PHARMAZEUTISCHE ZEITUNG
DIE ZEITSCHRIFT DER APOTHEKERINNEN UND APOTHEKER

pta FORUM

SONDER-WERBEFORMEN 2027

AVOXA
Mediengruppe Deutscher Apotheker

Sonderwerbeformen für Pharmazeutische Zeitung und PTA-Forum 2027

Die Pharmazeutische Zeitung als offizielle Verbandszeitschrift der deutschen Apotheker ist mit einer wöchentlich verbreiteten Auflage von 43.776 Exemplaren (IVW 2/2026) die führende wöchentlich erscheinende Apotheken-Fachzeitschrift in der Bundesrepublik.
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 die beste Leser-Blatt-Bindung der pharmazeutischen Fachmagazine ausgewiesen*. 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.
Wöchentlich berichten Redakteure und anerkannte Fach-leute über aktuelle Themen, u. a. aus Pharmazie, Medizin, Politik und Wirtschaft. Die PZ dient Apothekern und Apothekenmitarbeitern als wesentliche Informationsquelle und bietet mit dem umfangreichen Serviceteil eine praktische Hilfe im Apothekenalltag.

Mit einem Klick zu den LA-PHARM Ergebnissen 2024

1 | Organ	Zentralorgan für die Apotheken der Bundesrepublik Deutschland
2 | Herausgeber	ABDA – Bundesvereinigung Deutscher Apothekerverbände e.V.
3 | 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
4 | Mitgliedschaften	LA-PHARM / IVW / SZV
5 | Redaktionsleitung	Alexander Müller, Sven Siebenand Telefon +49 6196 928 - 272 Telefax +49 6196 928 - 275 E-Mail pz-redaktion@avoxa.de
6 | Anzeigenleitung	Ramona Luft-De Filippis Telefon +49 6196 928 - 221 E-Mail r.defilippis@avoxa.de
Assistenz	Daniela Kreiner Telefon +49 6196 928 - 222 Telefax +49 6196 928 - 232 E-Mail d.kreiner@avoxa.de
Medienberaterin Anzeigendisposition Pharmazeutische Zeitung/OTC-Spezial	Michaela Bauer Telefon +49 6196 928 - 235 Telefax +49 6196 928 - 232 E-Mail m.bauer@avoxa.de
Medienberaterin PTA-Forum	Andrea Peterson Telefon +49 6196 928 - 226 Telefax +49 6196 928 - 233 E-Mail a.peterson@avoxa.de
7 | Vertriebsleitung	Maria Scholz Telefon +49 6196 928 - 242 E-Mail m.scholz@avoxa.de

Weitere Informationen zur Pharmazeutischen Zeitung und PTA-Forum finden Sie in unseren Mediadaten der beiden Medien.

PHARMAZEUTISCHE ZEITUNG – DIE ZEITSCHRIFT DER APOTHEKERINNEN UND APOTHEKER

pta FORUM

*Quelle: LA-PHARM 2024

Sonderwerbeformen für Pharmazeutische Zeitung und PTA-Forum 2027

Anzeigen-Sonderformate	Sonderwerbeformen	Sonderpublikationen
Eckfeldanzeige quadratisch	Aufgeklebte Sonderwerbeformen	Advertorial
Eckfeldanzeige rechteckig	Aufgeklebtes Post-it auf Anzeige	Advertorial 2/1 über Bund
Eckfeldanzeige im Inhaltsverzeichnis	Aufgeklebtes Post-it im Editorial	Beratung aktuell
1/3 Seite hoch neben Editorial	Aufgeklebte Haftnotiz im Editorial	Akkreditierte Fortbildung
Flexform-Anzeige	Aufgeklebte Postkarte auf Anzeige	Markenprofil
Hufeisenanzeige	Aufgeklebte Warenprobe, Booklet,CD etc.	Optimierte Themenbeilage
Inselanzeige 80 x 80 mm	Flip-Einhefter, 4-seitig	Verlagsbeilage
Inselanzeige 51 x 100 mm	Aufklappbarer Mittel-Durchhefter, 4-seitig	Praxiswissen
Mittelbalken 1/3 Seite quer	Altarfalz	
Mittelbalken 1/4 Seite quer	Frenchcover	
Mittelsäule 1/3 Seite	Gatefolder / Fondfolder	
Randsäulen 2 x 1/3 Seite	Titelklappe ½-seitig	
	Lesezeichen	

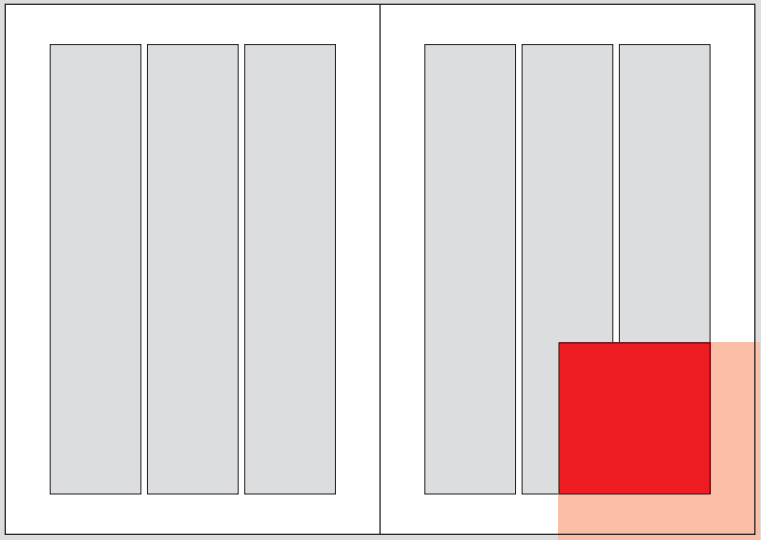
PZ PHARMAZEUTISCHE ZEITUNG
DIE ZEITSCHRIFT DER APOTHEKERINNEN UND APOTHEKER

pta FORUM

Eckfeldanzeige quadratisch
Bei Anzeigen im Anschnitt
3 mm Beschnittzugabe.

Bei Anschnittanzeigen müssen Text- und Bildelemente mindestens 6 mm vom Anschnitt entfernt sein.

Die Preise beziehen sich auf die Print-ausgabe inkl. E-Paper und sind rabatt-, AE- und skontofähig, zzgl. MwSt.

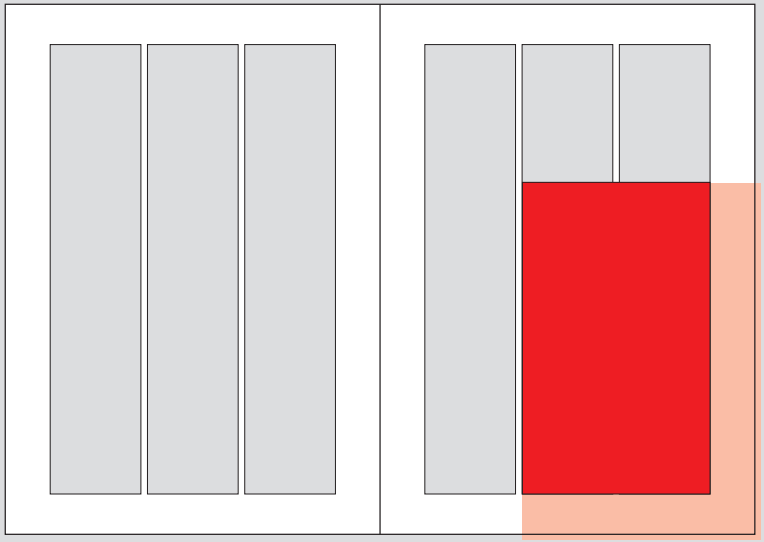


Titel	Format	Farbe	Preise
PHARMAZEUTISCHE ZEITUNG	Satzspiegel: B 78 mm x H 78 mm Anschnitt: B 103 mm x H 103 mm	4c	3.180 €
pta FORUM	Satzspiegel: B 78 mm x H 78 mm Anschnitt: B 99 mm x H 99 mm	4c	2.470 €

Eckfeldanzeige rechteckig
Bei Anzeigen im Anschnitt
3 mm Beschnittzugabe.

Bei Anschnittanzeigen müssen Text- und Bildelemente mindestens 6 mm vom Anschnitt entfernt sein.

Die Preise beziehen sich auf die Print-ausgabe inkl. E-Paper und sind rabatt-, AE- und skontofähig, zzgl. MwSt.



Titel	Format	Farbe	Preise
PHARMAZEUTISCHE ZEITUNG	Satzspiegel: B 105 mm x H 175 mm Anschnitt: B 131 mm x H 192 mm	4c	4.800 €
pta FORUM	Satzspiegel: B 105 mm x H 175 mm Anschnitt: B 127 mm x H 193 mm	4c	3.380 €

Sonderwerbeformen für Pharmazeutische Zeitung und PTA-Forum

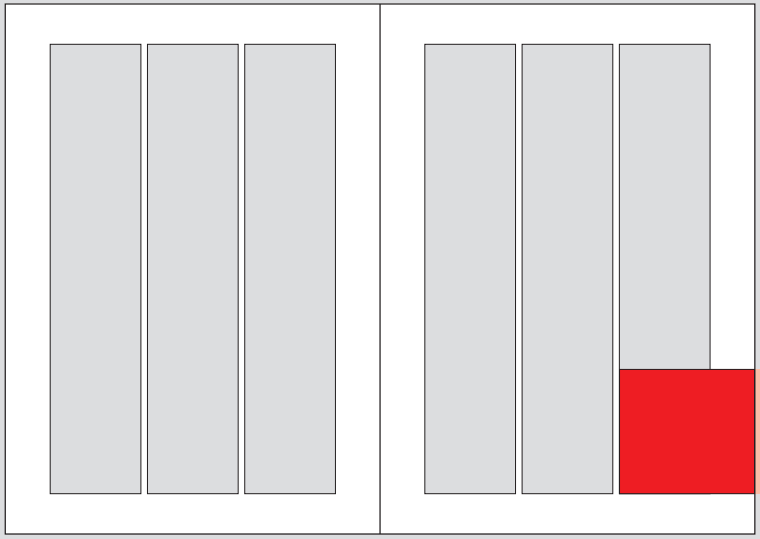
2027

Eckfeldanzeige im Inhaltsverzeichnis

Bei Anzeigen im Anschnitt rechts + 3 mm Beschnittzugabe.

Bei Anschnittanzeigen müssen Text- und Bildelemente mindestens 6 mm vom Anschnitt entfernt sein.

Die Preise beziehen sich auf die Print-ausgabe inkl. E-Paper und sind rabatt-, AE- und skontofähig, zzgl. MwSt.

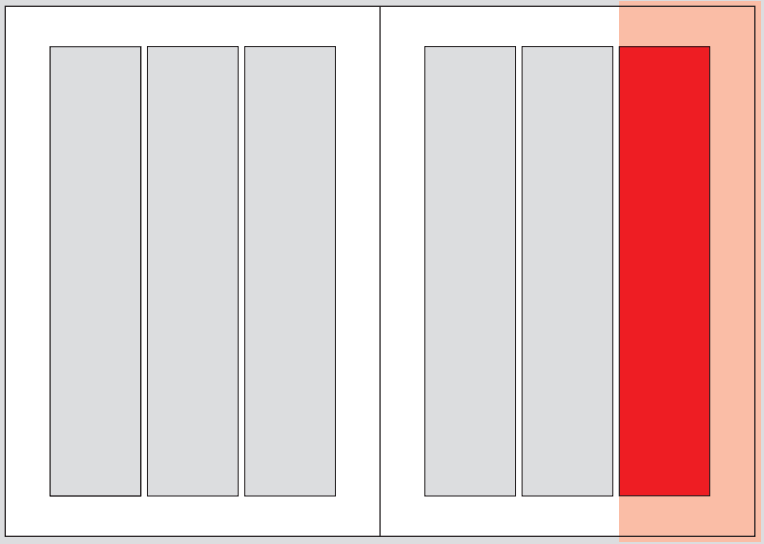


Titel	Format	Farbe	Preise
PHARMAZEUTISCHE ZEITUNG	Anschnitt: B 76 mm x H 76 mm	4c	2.600 €
pta FORUM	nicht möglich		

1/3 Seite hoch neben Editorial
Bei Anzeigen im Anschnitt
3 mm Beschnittzugabe.

Bei Anschnittanzeigen müssen Text- und Bildelemente mindestens 6 mm vom Anschnitt entfernt sein.

Die Preise beziehen sich auf die Print-ausgabe inkl. E-Paper und sind rabatt-, AE- und skontofähig, zzgl. MwSt.

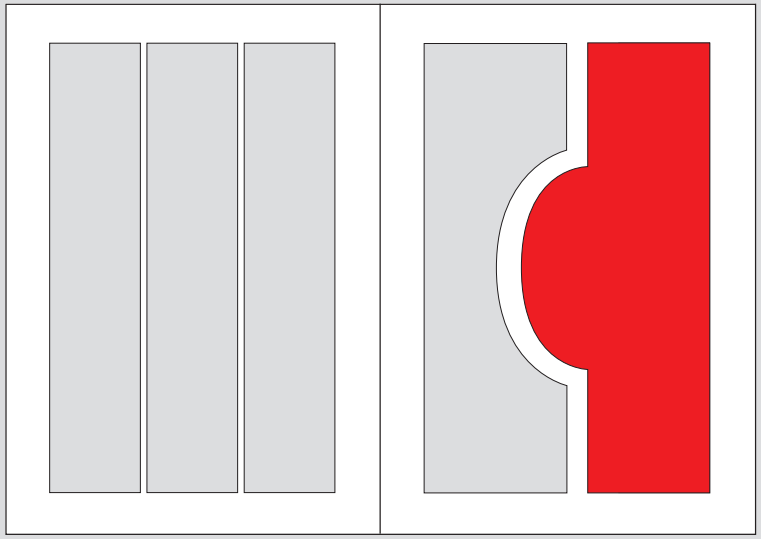


Titel	Format	Farbe	Preise
PHARMAZEUTISCHE ZEITUNG PZ	nicht möglich		
pta FORUM	Anschnitt: B 72 mm x H 295 mm Beschnitt: rechts sowie unten und oben + 3 mm	4c	3.370 €

Sonderwerbeformen für Pharmazeutische Zeitung und PTA-Forum

2027

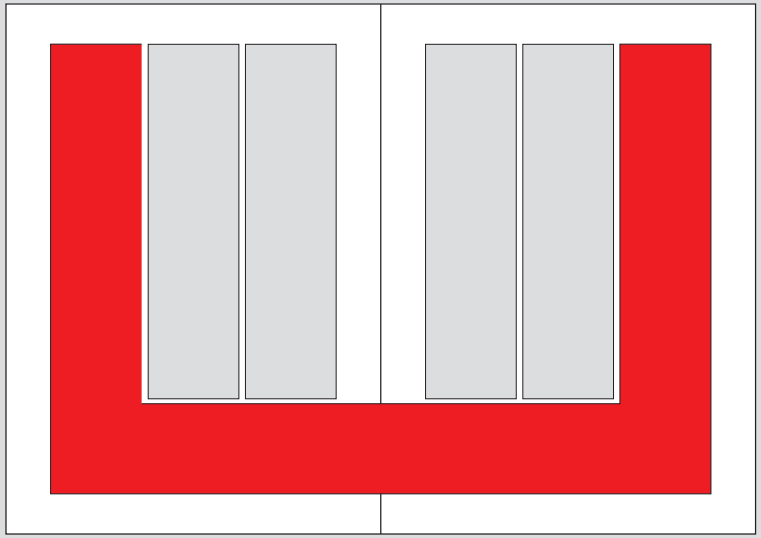
Flexform-Anzeige
Die Preise beziehen sich auf die Print-ausgabe inkl. E-Paper und sind rabatt-, AE- und skontofähig, zzgl. MwSt.



Titel	Format	Farbe	Preise
PHARMAZEUTISCHE ZEITUNG	Format auf Anfrage (Musterabbildung als Beispiel)	4c	auf Anfrage
pta FORUM	Format auf Anfrage (Musterabbildung als Beispiel)	4c	auf Anfrage

Hufeisenanzeige
Anzeige nur im Satzspiegel möglich!

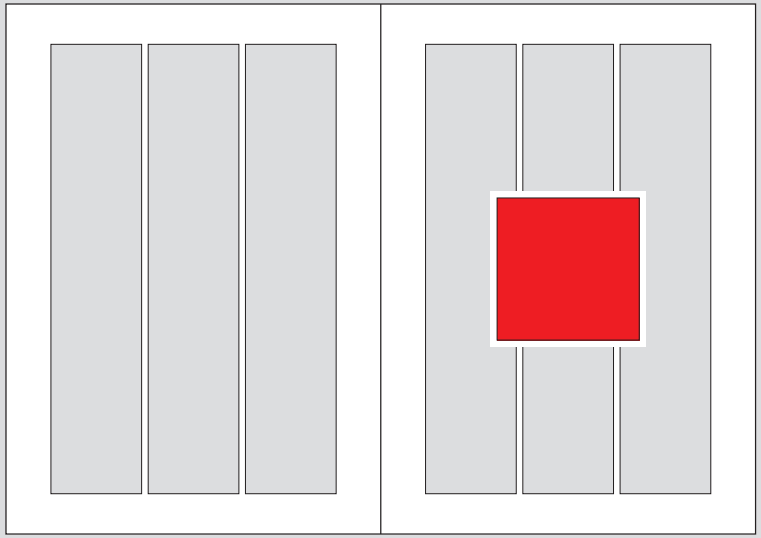
Die Preise beziehen sich auf die Print-ausgabe inkl. E-Paper und sind rabatt-, AE- und skontofähig, zzgl. MwSt.



Titel	Format	Farbe	Preise
PHARMAZEUTISCHE ZEITUNG	Satzspiegel: B 369 mm x B 51 mm x H 252 mm x H 51 mm	4c	11.000 €
pta FORUM	Satzspiegel: B 369 mm x B 51 mm x H 252 mm x H 51 mm	4c	7.760 €

Inselanzeige 80 x 80 mm
Anzeige nur im Satzspiegel möglich!

Die Preise beziehen sich auf die Print-ausgabe inkl. E-Paper und sind rabatt-, AE- und skontofähig, zzgl. MwSt.



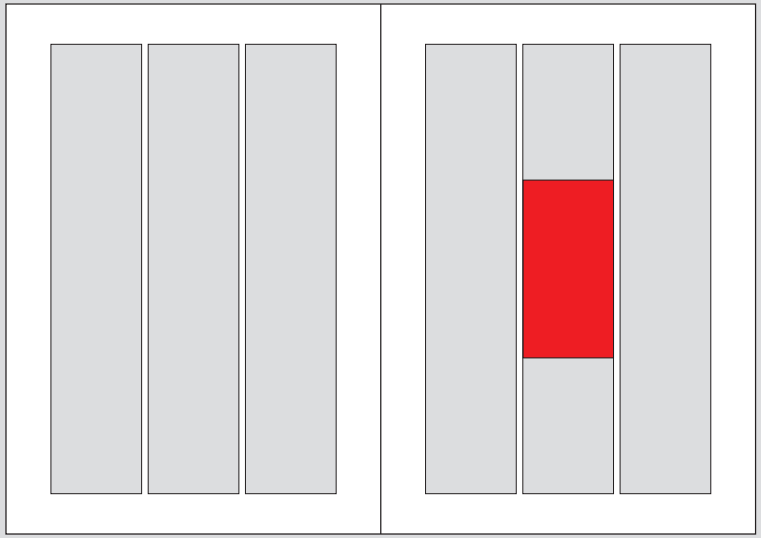
Titel	Format	Farbe	Preise
PHARMAZEUTISCHE ZEITUNG	Satzspiegel: B 80 mm x H 80 mm	4c	3.410 €
pta FORUM	Satzspiegel: B 80 mm x H 80 mm	4c	2.950 €

Sonderwerbeformen für Pharmazeutische Zeitung und PTA-Forum

2027

Inselanzeige 51 x 100 mm
Anzeige nur im Satzspiegel möglich!

Die Preise beziehen sich auf die Print-ausgabe inkl. E-Paper und sind rabatt-, AE- und skontofähig, zzgl. MwSt.

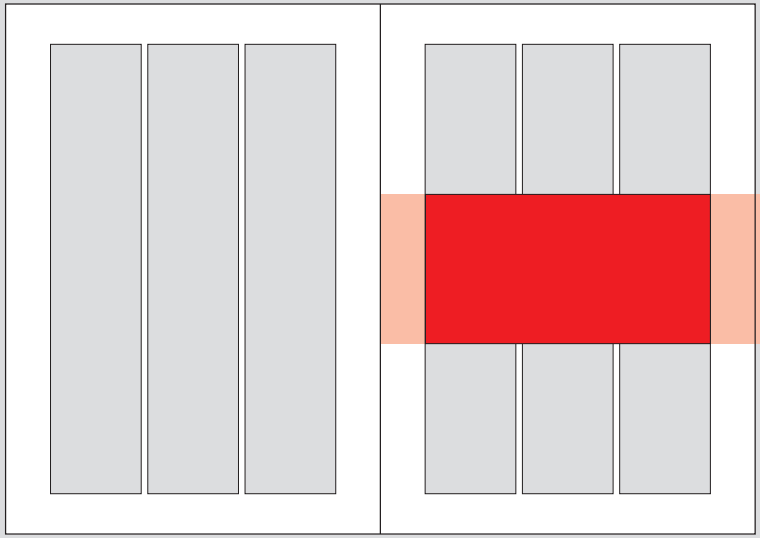


Titel	Format	Farbe	Preise
PHARMAZEUTISCHE ZEITUNG	Satzspiegel: B 51 mm x H 100 mm	4c	2.800 €
pta FORUM	Satzspiegel: B 51 mm x H 100 mm	4c	1.910 €

Mittelbalken 1/3 Seite quer
Bei Anzeigen im Anschnitt 3 mm Beschnittzugabe.

Bei Anschnittanzeigen müssen Text- und Bildelemente mindestens 6 mm vom Anschnitt entfernt sein.

Die Preise beziehen sich auf die Printausgabe inkl. E-Paper und sind rabatt-, AE- und skontofähig, zzgl. MwSt.

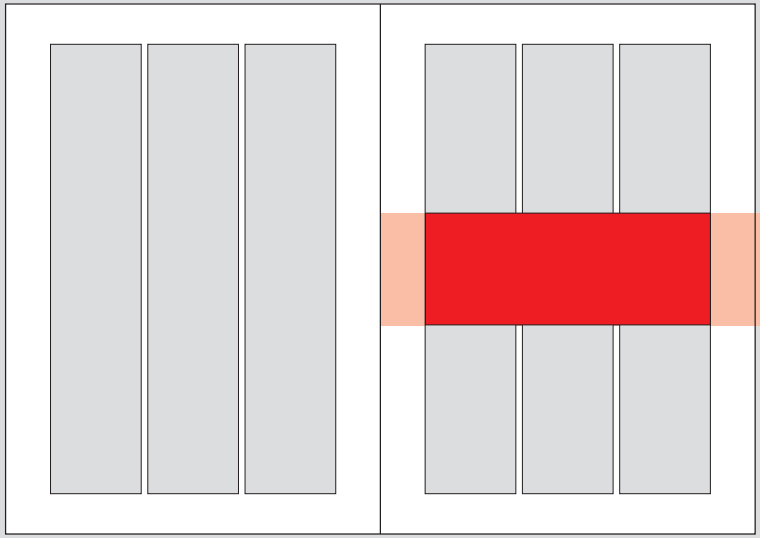


Titel	Format	Farbe	Preise
PHARMAZEUTISCHE ZEITUNG	Satzspiegel: B 160 mm x H 84 mm Anschnitt: B 210 mm x H 84 mm Beschnitt: rechts und links + 3 mm	4c	4.600 €
pta FORUM	Satzspiegel: B 160 mm x H 84 mm Anschnitt: B 202 mm x H 84 mm Beschnitt: rechts und links + 3 mm	4c	3.130 €

Mittelbalken 1/4 Seite quer
Bei Anzeigen im Anschnitt 3 mm Beschnittzugabe.

Bei Anschnittanzeigen müssen Text- und Bildelemente mindestens 6 mm vom Anschnitt entfernt sein.

Die Preise beziehen sich auf die Printausgabe inkl. E-Paper und sind rabatt-, AE- und skontofähig, zzgl. MwSt.



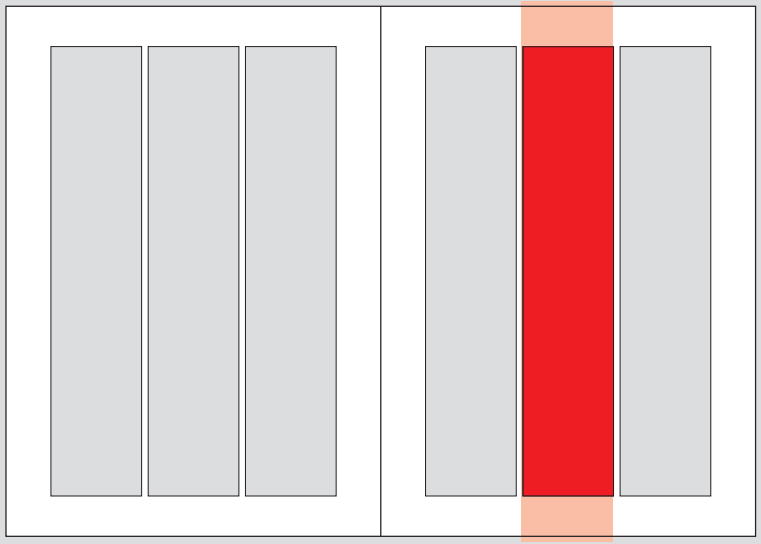
Titel	Format	Farbe	Preise
PHARMAZEUTISCHE ZEITUNG	Satzspiegel: B 160 mm x H 63 mm Anschnitt: B 210 mm x H 63 mm Beschnitt: rechts und links + 3 mm	4c	3.600 €
pta FORUM	Satzspiegel: B 160 mm x H 63 mm Anschnitt: B 202 mm x H 63 mm Beschnitt: rechts und links + 3 mm	4c	2.780 €

Mittelsäule 1/3 Seite

Bei Anzeigen im Anschnitt 3 mm Beschnittzugabe.

Bei Anschnittanzeigen müssen Text- und Bildelemente mindestens 6 mm vom Anschnitt entfernt sein.

Die Preise beziehen sich auf die Print-ausgabe inkl. E-Paper und sind rabatt-, AE- und skontofähig, zzgl. MwSt.



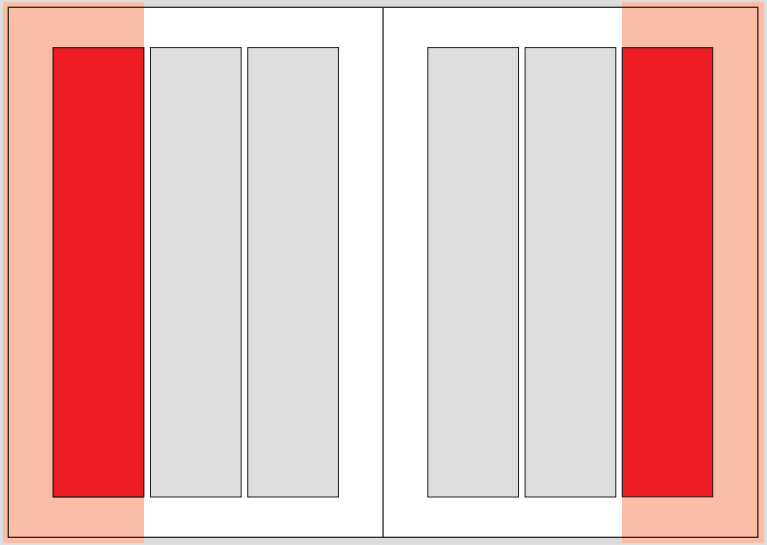
Titel	Format	Farbe	Preise
PHARMAZEUTISCHE ZEITUNG	Satzspiegel: B 51 mm x H 252 mm Anschnitt: B 51 mm x H 297 mm Beschnitt: oben und unten + 3 mm	4c	4.200 €
pta FORUM	Satzspiegel: B 51 mm x H 252 mm Anschnitt: B 51 mm x H 295 mm Beschnitt: oben und unten + 3 mm	4c	3.130 €

Randsäulen 2 x 1/3 Seite

Bei Anzeigen im Anschnitt 3 mm Beschnittzugabe.

Bei Anschnittanzeigen müssen Text- und Bildelemente mindestens 6 mm vom Anschnitt entfernt sein.

Die Preise beziehen sich auf die Printausgabe inkl. E-Paper und sind rabatt-, AE- und skontofähig, zzgl. MwSt.



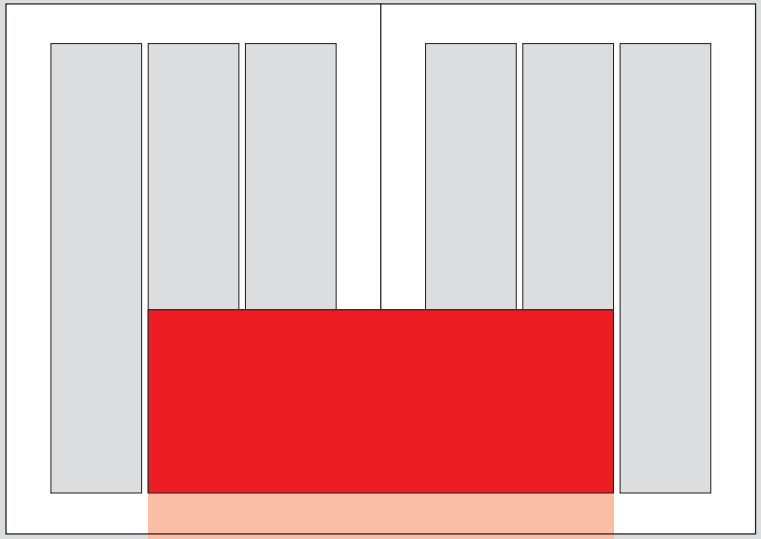
Titel	Format	Farbe	Preise
PHARMAZEUTISCHE ZEITUNG	Satzspiegel: je B 51 mm x H 252 mm Anschnitt: je B 76 mm x H 297 mm Beschnitt: links oder rechts sowie unten und oben + 3 mm	4c	8.400 €
pta FORUM	Satzspiegel: je B 51 mm x H 252 mm Anschnitt: je B 72 mm x H 295 mm Beschnitt: links oder rechts sowie unten und oben + 3 mm	4c	6.280 €

Tunnelanzeige über Bund

Bei Anzeigen im Anschnitt 3 mm Beschnittzugabe.

Bei Anschnittanzeigen müssen Text- und Bildelemente mindestens 6 mm vom Anschnitt entfernt sein.

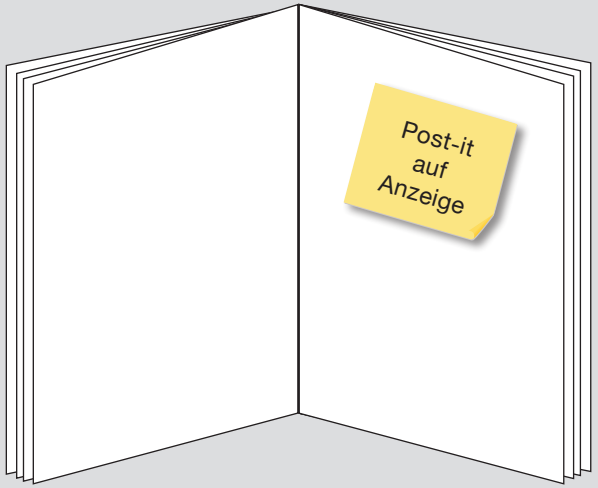
Die Preise beziehen sich auf die Print-ausgabe inkl. E-Paper und sind rabatt-, AE- und skontofähig, zzgl. MwSt.



Titel	Format	Farbe	Preise
PHARMAZEUTISCHE ZEITUNG PZ	Satzspiegel: B 256 mm x H 103 mm Anschnitt: B 256 mm x H 123 mm Beschnitt: unten + 3 mm	4c	8.300 €
pta FORUM	Satzspiegel: B 252 mm x H 103 mm Anschnitt: B 252 mm x H 122 mm Beschnitt: unten + 3 mm	4c	4.940 €

Aufgeklebtes Post-it auf Anzeige
Preise nicht rabatt- aber AE- und skontofähig, zzgl. MwSt.

Das Post-it erscheint nicht im E-Paper.



Titel	Format	Farbe	Preise
PHARMAZEUTISCHE ZEITUNG	50 mm x 72 mm einseitig bedruckt, Leimung am Kopf Lieferung DU: 10 Tage vor DU-Schluss	4c	11.100 € inkl. Druck, zzgl. Anzeigenpreis
pta FORUM	50 mm x 72 mm einseitig bedruckt, Leimung am Kopf Lieferung DU: 10 Tage vor DU-Schluss	4c	9.900 € inkl. Druck, zzgl. Anzeigenpreis

Sonderwerbeformen für Pharmazeutische Zeitung und PTA-Forum

2027

Aufgeklebtes Post-it im Editorial
Platzierung: links oben

Preise nicht rabatt-, AE- und skontofähig, zzgl. MwSt.

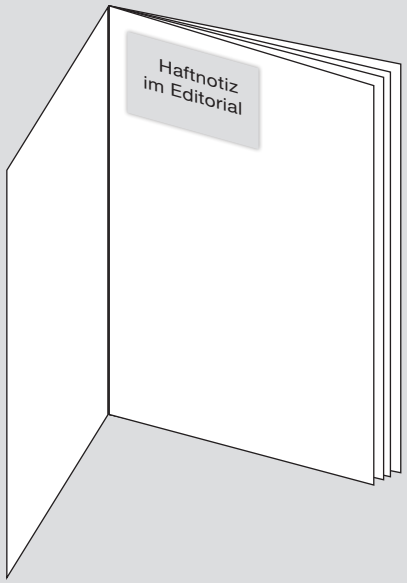
Das Post-it erscheint nicht im E-Paper.

Titel	Format	Farbe	Preise
PHARMAZEUTISCHE ZEITUNG	50 mm x 72 mm einseitig bedruckt, Leimung am Kopf Lieferung DU: 10 Tage vor DU-Schluss	4c	13.900 € inkl. Druck
pta FORUM	50 mm x 72 mm einseitig bedruckt, Leimung am Kopf Lieferung DU: 10 Tage vor DU-Schluss	4c	12.700 € inkl. Druck

Aufgeklebte Haftnotiz im Editorial
Wird komplett aufgeklebt, abziehbar
Platzierung links oben

Preise nicht rabatt-, AE- und skontofähig, zzgl. MwSt.

Die Haftnotiz erscheint nicht im E-Paper.



Titel	Format	Farbe	Preise
PHARMAZEUTISCHE ZEITUNG	76 mm x 76 mm Vorder- und Rückseite bedruckt. Haftnotiz ist abziehbar Lieferung DU: 10 Tage vor DU-Schluss	4c	15.400 € inkl. Druck
pta FORUM	76 mm x 76 mm Vorder- und Rückseite bedruckt. Haftnotiz ist abziehbar Lieferung DU: 10 Tage vor DU-Schluss	4c	13.600 € inkl. Druck

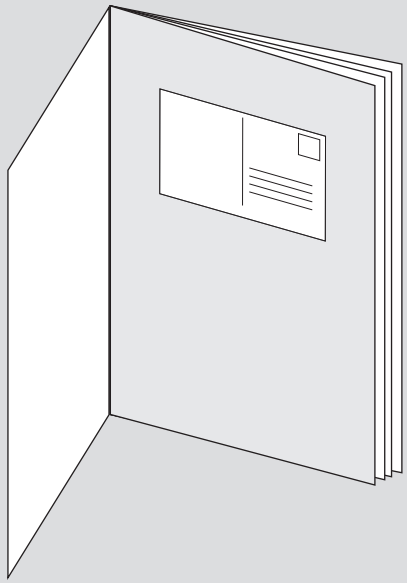
Sonderwerbeformen für Pharmazeutische Zeitung und PTA-Forum

2027

Aufgeklebte Postkarte auf Anzeige
Muster zur Preisprüfung vorab nötig

Preise nicht rabatt-, AE- und skontofähig, zzgl. MwSt.

Die Postkarte erscheint nicht im E-Paper.



Titel	Format	Farbe	Preise
PHARMAZEUTISCHE ZEITUNG	**B 148 mm x H 105 mm Weitere Formate möglich Postkarte wird fertig gedruckt angeliefert.**	**4c**	**4.260 € bei maschineller Verarbeitung, zzgl. Anzeigenpreis**
pta FORUM	**B 148 mm x H 105 mm Weitere Formate möglich Postkarte wird fertig gedruckt angeliefert.**	**4c**	**3.980 € bei maschineller Verarbeitung, zzgl. Anzeigenpreis**

Sonderwerbeformen für Pharmazeutische Zeitung und PTA-Forum

2027

Aufgeklebte Warenprobe, Booklet, CD etc.

Muster zur Preisprüfung vorab nötig

Preise nicht rabatt-, AE- und skontofähig, zzgl. MwSt.

Aufgeklebte Sonderwerbeformen erscheinen nicht im E-Paper.

Titel	Format	Preise
PHARMAZEUTISCHE ZEITUNG	**Technische Details und Preise bitte gesondert anfragen. Muster zur Preisprüfung vorab nötig**	**auf Anfrage**
pta FORUM	**Technische Details und Preise bitte gesondert anfragen. Muster zur Preisprüfung vorab nötig**	**auf Anfrage**

Sonderwerbeformen für Pharmazeutische Zeitung und PTA-Forum

2027

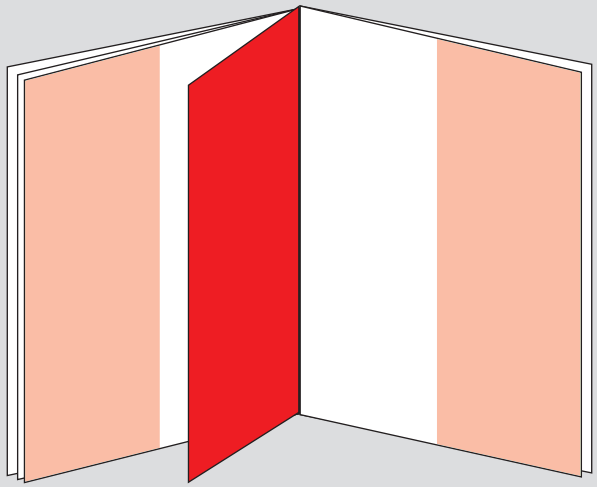
Flip-Einhefter

2 x 1/2 Anzeigen hoch, links und rechts außen

Einhefter Vorder- und Rückseite bedruckt, umklappbar

Preis ist rabatt-, AE- und skontofähig, zzgl. MwSt.

Der Flip-EH erscheint nicht im E-Paper.



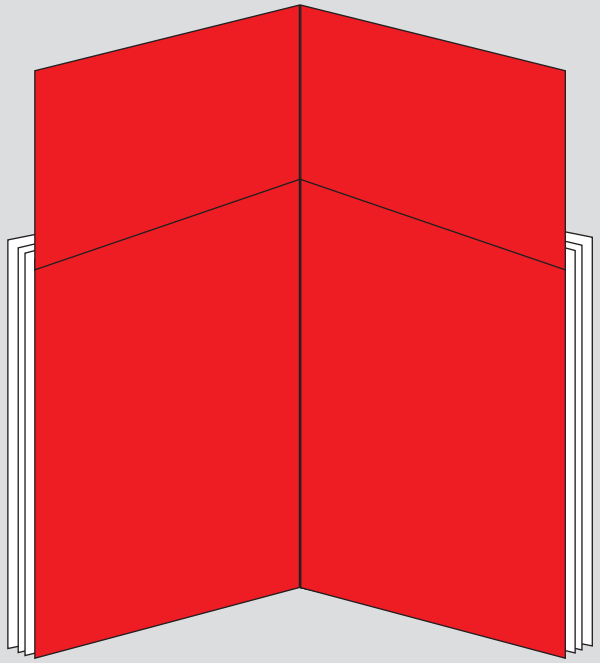
Titel	Format	Farbe	Preise
PHARMAZEUTISCHE PZ ZEITUNG	**B 105 mm x H 297 mm Vorder- und Rückseite bedruckt. Lieferung DU: 10 Tage vor DU-Schluss**	**4c**	**19.800 € inkl. Druck**

Aufklappbarer Mittel-Durchhefter, 4-seitig

Platzierung mittig im Heft zum heraustrennen

Preise rabatt-, AE- und skontofähig, zzgl. MwSt.

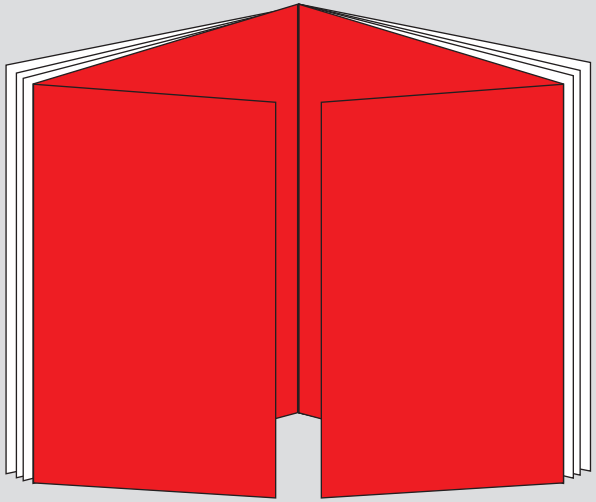
Der aufklappbare Mittel-Durchhefter erscheint nicht im E-Paper.



Titel	Format	Farbe	Preise
PHARMAZEUTISCHE ZEITUNG	nicht möglich		
pta FORUM	Format geschlossen: B: 202 mm x H 292 mm Format offen: B: 202 mm x H 357 mm Papier: 115 g/m² holzfrei matt gestrichen Bilderdruck	4c	18.300 € inkl. Druck

Altarfalz im Heft
Preise rabatt-, AE- und skontofähig, zzgl. MwSt.

Der Altarfalz erscheint nicht im E-Paper.

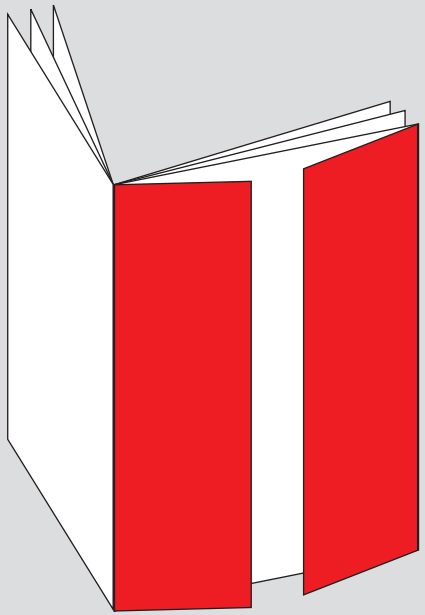


Titel	Format	Farbe	Preise
PHARMAZEUTISCHE ZEITUNG	Anzeige 2 x B 208 x H 297 mm Klappe 2 x B 198 x H 297 mm	4c	9.000 €
pta FORUM	Anzeige 2 x B 197 x H 295 mm Klappe 2 x B 192 x H 295 mm	4c	je Seite 5.950 €

Frenchcover
(aufklappbare Titelseite)
Auch auf der 4. Umschlagseite umsetzbar.
Anschnitt siehe unten.

Preise rabatt-, AE- und skontofähig, zzgl. MwSt.

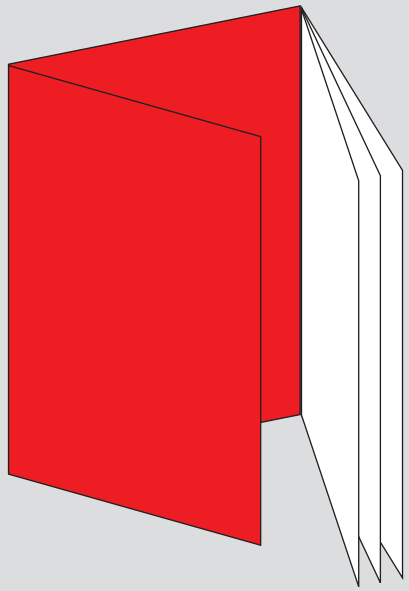
Das Frenchcover erscheint nicht im E-Paper.



Titel	Format	Farbe	Preise
PHARMAZEUTISCHE ZEITUNG	**Anzeige:** B 207 x H 297 mm, Beschnitt: rundum + 3 mm **Cover links:** B 112 x H 297 mm (B x H) (+ 3 mm Beschnitt rundum) Abstand 5 mm zur rechten Seite aufgrund der Klebefläche **Cover rechts:** B 118 x H 297 mm, Beschnitt: rundum + 3 mm	4c	23.000 €
pta FORUM	**Anzeige:** B 199 x H 295 mm, Beschnitt: rundum + 3 mm **Cover links:** B 108 x H 295 mm, Beschnitt: rundum + 3 mm **Cover rechts:** B 108 x H 295 mm, Beschnitt: rundum + 3 mm	4c	17.440 €

Gatefolder / Fondfolder
(2. US oder 4. US = 3 Anzeigenseiten)
3 mm Anschnitt rundum

Die Preise beziehen sich auf die Printausgabe inkl. E-Paper und sind rabatt-, AE- und skontofähig, zzgl. MwSt.



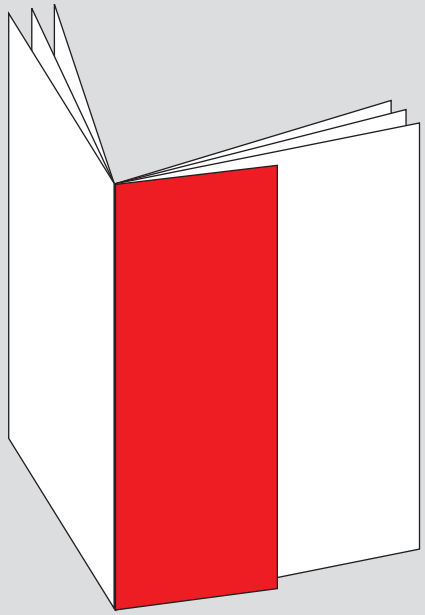
Titel	Format	Farbe	Preise
PHARMAZEUTISCHE ZEITUNG	U2 oder U4: B 208 mm x H 297 mm Klappe: B 198 mm x H 297 mm	4c	27.600 €
pta FORUM	U2 oder U4: B 200 mm x H 295 mm Klappe: B 197 mm x H 295 mm	4c	19.730 €

Titelklappe ½-seitig
Nur Innenseite der Titelklappe belegbar.
3 mm Anschnitt rundum

Preise rabatt-, AE- und skontofähig, zzgl. MwSt.

Die ½-seitige Titelklappe erscheint nicht im E-Paper.

Die Druckvorlage der gestanzten ½-seitigen Titelklappe erfordert vorab die Freigabe.

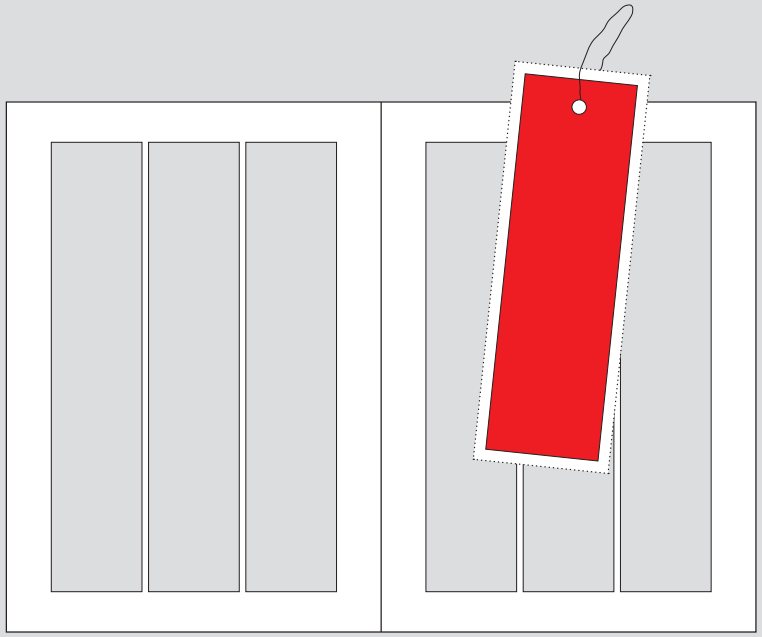


Titel	Format	Farbe	Preise
PHARMAZEUTISCHE ZEITUNG	Klappe: max. B 120 mm x H 297 mm	4c	12.100 €
pta FORUM	Klappe: max. B 110 mm x H 295 mm	4c	6.760 €
	Klappe: max. B 110 mm x H 295 mm mit Konturenstanzung	4c	8.500 €

Sonderwerbeformen für Pharmazeutische Zeitung und PTA-Forum

2027

Lesezeichen
Das Lesezeichen erscheint nicht im E-Paper.



Titel	Format	Preise
PHARMAZEUTISCHE ZEITUNG	nicht möglich	
pta FORUM	auf Anfrage	auf Anfrage

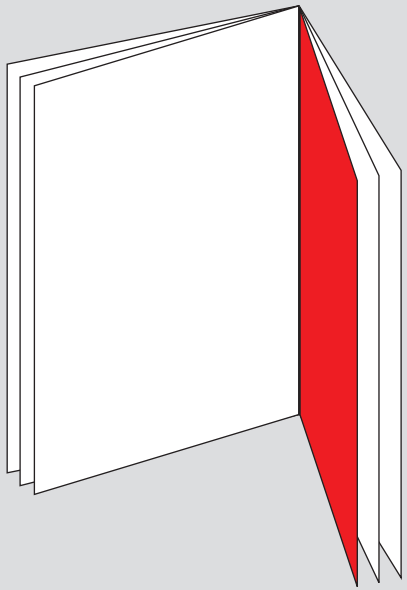
Advertorial
Bei Anzeigen im Anschnitt 3 mm Beschnittzugabe.

Die Preise beziehen sich auf die Printausgabe inkl. E-Paper und sind rabatt-, AE- und skontofähig, zzgl. MwSt.

Das Advertorial wird fertig angeliefert.

Dieses muss oben mit dem Wort „Anzeige“ gekennzeichnet sein und das Schriftbild muss dem des Schaltmediums abweichen.

Keine Vorzugsplatzierungen möglich.

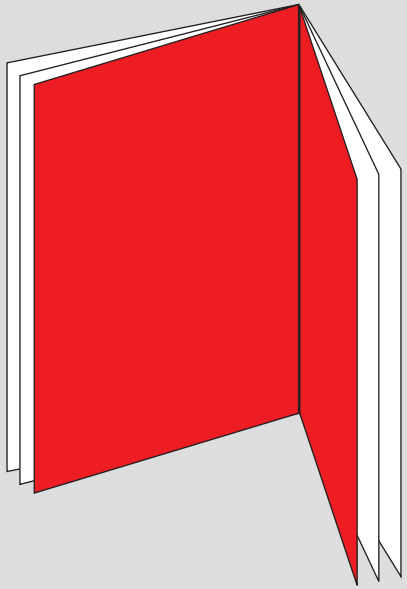


Titel	Format	Farbe	Preise
PHARMAZEUTISCHE ZEITUNG PZ	**Satzspiegel: B 160 mm x H 252 mm Anschnitt: B 210 mm x H 297 mm Kosten für Satz und Layout auf Anfrage.**	**4c**	**8.890 €**
pta FORUM	**Satzspiegel: B 160 mm x H 252 mm Anschnitt: B 202 mm x H 295 mm Kosten für Satz und Layout auf Anfrage.**	**4c**	**5.450 €**

Das Advertorial wird fertig angeliefert.

Dieses muss oben mit dem Wort „Anzeige“ gekennzeichnet sein und das Schriftbild muss dem des Schaltmediums abweichen.

Keine Vorzugsplatzierungen möglich.



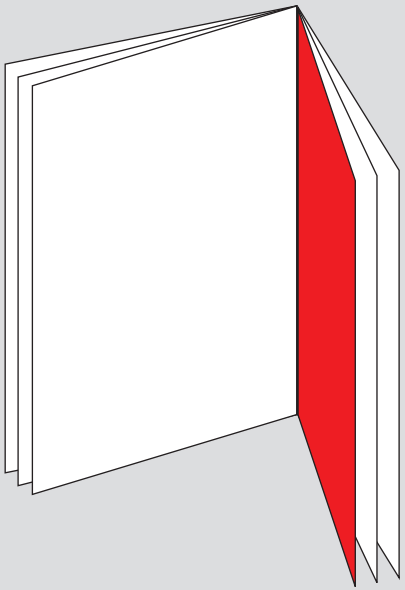
Advertorial 2/1 über Bund
Bei Anzeigen im Anschnitt 3 mm Beschnittzugabe.

Die Preise beziehen sich auf die Printausgabe inkl. E-Paper und sind rabatt-, AE- und skontofähig, zzgl. MwSt.

Titel	Format	Farbe	Preise
PHARMAZEUTISCHE ZEITUNG	**Satzspiegel: B 369 mm x H 252 mm** **Anschnitt: B 420 mm x H 297 mm** **Kosten für Satz und Layout auf Anfrage.**	**4c**	**15.800 €**
pta FORUM	**Satzspiegel: B 361 mm x H 252 mm** **Anschnitt: B 404 mm x H 295 mm** **Kosten für Satz und Layout auf Anfrage.**	**4c**	**10.900 €**

Beratung aktuell

Patienten erwarten von ihrer Apotheke eine individuelle Beratung. Unser Leitfaden „Beratung aktuell“ liefert ApothekerInnen und PTA übersichtlich die wichtigsten Informationen, um anhand von geschilderten Symptomen ein geeignetes Arzneimittel auszuwählen. Anwendungshinweise und zusätzliche Tipps zu unterstützenden Maßnahmen runden die Information ab.



Beratung aktuell

Nur nach Rücksprache möglich.
Die Preise beziehen sich auf die Printausgabe inkl. E-Paper und sind rabatt-, AE- und skontofähig, zzgl. MwSt.

Exklusivität in der jeweiligen Indikation

Zwischen unseren verlagseigenen Autoren und der Agentur oder dem Kunden findet vorab ein Briefing-Gespräch statt.

Die Anzahl der Bilder/Grafiken ist frei wählbar bei einer 4-seitigen Sonderpublikation.

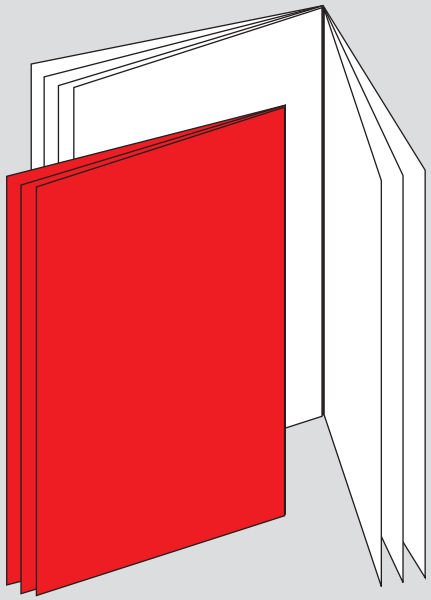
Jede Seite wird mit „Anzeige“ gekennzeichnet (Deckblatt und Textseiten).

Kennzeichnung im Impressum: „Verantwortlich für den Inhalt: Firma XY“.

Vorlauf: 6 bis 8 Wochen

Weitere Informationen auf Anfrage.

Titel	Umfang	Preise
PHARMAZEUTISCHE ZEITUNG PZ	**4-seitiger perforierter Einhefter, Grammatur 90g/m® Platzierung wird von der Redaktion vorgegeben**	**EH-4-seitig: 36.100 €**
pta FORUM	**4-seitiger Durchhefter, Grammatur 90g/m® Platzierung in der Mitte des Heftes, zum heraustrennen**	**DH-4-seitig: 26.920 €**



Akkreditierte Fortbildung
Nur nach Rücksprache möglich.
Die Preise beziehen sich auf die Printausgabe inkl. E-Paper und sind rabatt-, AE- und skontofähig, zzgl. MwSt.

Zwischen unseren verlagseigenen Autoren und der Agentur oder dem Kunden findet vorab ein Briefing-Gespräch statt.

Die Vorlaufzeit beträgt 3 Monate.

Die Anzahl der Bilder/Grafiken ist frei wählbar.

Jede Seite wird mit „Anzeige“ gekennzeichnet (Deckblatt und Textseiten).

Kennzeichnung im Impressum: „Verantwortlich für den Inhalt: Firma XY“.

Die Beilage „Akkreditierte Fortbildung“ liegt der Gesamtauflage der Pharmazeutischen Zeitung und/oder des PTA-Forum bei und kann auch als Fort-/Sonderdruck erworben werden.

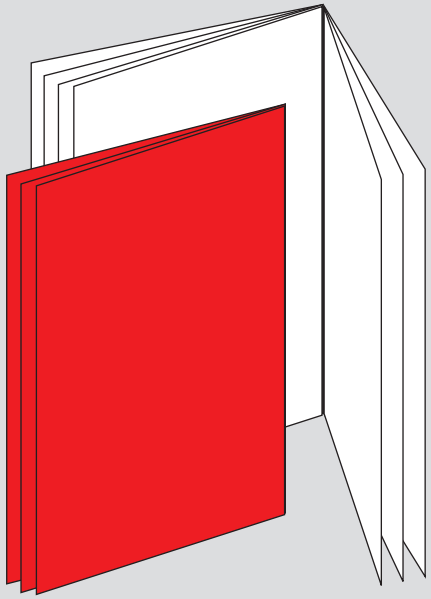
Der Lösungskatalog wird Online zur Beantwortung durch uns bereitgestellt.

Weitere Informationen auf Anfrage.

Titel	Umfang/Layout	Preise
PHARMAZEUTISCHE ZEITUNG PZ	**8-seitig: Titelseite plus 7 Seiten Text** **12-seitig: Titelseite plus 11 Seiten Text**	**Preise auf Anfrage**
pta FORUM	**8-seitig: Titelseite plus 7 Seiten Text** **12-seitig: Titelseite plus 11 Seiten Text**	**Preise auf Anfrage**

Markenprofil

Aut idem? Wirklich gleich sind zwei Dinge ja eher selten. Welches Arzneimittel sich im Einzelfall besonders gut eignet, hängt von verschiedenen Faktoren ab: natürlich von den Wirkstoffen, aber auch von seiner Galenik, die beispielsweise die Anwendung angenehmer oder sicherer machen kann oder die Freisetzung steuert. Um solche Besonderheiten vorzustellen und dem Apotheker die Wahl des Arzneimittels mit guten Argumenten zu erleichtern, dafür gibt es unser Markenprofil.



Markenprofil

Nur nach Rücksprache möglich.
Die Preise beziehen sich auf die Printausgabe inkl. E-Paper und sind rabatt-, AE- und skontofähig, zzgl. MwSt.

Zwischen unseren verlagseigenen Autoren und der Agentur oder dem Kunden findet vorab ein Briefing-Gespräch statt.

Die Anzahl der Bilder/Grafiken ist frei wählbar.

Jede Seite wird mit „Anzeige“ gekennzeichnet (Deckblatt und Textseiten).

Kennzeichnung im Impressum: „Verantwortlich für den Inhalt: Firma XY“.

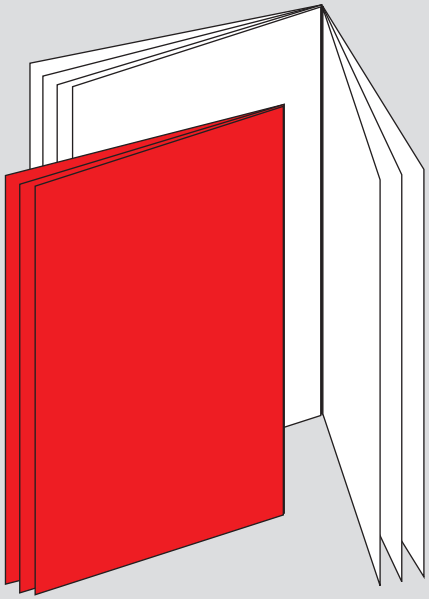
Die Beilage „Markenprofil“ liegt der Gesamtauflage der Pharmazeutischen Zeitung und/oder des PTA-Forum bei und kann auch als Fort-/Sonderdruck erworben werden.

Weitere Informationen auf Anfrage.

Titel	Umfang	Preise
PHARMAZEUTISCHE ZEITUNG	4-seitige Beilage 6-seitige Beilage 8-seitige Beilage	19.100 € 24.600 € 29.600 €
pta FORUM	4-seitige Beilage 6-seitige Beilage 8-seitige Beilage	17.070 € 22.060 € 27.060 €

Optimierte Themenbeilage

Verschaffen Sie Ihrer Zielgruppe einen nachhaltigen Überblick über Ihr Präparat, informieren Sie sie über Indikationserweiterungen, Jubiläen u. v. m.



Optimierte Themenbeilage

Die Preise beziehen sich auf die Printausgabe inkl. E-Paper und sind nicht rabatt-, aber AE- und skonto-fähig, zzgl. MwSt.

Voraussetzung:

Text und Bildmaterial wird fertig geliefert.

Layout wird von unserer Redaktion nach vorgegebenen Konzept erstellt: Titelseite (Headline Thema, großes Foto, ggf. Logo des Unternehmens), Rückseite Anzeige oder Text, Innenteil Text und Bilder.

Jede Seite wird oben mit „Anzeige“ gekennzeichnet.

Die Anzahl der Bilder ist frei wählbar.

Kennzeichnung: „Verantwortlich für den Inhalt: Firma XY“.

Die optimierte Themenbeilage liegt der Gesamtauflage der Pharmazeutischen Zeitung bzw. des PTA-Forum bei und kann auch als Fort-/Sonderdruck erworben werden.

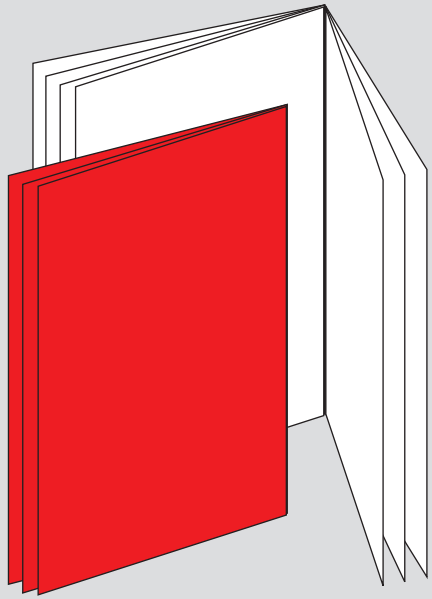
Vorlauf: 6 bis 8 Wochen je nach Umfang bis zur geplanten Veröffentlichung.

Weitere Informationen auf Anfrage.

Titel	Format	Preise
PHARMAZEUTISCHE ZEITUNG PZ	4-seitige Beilage 6-seitige Beilage 8-seitige Beilage	17.000 € 21.000 € 25.000 €
pta FORUM	4-seitige Beilage 6-seitige Beilage 8-seitige Beilage	14.790 € 17.490 € 22.360 €

Verlagsbeilage

Thema einer Verlagsbeilage können Wirkstoffe und Wirkstoffkombinationen, Phytopharmaka sowie Nahrungsergänzungsmittel sein, für die es aktuelle wissenschaftliche Untersuchungen gibt. Diese müssen wissenschaftliche Kriterien erfüllen, das heißt, sie müssen signifikante Ergebnisse vorweisen. Die Studienergebnisse sollten nicht länger als 2 Jahre zurückliegen. Zumindest ein Teil der Studienergebnisse sollte der Leserschaft noch unbekannt sein.



Verlagsbeilage

Vorlauf: 6 bis 8 Wochen je nach Umfang bis zur geplanten Veröffentlichung; weitere Informationen auf Anfrage. Die Preise beziehen sich auf die Printausgabe inkl. E-Paper und sind nicht rabatt-, aber AE- und skontofähig, zzgl. MwSt.

Kriterien Verlagsbeilage (Nur nach Rücksprache möglich)

Thema einer Verlagsbeilage ist die Vorstellung eines Präparates („Arzneistoffprofil XY"). Die Vorstellung von Produktranges ist nicht möglich.

Die Bezeichnung der Beilage obliegt der Redaktion.

Quellen für Beilagen sind wissenschaftliche Veröffentlichungen und wissenschaftlich belegte Informationen des Auftraggebers. Symposien sind in der Regel nicht als einzige Informationsquelle geeignet. Die PZ behält sich vor, zusätzlich andere Quellen heranzuziehen als die vom Auftraggeber.

Im Titel, in der Dachzeile und in Bildunterschriften werden keine Produktnamen genannt.

Das Layout inklusive der Bildauswahl liegt in den Händen der Redaktion.

Die Auswahl der Bilder und Grafiken erfolgt nach den gleichen Kriterien wie in der PZ.

Jede Seite wird oben mit „Anzeige" gekennzeichnet".

Kennzeichnung im Impressum: „Verantwortlich für den Inhalt: Firma XY".

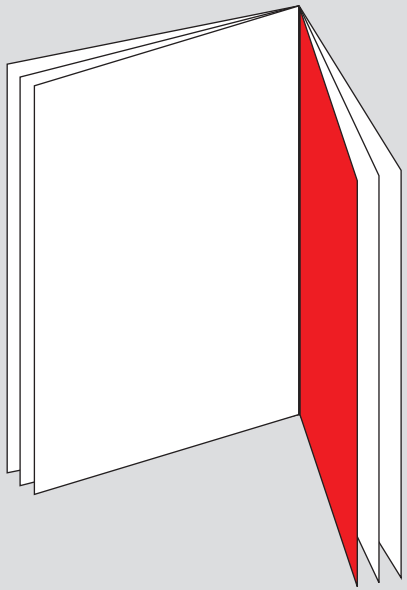
Die Verlagsbeilage liegt der Gesamtauflage der Pharmazeutischen Zeitung bei und kann auch als Fort-/Sonderdruck erworben werden.

Titel	Format	Preise
PHARMAZEUTISCHE ZEITUNG PZ	4-seitige Beilage 6-seitige Beilage 8-seitige Beilage	19.600 € 24.600 € 29.600 €
pta FORUM	4-seitige Beilage 6-seitige Beilage 8-seitige Beilage	17.070 € 22.060 € 27.060 €

Praxiswissen
Die Preise beziehen sich auf die Printausgabe inkl. E-Paper und sind nicht rabatt-, aber AE- und skonto-fähig, zzgl. MwSt.

Praxiswissen (3-teilige Serie)

Bringen Sie sich in Erinnerung und bleiben Sie im Gespräch – in drei aufeinanderfolgenden Ausgaben in der Pharmazeutische Zeitung oder im PTA-Forum mit wichtigen Aspekten rund um Ihr Arzneimittel. Zum Beispiel mit interessanten Aspekten zum Produkt, mit wertvollen Beratungstipps und wissenschaftlichen Hintergrundinformationen zu den Indikationen. Am konkreten Patientenfall und durch Expertenrat ergänzt, prägnant, informativ und zielgruppengerecht aufbereitet für Apotheker oder PTA .



Zwischen unseren verlagseigenen Autoren und der Agentur oder dem Kunden findet vorab ein Briefing-Gespräch statt.

Die Anzahl der Bilder/Grafiken ist frei wählbar

Die Sonderpublikation wird mit „Anzeige“ gekennzeichnet

Kennzeichnung im Impressum: „Verantwortlich für den Inhalt: Firma XY“.

Buchbar ab 3-tlg. Beliebig erweiterbar

Weitere Informationen auf Anfrage.

Titel	Umfang	Preise pro Serie
PHARMAZEUTISCHE ZEITUNG	3 x ½ seitige Serie 3 x 1/1 Seite Serie	23.900 € 34.500 €
pta FORUM	3 x ½ seitige Serie 3 x 1/1 Seite Serie	20.190 € 25.660 €

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 Zählidifferenzen 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 Strom-

ausfälle) 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.

Nehmen Sie Kontakt mit uns auf. Wir informieren und beraten Sie gerne.

Ramona Luft-De Filippis
Leiterin Anzeigenabteilung

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

Daniela Kreiner
Assistentin Anzeigenleitung

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

Saasan Seifi
stellv. Anzeigenleiter
Anzeigenverkaufsleiter
Nielsen-Gebiete: II, III a;
Österreich, Schweiz

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

Achim Heinemann
Anzeigenverkaufsleiter
Nielsen-Gebiete: I, V, VI und VII

Telefon +49 6196 928-231
E-Mail a.heinemann@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

Michaela Bauer
Medienberaterin
Pharmazeutische Zeitung
und OTC-Spezial

Telefon +49 6196 928-235
E-Mail m.bauer@avoxa.de

Andrea Peterson
Medienberaterin
PTA-Forum

Telefon +49 6196 928-226
E-Mail a.peterson@avoxa.de

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

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

Für weitere Sonderwerbeformen sprechen Sie uns bitte an.

Sonderwerbeformen die Wirkung zeigen.

Avoxa – Mediengruppe Deutscher Apotheker GmbH
Apothekerhaus Eschborn, Carl-Mannich-Straße 26, 65760 Eschborn, Telefon +49 6196 928 - 222, Fax +49 6196 928 - 232, anzeigen-kontakt@avoxa.de, www.avoxa.de