner
Assistentin Anzeigenleitung

Telefon +49 6196 928-222
E-Mail d.kreiner@avoxa.de

Astrid Kühn
Medienberaterin
PTA-Forum
Stellen-/PZ-Markt

Telefon +49 6196 928-228
E-Mail a.kuehn@avoxa.de

Franziska Steinbach
Online Sales- & Projektmanagerin
(Nord)

Telefon +49 6196 928-237
E-Mail f.steinbach@avoxa.de

Kirsten Zschätzsch
Projektleitung pharmastellen.jobs
und PZ-Markt

Telefon: +49 6196 928-835
E-Mail k.zschaetzsch@avoxa.de