

NEU: E-Paper
Digitale
Ausgabe
expopharm
Spezial

MEDIADATEN

expopharm 2026



EXPOPHARM 2026

Der ideale Ort zur Präsentation Ihres Unternehmens



Die expopharm ist der zentrale Branchentreff des Jahres im Apothekenmarkt und verbindet das klassische Messeerlebnis mit fachlicher Weiterbildung und inspirierendem Austausch. Die europäische Leitmesse für den Apothekenmarkt bietet Ihnen die perfekte Plattform, um Ihre Marke sichtbar zu machen, wertvolle Kontakte zu knüpfen und neue Geschäftsmöglichkeiten zu erschließen.

Nutzen Sie die starken Medienkanäle der Pharmazeutischen Zeitung und PTA-Forum, um Ihre Botschaft direkt an Fachkräfte im Apothekenmarkt zu bringen! Machen Sie frühzeitig auf Ihre Präsenz und Ihre Neuheiten aufmerksam und sorgen Sie für volle Messestände!

Kennzahlen, die überzeugen

- 25.000+ Fachbesucher
- rund 500 Aussteller & Marken*
- rund 200 Programmbeiträge*
- 5.800+ Teilnehmer am Bühnenprogramm*

Unsere Kommunikationsangebote für Ihren Messeerfolg:

- Gezielte Platzierungen in den reichweitenstarken Medien der Pharmazeutischen Zeitung und PTA-Forum, inkl. E-Paper
- Print- und Digitalformate, die Ihre Präsenz vor und während der expopharm optimal in Szene setzen
- Individuelle Lösungen, um Ihre Produkte, Innovationen und Standaktionen effektiv zu bewerben

Nutzen Sie jetzt Ihre Chance!

* Quelle: Verlagsangaben

Medien/
Reichweite

Themen/
Termine

Preise/
Pakete

Marketing/
Beteiligung vor
Ort

Content-Service

Verlags-
angaben/
E-Paper

AGB und
Kontakt

KURZCHARAKTERISTIKEN

Pharmazeutische Zeitung (PZ)

Die Pharmazeutische Zeitung als offizielle Verbandszeitschrift der deutschen Apothekerinnen und Apotheker ist mit einer verbreiteten Auflage von 31.565 Exemplaren (IVW 1/2026) 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 der Leser-Blatt-Bindung ganz klar als Nummer 1 der pharmazeutischen Fachzeitschriften ausgewiesen. Ergänzt durch die digitale Plattform PZ Online und den PZ-Newslettern profitieren Sie von einer multimedialen Präsenz.

PTA-Forum

PTA-Forum hat seit fast 30 Jahren seinen festen Platz im Markt der PTA-Fachzeitschriften. Das Magazin mit umfassenden Berichten zur Beratung in der Apotheke, Arzneimitteltherapie, Medizin, Ernährung und für PTA relevante berufspolitische Themen erscheint alle zwei Wochen. Ergänzend zur Printausgabe bietet PTA-Forum Online aktuelle Fachbeiträge, praxisrelevante Tipps und interaktive Inhalte. Die PTA-Forum Newsletter informieren regelmäßig über Neuigkeiten aus der Apothekenwelt und vertiefen Fachthemen für die tägliche Arbeit.

expopharm Spezial

Etwa drei Wochen vor der expopharm stimmt die Pharmazeutische Zeitung mit einer Sonderausgabe auf Europas größte pharmazeutische Fachmesse ein. expopharm Spezial bietet den Lesern einen umfassenden Vorgeschmack auf die expopharm. Die Sonderausgabe präsentiert Highlights, Produktneuheiten und Trends der Messe, ergänzt durch Hintergrundinformationen, Experteninterviews und praktische Tipps für den Messebesuch. Ein integrierter Hallenplan erleichtert die Orientierung vor Ort. Zudem enthält die expopharm Spezial-Empfehlungen zu Gastronomie, Kultur und Freizeit am Veranstaltungsort.

expopharm Spezial: beigelegt PZ #35 vom 27.08.2026

Anzeigenschluss: 03.08.2026
Druckunterlagenschluss: 10.08.2026



Medien/
Reichweite

Themen/
Termine

Preise/
Pakete

Marketing/
Beteiligung vor
Ort

Content-Service

Verlags-
angaben/
E-Paper

AGB und
Kontakt

REICHWEITE

Pharmazeutische Zeitung und expopharm Spezial

Kein anderes Medium erreicht den Apothekenmarkt so umfassend und zielgerichtet wie die Pharmazeutische Zeitung. Die Pharmazeutische Zeitung verzeichnet in der crossmedialen Medienmarkenreichweite, unter den Apotheken-Fachzeitschriften, Apotheken-Fachwebsites und Apotheken-Newslettern die höchste Reichweite in der Gesamtreichweite sowie in der Berufsgruppe Apothekenleiter und Approbierte Mitarbeiter.³

Pharmazeutische Zeitung (PZ)

Crossmediale

Medienmarkenreichweite: 74,9 % LpA³

PZ-Printausgabe: 49,5 % LpA³

PZ-Printausgabe: 31.565 Exemplare¹

PZ Online: ca. 4,8 Mio. Page Impressions²

PZ Online: 48,9 % NpM³



expopharm Sondernewsletter
ca. 29.000 Abonnenten⁴

PZ Newsletter „Themen des Tages“
ca. 13.750 Abonnenten⁴

PZ Newsletter „Themen der Woche“
ca. 16.830 Abonnenten⁴

Sonderausgabe expopharm Spezial:
Beilage Vollaufgabe PZ #35/26
sowie Auslage auf der expopharm



1) IVW 1/2026 verbreitete Auflage

3) LA-PHARM 2024 Gesamtreichweite

2) IVW Januar 2026

4) Verlagsangaben

Medien/
Reichweite

Themen/
Termine

Preise/
Pakete

Marketing/
Beteiligung vor
Ort

Content-Service

Verlags-
angaben/
E-Paper

AGB und
Kontakt

Die monatlich erscheinende Printausgabe PTA-Forum für pharmazeutisch-technische Assistentinnen und Assistenten in Deutschland, bietet praxisnahe Inhalte, fundiertes Fachwissen und aktuelle Informationen aus dem Apothekenalltag – ideal platziert im Arbeitsumfeld der PTA. Ergänzt wird das Printangebot durch eine moderne Online-Plattform, die aktuelle News, Weiterbildungsmöglichkeiten und interaktive Inhalte bietet. Die Newsletter des PTA-Forum erreichen eine gezielte und engagierte Leserschaft direkt im digitalen Postfach und informiert über relevante Neuigkeiten aus der Branche, Produkttipps und Servicethemen. Mit dieser crossmedialen Präsenz bietet das PTA-Forum ideale Voraussetzungen für Aussteller, um ihre Markenbotschaften im direkten Umfeld der Entscheider und Multiplikatoren am Point of Sale sichtbar zu machen.

Crossmediale

Medienmarkenreichweite: 62,5 % LpA³

PTA-Forum Printausgabe: 39,7 % LpA³

PTA-Forum Printausgabe: 33.676 Exemplare¹

PTA-Forum Online: ca. 322.450 Page Impressions²

PTA-Forum Online: 30,3 % NpM³

PTA-Forum Newsletter „Unser Thema“
ca. 10.750 Abonnenten⁴

PTA-Forum Newsletter „Themen der Woche“
ca. 5.320 Abonnenten⁴



1) IVW 1/2026 verbreitete Auflage
2) IVW Januar 2026

3) LA-PHARM 2024 Berufsgruppe PTA/Pharmazie-Ing.,
4) Verlagsangaben

THEMENUMFELDER UND HEFTAUSLAGEN

Zur expopharm und Deutscher Apothekertag

Medium	Erscheinungstag	Themenumfelder und Heftauslage
PZ-Ausgabe #35	27.08.2026	Vorberichterstattung expopharm
PZ-Ausgabe #36	03.09.2026	Vorberichterstattung expopharm
PZ-Ausgabe #37	10.09.2026	Berichterstattung und Heftauslage expopharm
PZ-Ausgabe #38	17.09.2026	Berichterstattung und Heftauslage expopharm
PZ-Ausgabe #39	24.09.2026	Nachberichterstattung Deutscher Apothekertag und expopharm
PZ-online	15.09.2026 16.09.2026 17.09.2026	Regelmäßige Berichterstattung zur expopharm und Deutscher Apothekertag (eigene Rubrik)
PZ expopharm Sondernewsletter	18.08.2026 01.09.2026 08.09.2026	Vorberichterstattung expopharm
PZ expopharm Sondernewsletter	17.09.2026 18.09.2026	1 x direkt nach dem Deutschen Apothekertag (DAT), 1 x Nachberichterstattung expopharm/DAT
expopharm Spezial	27.08.2026	Sonderausgabe. Beigelegt in PZ Ausgabe 35: Vorberichterstattung expopharm und Deutscher Apothekertag
PTA-Forum #16	20.08.2026	Vorberichterstattung expopharm
PTA-Forum #17	03.09.2026	Berichterstattung und Heftauslage expopharm
PTA-Forum #18	17.09.2026	Berichterstattung und Heftauslage expopharm
PTA-Forum #19	08.10.2026	Nachberichterstattung Deutscher Apothekertag und expopharm
PTA-Forum Online	15.09.2026 16.09.2026 17.09.2026	Regelmäßige Berichterstattung zur expopharm

Redaktionelle Änderungen vorbehalten.

Digitales E-Paper erscheint parallel zum Printtitel am Erscheinungstag

Medien/
Reichweite

Themen/
Termine

Preise/
Pakete

Marketing/
Beteiligung vor
Ort

Content-Service

Verlags-
angaben/
E-Paper

AGB und
Kontakt

KOMMUNIKATIONSPAKETE

Maximale Sichtbarkeit Print, Online & Crossmedial

Nutzen Sie die Reichweite unserer etablierten Medien, um Ihre Messeneuheiten gezielt bei Entscheidungsträgern und Fachpersonal in Apotheken zu platzieren.

Unsere **PZ Power-Kommunikationspakete** bieten Ihnen flexible Werbemöglichkeiten:

- Print: Hochwertige Platzierungen in unseren reichweitenstarken Fachmedien sowie im E-Paper
- Online: Digitale Sichtbarkeit über gezielte Platzierungen und Reichweitenformate
- Crossmedial: Die perfekte Kombination aus Print und Online für maximale Wirkung

Erreichen Sie Ihre Zielgruppe dort, wo sie sich informiert – mit maßgeschneiderten Werbeformaten, die Ihre Botschaft effektiv transportieren.

PZ Power-Kommunikationspaket Crossmedial	PZ Power-Kommunikationspaket Print	PZ Power-Kommunikationspaket PZ-Online	Gültig ab 01. 01. 2026: Die Paketpreise beziehen sich inklusive E-Paper.
<ul style="list-style-type: none">• Print-Anzeige PZ ½ Seite• Print-Anzeige expopharm Spezial ½ Seite• pharmazeutische-zeitung.de: Medium Rectangle, 40.000 AI, Ausspielung ROS mit Fokus auf expopharm-Artikel• Laufzeit: 01. 08. bis 17. 09. 2026 <p>Power-Package-Preis: 10.240 €* * Die Preise sind AE-fähig und verstehen sich zzgl. der gesetzlichen MwSt.</p>	<ul style="list-style-type: none">• Print-Anzeige PZ ½ Seite• Print-Anzeige expopharm Spezial ½ Seite <p>Power-Package-Preis: 7.690 €* Mengen- und Staffelpreise werden berücksichtigt.</p>	<ul style="list-style-type: none">• pharmazeutische-zeitung.de<ul style="list-style-type: none">• Medium Rectangle 65.000 AI• Ausspielung ROS mit Fokus auf expopharm-Artikel• Laufzeit: 01. 08. bis 17. 09. 2026 <p>Preis: 4.250 €* Weitere Print-Formate und Zielgruppe PTA auf Anfrage.</p>	

Medien/
Reichweite

Themen/
Termine

Preise/
Pakete

Marketing/
Beteiligung vor
Ort

Content-Service

Verlags-
angaben/
E-Paper

AGB und
Kontakt

ANZEIGENPREISE EXPOPHARM SPEZIAL



Format	Breite x Höhe im Satzspiegel in mm	Breite x Höhe im Anschnitt innen + je 3 mm Beschnitt an den Kanten	Anzeigenpreis (rabattfähig) 4-farbig (Euroskala) und s/w
1/1 Seite	160 x 252	202 x 295	5.450 €
2/3 Seite hoch	105 x 252	127 x 295	4.700 €
2/3 Seite quer	160 x 168	202 x 188	4.700 €
1/2 Seite hoch	78 x 252	100 x 295	3.850 €
1/2 Seite quer	160 x 126	202 x 143	3.850 €
1/3 Seite hoch	51 x 252	72 x 295	2.570 €
1/3 Seite quer	160 x 84	202 x 99	2.570 €
1/4 Seite quer	160 x 43	202 x 79	2.020 €
2. US	160 x 252	202 x 295	6.560 €
4. US	160 x 252	202 x 295	6.560 €
Beilage (nicht rabattfähig): bis 25 g, Maße: max. 197 mm breit x 290 mm hoch			6.350 €

Preise zzgl. 19 % gesetzlicher MwSt., 10 % Agenturprovision bei Buchung über Media-/Werbeagentur

Zeitschriftenformat im Anschnitt: 202 mm breit x 295 mm hoch plus 3 mm Beschnitt an jeder Seite; **Spalten:** 3 Spalten, Spaltenbreite 51 mm

Druckunterlagen: Format **PDF/X-4, Vers. 1.5**, keine Transparenzreduzierung. Wichtig ist eine **richtig gesetzte TrimBox** und außer bei Satzspiegel- und Kleinanzeigen ein umlaufender **Anschnitt von 3 mm**. Bitte verwenden Sie für die Bilder das ECI-Profil **PSO LWC Improved**. Sonderfarben nur nach Absprache. Bei der Verwendung von RGB-Farben übernehmen wir keine Gewährleistung.

Medien/
Reichweite

Themen/
Termine

Preise/
Pakete

Marketing/
Beteiligung vor
Ort

Content-Service

Verlags-
angaben/
E-Paper

AGB und
Kontakt

BANNER-PLATZIERUNGEN PZ ONLINE UND PTA-FORUM ONLINE

Maximale Aufmerksamkeit für Ihren expopharm-Messeauftritt – mit Bannerplatzierungen auf PZ Online und PTA-Forum Online!

Sorgen Sie dafür, dass Apothekenentscheider und Fachbesucher schon vor der Messe von Ihrem Stand, Ihren Innovationen und Aktionen erfahren!

Nutzen Sie die Reichweite von PZ Online, der führenden Apotheken-Fachmedien-Website*, sowie PTA-Forum Online, um Ihre Zielgruppe digital und gezielt zu erreichen.

Ihre Vorteile:

- Prominente Sichtbarkeit Ihres Werbebanners im Themenschwerpunkt
- Frühzeitige Messekommunikation, um Besucher gezielt an Ihren Stand zu lenken
- Flexibel buchbare Bannerplatzierungen auf einer der reichweitenstärksten Plattformen im Apothekenmarkt

Machen Sie Ihren Stand zum Besuchermagneten!

Ob Medium Rectangle, Superbanner, Mobile-Banner oder Billboard – wir bieten Ihnen maßgeschneiderte Lösungen, um Ihre Botschaft vor, während und nach der Messe optimal zu platzieren.

* Quelle: LA-PHARM 2024

Medien/
Reichweite

Themen/
Termine

Preise/
Pakete

Marketing/
Beteiligung vor
Ort

Content-Service

Verlags-
angaben/
E-Paper

AGB und
Kontakt

BANNER-PLATZIERUNGEN

PZ-Online

Mobile-Banner	(300 x 75 px)	TKP 55 €*
Superbanner	(728 x 90 px)	TKP 55 €*
Billboard	(800 x 250 px)	TKP 100 €*
Medium Rectangle	(300 x 250 px)	TKP 85 €*

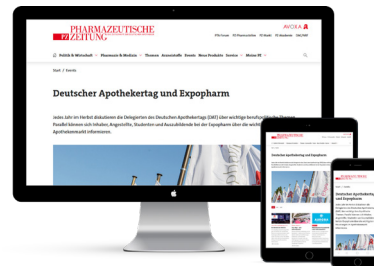
Auch AdBundle-Kombinationen möglich.

PTA-Forum Online

Mobile-Banner	(300 x 75 px)	TKP 45 €*
Superbanner	(728 x 90 px)	TKP 40 €*
Billboard	(800 x 250 px)	TKP 95 €*
Medium Rectangle	(300 x 250 px)	TKP 60 €*

Auch AdBundle-Kombinationen möglich.

Laufzeit: 01.08. bis 17.09.2026, Banner laufen in Rotation.



*Die Preise sind AE-fähig und verstehen sich zzgl. der gesetzlichen MwSt. Technische Spezifikationen auf Anfrage.

Medien/
Reichweite

Themen/
Termine

Preise/
Pakete

Marketing/
Beteiligung vor
Ort

Content-Service

Verlags-
angaben/
E-Paper

AGB und
Kontakt

PZ UND PTA-FORUM POWER NEWSLETTER

Bleiben Sie im Fokus! Maximale Reichweite für Ihre expopharm-Kommunikation – mit den führenden Newslettern der Pharmazeutischen Zeitung und PTA-Forum!

- Direkt. Digital. Wirkungsvoll!
- Ihre Botschaft, unsere Reichweite!
- Maximale Sichtbarkeit für Ihre Marke!

PZ-Newsletter

Themen des Tages

ca. 13.750 Abonnenten

- NL-Banner **2.900 €***
- NL-Teaser **5.200 €***
- NL-Advertorial **5.700 €***

Themen der Woche

ca. 16.830 Abonnenten

- NL-Banner **1.500 €***
- NL-Teaser **2.200 €***
- NL-Advertorial **2.700 €***

PTA-Forum Newsletter

PTA-Forum – Unser Thema

ca. 10.750 Abonnenten

- NL-Banner **1.050 €***
- NL-Teaser **1.500 €***
- NL-Advertorial **1.800 €***

A-Forum – Themen der Woche

ca. 5.320 Abonnenten

- NL-Banner **350 €***
- NL-Teaser **550 €***
- NL-Advertorial **880 €***

PZ expopharm Sondernewsletter

ca. 29.000 Abonnenten

3 x vor der Messe
1 x nach dem Deutschen Apothekertag
1 x Nachberichterstattung

- NL-Banner **2.300 €***
- NL-Teaser **2.900 €***
- NL-Advertorial **3.400 €***

Laufzeit: 01.08. bis 17.09.2026

*Die Preise sind AE-fähig und verstehen sich zzgl. der gesetzlichen MwSt. Technische Spezifikationen auf Anfrage.

Medien/
Reichweite

Themen/
Termine

Preise/
Pakete

Marketing/
Beteiligung vor
Ort

Content-Service

Verlags-
angaben/
E-Paper

AGB und
Kontakt

POWER-FIRMENPROFILE

Maximale Sichtbarkeit Print, Online & Crossmedial

Präsentieren Sie Ihre Neuheiten und Stand-Highlights gezielt beim Apothekenpersonal – in Print, Online oder crossmedial. So wissen Apothekenteams genau, warum Ihr Stand ein Must-Visit auf der expopharm ist – und wo sie Sie finden!

- **Print:** Reichweitenstarke Platzierung in unserer PZ-Sonderausgabe expopharm Spezial (inkl. E-Paper), beigelegt in PZ #35/26 vom 27. 08. 2026
- **Online:** Digitale Reichweite über www.pharmazeutische-zeitung.de
- **Crossmedial:** Die perfekte Kombination für maximale Sichtbarkeit

Power Firmenprofil Crossmedial	Power Firmenprofil Print	Power Firmenprofil Online
<ul style="list-style-type: none">• Firmenprofil Print 1/3 Seite hoch in der PZ-Sonderausgabe expopharm Spezial inkl. E-Paper• Firmenprofil Online auf pharmazeutische-zeitung.de (nur begrenzt möglich)	<ul style="list-style-type: none">• Firmenprofil Print 1/3 Seite hoch, in der PZ-Sonderausgabe expopharm Spezial inkl. E-Paper	<ul style="list-style-type: none">• Firmenprofil Online auf pharmazeutische-zeitung.de (nur begrenzt möglich)
Sonderpreis: 1.545 €* 	Sonderpreis: 980 €* 	Sonderpreis: 950 €*

* Die Preise sind AE-fähig und verstehen sich zzgl. der gesetzlichen MwSt.

Medien/
Reichweite

Themen/
Termine

Preise/
Pakete

Marketing/
Beteiligung vor
Ort

Content-Service

Verlags-
angaben/
E-Paper

AGB und
Kontakt

POWER-FIRMENPROFILE

Maximale Sichtbarkeit Print, Online & Crossmedial

Firmenprofil Print

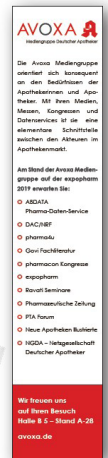
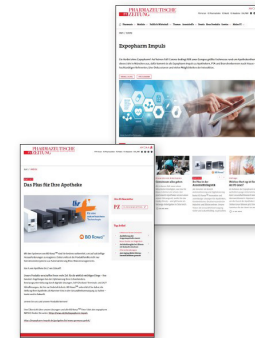
- Layout: Erfolgt durch den Verlag.
- Lieferdaten: Firmenlogo, Auflösung 300 dpi, Dateiformat: tiff, jpeg oder eps
Fließtext, max. 35 Zeilen zu 30 Zeichen je Zeile
- Halle und Stand-Nummer

Firmenprofil Online

- Teaserbild: 264 x 148 px + 148 x 148 px
- Überschrift: max. 50 Zeichen inkl. Leerzeichen
- Teasertext: max. 280 Zeichen inkl. Leerzeichen
- Bild Microsite: 936 x 527 px (gif, jpeg, png)
- Text Microsite: max. 1000 Zeichen inkl. Leerzeichen (gerne inkl. Halle und Standnummer)
- Ziel-Link

Druckunterlagen bitte per E-Mail
bis zum **10. 08. 2026** an: druckunterlagen@avoxa.de

Laufzeit: 01.08.2026 – 17.09.2026



Medien/
Reichweite

Themen/
Termine

Preise/
Pakete

Marketing/
Beteiligung vor
Ort

Content-Service

Verlags-
angaben/
E-Paper

AGB und
Kontakt

EXPOPHARM DIGITAL TALK

AUSSTELLER-INTERVIEW

Ihr Auftritt auf PZ Online über die Messe hinaus!

Mit dem expopharm Digital Talk verlängern Sie Ihre Messepräsenz gezielt in den digitalen Raum! Nutzen Sie Ihr gebuchtes Aussteller-Interview von Ihrer Messepräsenz auf der expopharm, um Ihre Produkte, Innovationen und Botschaften direkt bei Ihrer Zielgruppe – dem Apothekenpersonal nachträglich – zu platzieren. Ihr Interview erscheint auf pharmazeutische-zeitung.de oder pta-forum.de, je nach Ihrer gewünschten Zielgruppe.

○ Exklusive Präsenz

Ihr Unternehmen im Fokus mit einem professionellen Interview

○ Maximale Reichweite

Digitale Sichtbarkeit auf führenden Fachportalen

○ Langfristige Wirkung

Ihre Botschaft ist auch nach der expopharm sichtbar

Zielgruppe Apothekenleiter & Approbierte Mitarbeiter

- Online-Advertorial - Platzierung auf PZ Online nach der Messe
- 7 Tage Bild-/Text-Teaser auf der Startseite und in der Video-Rubrik
- 5 x Bild-/Text-Teaser im werktäglichen PZ Newsletter Themen des Tages (Montag – Freitag)
- Microsite im redaktionellen Web-Layout inkl. bis zu 3 externe Ziel-Links
- Alle Teaser-Elemente führen den Nutzer zur Microsite

Preis: 6.500 €*

Zielgruppe PTA

- Online-Advertorial - Platzierung auf PTA-Forum Online nach der Messe
- 7 Tage Bild-/Text-Teaser auf der Startseite und in der Video-Rubrik der PZ
- 1 x Bild-/Text-Teaser im wöchentlichen PTA-Newsletter Unser Thema (Mittwoch)
- Microsite im redaktionellen Web-Layout, inkl. bis zu 3 externe Ziel-Links
- Alle Teaser-Elemente führen den Nutzer zur Microsite

Preis: 2.050 €*

*Für die Digital Talks sind nur begrenzte Plätze möglich. Die Preise beziehen sich auf das Mediapaket, nicht auf das Aussteller-Interview. Die Preise sind AE-fähig und verstehen sich zzgl. der gesetzlichen MwSt.

Medien/
Reichweite

Themen/
Termine

Preise/
Pakete

Marketing/
Beteiligung vor
Ort

Content-Service

Verlags-
angaben/
E-Paper

AGB und
Kontakt

EXPOPHARM CROSSMEDIA VOUCHER

Ihr Gutschein für maximale Reichweite!



Nutzen Sie die ideale Kombination aus Messepräsenz, Print und Online, um Ihren gebuchten Gutschein aus dem Vorteilsheft der expopharm zusätzlich über die Print- und Online-Medien der Pharmazeutischen Zeitung oder des PTA-Forums gezielt an das Apothekenpersonal zu kommunizieren.

Gezielte Ansprache

Print & Online in den relevanten Fachmedien Ihrer Zielgruppe

Hohe Reichweite

Direkte Platzierung bei Apothekern, Approbierte Mitarbeiter und PTA/Pharmazie-Ing.

Crossmediale Wirkung

Print für Aufmerksamkeit – digital für Aktivierung

Zielgruppe Apothekenleiter & Approbierte Mitarbeiter

- Printausgabe Pharmazeutische Zeitung inkl. E-Paper: Eckfeldanzeige im Inhaltsverzeichnis
- PZ Online: Online-Advertorial
 - 7 Tage Bild-/Text-Teaser auf der Startseite
 - 5 x Bild-/Text-Teaser im werktäglichen PZ Newsletter Themen des Tages (Montag – Freitag)
 - Microsite im redaktionellen Web-Layout inkl. bis zu 3 externe Ziel-Links
 - Alle Teaser-Elemente führen den Nutzer zur Microsite

Preis: 8.620 €*

Zielgruppe PTA

- Printausgabe PTA-Forum inkl. E-Paper: 1/3 Seite hoch im Editorial:
- pta-forum.de: Online-Advertorial
 - 7 Tage Bild-/Text-Teaser auf der Startseite
 - 1 x Bild-/Text-Teaser im wöchentlichen PTA-Newsletter Unser Thema (Mittwoch)
 - Microsite im redaktionellen Web-Layout, inkl. bis zu 3 externe Ziel-Links
 - Alle Teaser-Elemente führen den Nutzer zur Microsite

Preis: 4.745 €*

*Für die expopharm CrossMedia Vouchers sind nur begrenzte Plätze möglich. Die Preise beziehen sich auf das Mediapaket, nicht auf das Vorteilsheft. Die Preise sind AE-fähig und verstehen sich zzgl. der gesetzlichen MwSt. Mengen- und Staffelrabatte werden automatisch berücksichtigt.

Medien/
Reichweite

Themen/
Termine

Preise/
Pakete

Marketing/
Beteiligung vor
Ort

Content-Service

Verlags-
angaben/
E-Paper

AGB und
Kontakt

EXPOPHARM SIEGER-PACKAGE

Ihre Auszeichnung im Rampenlicht



Mit dem expopharm Sieger-Package verlängern Sie die Strahlkraft Ihrer Auszeichnung auf der expopharm gezielt über die Messe hinaus! Nutzen Sie dieses crossmediale Werbeformat, um Ihre Zielgruppe – Apotheker oder PTA – nachhaltig über Ihre Prämierung zu informieren und Ihre Marke zu stärken.

Ihr Erfolg wird in der Pharmazeutischen Zeitung oder PTA-Forum inkl. E-Paper prominent präsentiert, ergänzt durch eine digitale Platzierung auf pharmazeutische-zeitung.de oder pta-forum.de – je nach Ihrer gewünschten Zielgruppen.

○ Maximale Sichtbarkeit

Ihre Auszeichnung in den relevanten Fachmedien

○ Print & Digital

Hochwertige Präsentation für nachhaltige Aufmerksamkeit

○ Gezielte Ansprache

Erreichen Sie die Entscheider der Branche

Zielgruppe Apothekenleiter & Approbierte Mitarbeiter

- Printausgabe Pharmazeutische Zeitung inkl. E-Paper: ½ Seite
 - www.pharmazeutische-zeitung.de: Online-Advertorial
 - 7 Tage Bild-/Text-Teaser auf der Startseite
 - 5 x Bild-/Text-Teaser im werktäglichen PZ Newsletter Themen des Tages (Montag – Freitag)
 - Microsite im redaktionellen Web-Layout inkl. bis zu 3 externe Ziel-Links
 - Alle Teaser-Elemente führen den Nutzer zur Microsite

Preis: 10.920 €*

*Die Preise der expopharm Sieger-Packages sind AE-fähig und verstehen sich zzgl. der gesetzlichen MwSt. Mengen- und Staffelpunkte werden automatisch berücksichtigt.

Zielgruppe PTA/Pharmazie-Ing.

- Printausgabe PTA-Forum inkl. E-Paper: ½ Seite
 - www.pta-forum.de: Online-Advertorial
 - 7 Tage Bild-/Text-Teaser auf der Startseite
 - 1 x Bild-/Text-Teaser im wöchentlichen PTA-Newsletter Unser Thema (Mi.)
 - Microsite im redaktionellen Web-Layout, inkl. bis zu 3 externe Ziel-Links
 - Alle Teaser-Elemente führen den Nutzer zur Microsite

Preis: 5.320 €*

Medien/
Reichweite

Themen/
Termine

Preise/
Pakete

Marketing/
Beteiligung vor
Ort

Content-Service

Verlags-
angaben/
E-Paper

AGB und
Kontakt

EXPOPHARM DELUXE PAKET



Mit den PZ- und PTA-Forum expopharm DELUXE Packages nutzen Sie ein exklusives, crossmediales Werbeformat, das Ihre Zielgruppe – Apothekenleiter, Approbierte Mitarbeiter oder PTA/Pharmazie-Ing. – gezielt anspricht.

Durch die perfekte Kombination aus Print- und Digitale Werbung inkl. E-Paper sorgen Sie für maximale Sichtbarkeit vor und während der expopharm.

Ihr Premium-Werbepaket umfasst:

- Printanzeige in der Pharmazeutischen Zeitung oder im PTA-Forum inkl. E-Paper – je nach Zielgruppe
- Printanzeige in der PZ-Beilage expopharm Spezial inkl. E-Paper (beigelegt PZ #35) – zusätzliche Reichweite in der Messeausgabe
- Online Advertorial – Ihre Botschaft digital auf www.pharmazeutische-zeitung.de oder www.pta-forum.de
- Newsletter-Platzierung – direkter Kontakt mit Ihrer Zielgruppe

Ihre Vorteile:

- Maximale Präsenz:
Ihr Unternehmen in den führenden Fachmedien der Branche
- Gezielte Ansprache:
Sie erreichen Ihre Zielgruppe genau dort, wo sie sich informieren
- Crossmediale Wirkung:
Print für Vertrauen, Online für Interaktion

Medien/
Reichweite

Themen/
Termine

Preise/
Pakete

Marketing/
Beteiligung vor
Ort

Content-Service

Verlags-
angaben/
E-Paper

AGB und
Kontakt

EXPOPHARM DELUXE PAKET

Zielgruppe Apothekenleiter, Approbierte Mitarbeiter

- Printausgabe Pharmazeutische Zeitung: ½ Seite
- Printausgabe expopharm Spezial: ½ Seite
- www.pharmazeutische-zeitung.de:
 - Online-Advertorial mit Microsite, 1 Woche, im August (KW 31 –34)
 - Top-Platzierung Firmenprofil in Veranstaltungsrubrik
- PZ Sonder-NL nach der Veranstaltung
1 x NL-Teaser zur Microsite
- PZ-Newsletter:
„PZ Themen der Woche“:
1 x NL-Teaser zur Microsite

Preis: 20.240 €*

Zielgruppe PTA/Pharmazie-Ing.

- Printausgabe PTA-Forum: ½ Seite
- Printausgabe expopharm Spezial: ½ Seite
- www.pta-forum.de:
Online-Advertorial mit Microsite, 1 Woche, im August (KW 31 –34)
- PTA-Newsletter: „Unser Thema“:
1 x NL-Teaser zur Microsite

Preis: 9.890 €*

**Inklusive
E-Paper!**

Online: begrenzte Verfügbarkeit.

* Die Preise der expopharm DELUXE Packages sind AE-fähig und verstehen sich zzgl. der gesetzlichen MwSt. Mengen- und Staffelpakete werden automatisch berücksichtigt.

Medien/
Reichweite

Themen/
Termine

Preise/
Pakete

Marketing/
Beteiligung vor
Ort

Content-Service

Verlags-
angaben/
E-Paper

AGB und
Kontakt

Unsere **Power-Kombi aus expopharm Spezial inkl. E-Paper und der Programmbeilage der expopharm** bietet Ihnen eine hervorragende Gelegenheit, Ihre Zielgruppe – Entscheidungsträger und Fachpersonal in Apotheken – umfassend zu erreichen. Beide Sonderausgaben werden der Pharmazeutischen Zeitung in unterschiedlichen Ausgaben beigelegt und informieren die Leser und Messebesucher über die bevorstehende expopharm. Des Weiteren nutzen die Messebesucher vor Ort auf der Messe die Sonderausgaben für die Programm- und Standübersicht.

Durch die Verteilung von expopharm Spezial und der Programmbeilage der expopharm über die PZ erreichen die beiden Medien eine breite Leserschaft innerhalb der pharmazeutischen Fachkreise, was sie zu einer wertvollen Informationsquelle für alle machen, die an der expopharm teilnehmen oder sich über aktuelle Entwicklungen im Apothekenmarkt informieren möchten.

Mit Ihrer Messebotschaft in beiden Medien erreichen Sie vor der expopharm 120.000* Kontakte.

Power-Kombi-Paketpreise

2 x 1/1 Seite: **8.720 €**

2 x ½ Seite: **6.160 €**

2 x ¼ Seite: **3.232 €**

Die Anzeigen erscheinen jeweils in expopharm Spezial (beigelegt PZ #35 vom 27.08.2026)
sowie in der Programmbeilage expopharm

Die Preise sind AE-fähig und verstehen sich zzgl. der gesetzlichen MwSt. Mengen-Staffelrabatte werden verrechnet.

*Quelle: LA-PHARM 2024

Medien/
Reichweite

Themen/
Termine

Preise/
Pakete

Marketing/
Beteiligung vor
Ort

Content-Service

Verlags-
angaben/
E-Paper

AGB und
Kontakt



Peter Erik Felzer
Chefredakteur

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

Wir kommunizieren Gesundheit!

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

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

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

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

Qualitätsversprechen

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

Wie können wir Sie unterstützen? Sprechen Sie uns an!

AVOXA VERANSTALTUNGEN

Die wichtigsten Events für den Apothekenmarkt



Ort/Termin:

Schladming, 18.01. – 22.01.2026
Meran, 31.05. – 05.06.2026

Mehr Informationen:

www.pharmacon.de



Ort/Termin:

Palma de Mallorca, 25.03. – 27.03.2026

Mehr Informationen:

www.pz-kongress.de



Ort/Termin:

Berlin, 05.05. – 06.05.2026

Mehr Informationen:

www.dav-wirtschaftsforum.de



Ort/Termin:

Jahreskongress
Regionalkongress Süd
Herstellungssymposium

Mehr Informationen:

Düsseldorf, 11.06. – 13.06.2026
Neu-Ulm, 27.02. – 28.02.2026
Fulda, 19.11. – 20.11.2026

www.adka-kongress.de



Ort/Termin:

München, 15.09. – 17.09.2026

Mehr Informationen:

www.expopharm.de



Medien/
Reichweite

Themen/
Termine

Preise/
Pakete

Marketing/
Beteiligung vor
Ort

Content-Service

Verlags-
angaben/
E-Paper

AGB und
Kontakt

VERLAGSANGABEN/ ZAHLUNGSBEDINGUNGEN

Herausgeber ABDA – Bundesvereinigung
Deutscher Apothekerverbände e.V.

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

Geschäftsführung Metin Ergül, Peter Steinke

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

Anzeigenleitung Ramona Luft-De Filippis
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

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

Agenturprovision 10% (nicht auf durchlaufende Posten)

Rücktrittsrecht Print: bis zum Anzeigenschluss
Online: 14 Tage vor Kampagnenstart

**Stornofrist für
Vorzugsplatzierung
und
Sonderwerbeformen** **6 Wochen vor Erscheinungstermin (ET)**
Erfolgt ein Storno der gebuchten
Vorzugsplatzierung ab 6 Wochen vor
ET, wird der bestätigte 1/1 Seitenpreis
in Rechnung gestellt

Zahlungsbedingungen netto innerhalb 14 Tagen nach
Rechnungsdatum,
Bankeinzug 3% Skonto

Bankverbindung Deutsche Apotheker- und Ärztebank,
IBAN: DE35 3006 0601 0001 0865 10
BIC: DAAEDEDXXX

Aufträge bitte per E-Mail an: auftrag@avoxa.de

Druckunterlagen bitte per E-Mail an: druckunterlagen@avoxa.de

Medien/
Reichweite

Themen/
Termine

Preise/
Pakete

Marketing/
Beteiligung vor
Ort

Content-Service

Verlags-
angaben/
E-Paper

AGB und
Kontakt

expopharm Spezial 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.

Erscheinungstermin

27.08.2026

Zugriff & Login

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

Datenanlieferung von Durchheftern (DH) und Beilagen (außer Teilbeilagen)

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

Datenaufbereitung

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

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.

*Gilt nicht für Sonderwerbformen und Teilbeilagen.

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 und eine bestimmte Laufzeit der Werbemittel vereinbart werden.
- 2.2. „Werbemittel“ im Sinne dieser AGB können Bilder, Texte, Tonfolgen, Videos, Hyperlinks und Kombinationen aus den genannten Elementen sein, insbesondere auch Stellenanzeigen und Stellengesuche. Form und Inhalt des einzelnen Werbemittels werden durch den 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 (IWW) 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 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 Kunde zu, dass der Dritte für die Dauer dieser Vertragsbeziehung ein einfaches Nutzungsrecht einschließlich des Rechts zur Veränderung eingeräumt hat.

5. Rechte und Pflichten des Kunden

- 5.1. Bereitstellen der Werbemittel
 - 5.1.1. Der Kunde ist verpflichtet, ordnungsgemäße, insbesondere dem Format und den technischen Vorgaben von Avoxa entsprechende Werbemittel rechtzeitig vor Schaltungsbeginn anzuliefern. Die

Medien/
Reichweite

Themen/
Termine

Preise/
Pakete

Marketing/
Beteiligung vor
Ort

Content-Service

Verlags-
angaben/
E-Paper

AGB und
Kontakt

technischen Vorgaben und Anzeigenschlustertermine bzw. Druckunterlagentermine können den Kunden auf unserer Internetseite veröffentlichten Mediadaten für das jeweilige Medium entnommen werden. Sind keine Größen vereinbart oder vorgegeben, wird das Werbemittel mit der für das Werbemittel üblichen Größe gedruckt bzw. geschaltet und abgerechnet.

- 5.1.2. Avoxa kann die vom Kunden gelieferten Vorlagen bearbeiten, soweit dies zur Schaltung des Werbemittels im jeweiligen Medium erforderlich oder ratsam ist.
- 5.1.3. Die Kosten für eine vom Kunden nach Datenanlieferung gewünschte inhaltliche Änderung des Werbemittels trägt der Kunde. Hat Avoxa die Gestaltung des Werbemittels für den Kunden ausgeführt, so ist eine Verwendung dieser Vorlage zum Zweck anderweitiger Veröffentlichungen nur mit ausdrücklicher Zustimmung von Avoxa gestattet.
- 5.1.4. Werbemittel, aus deren Gestaltung und Inhalt sich nicht unmittelbar ihre Eigenschaft als Werbung ergibt, können von Avoxa nach eigenem Ermessen in angemessener Form ausdrücklich als Werbung kenntlich gemacht, ohne dass dies einer Zustimmung des Kunden bedarf. Zu einer Überprüfung der Werbemittel ist Avoxa jedoch nicht verpflichtet.
- 5.1.5. Bei Werbemitteln zur Veröffentlichung in Online-Medien und in E-Paper, hat der Kunde sicherzustellen, dass über die Werbemittel nicht auf Websites oder Daten zugegriffen werden kann, die gegen geltendes Recht oder Rechte Dritter verstoßen oder unzumutbare Inhalte, insbesondere rassistischer, gewaltverherrlichender oder pornografischer Natur, aufweisen. Dasselbe gilt für die Werbemittel selbst.
- 5.1.6. Bei nicht ordnungsgemäßer, insbesondere unvollständiger, fehlerhafter oder ungeeigneter, insbesondere nicht den technischen Vorgaben entsprechender sowie bei verspäteter Anlieferung des Werbemittels ist Avoxa nicht zur Schaltung des Werbemittels verpflichtet. Werden erkennbar ungeeignete oder beschädigte Vorlagen rechtzeitig angeliefert, so fordert Avoxa Ersatz an. Eine Anlieferung ist rechtzeitig, wenn sie mindestens 3 Werktage vor einem vereinbarten Druckunterlagenschluss erfolgt. Der Druckunterlagenschluss hängt vom Titel ab.
- 5.1.7. Die Pflicht von Avoxa zur Aufbewahrung des Werbemittels endet drei Monate nach dessen letztmaliger Veröffentlichung. Datenträger, Fotos oder sonstige Materialien/Unterlagen des Kunden werden diesem nur auf Verlangen und auf seine Kosten und Gefahr zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet ebenfalls drei Monate nach der letztmaligen Veröffentlichung.
- 5.1.8. Avoxa weist den Kunden darauf hin, dass online veröffentlichte Inhalte von Suchmaschinen archiviert werden können. Forderungen auf Löschung der archivierten Anzeigen hat der Kunde direkt an den jeweiligen Suchmaschinenbetreiber zu richten. Soweit technisch möglich, kann Avoxa auf Wunsch des Kunden in den Metadaten der Online-Anzeigen hinterlegen, dass eine Archivierung durch Suchmaschinen nicht erfolgen soll.
- 5.2. Rechteeinräumung durch den Kunden
 - 5.2.1. Der Kunde hat sicherzustellen, dass er alle zur Schaltung des Werbemittels erforderlichen Rechte besitzt und keine Rechte Dritter oder sonstige gesetzliche Bestimmungen verletzt.
 - 5.2.2. Der Kunde sichert insbesondere zu, dass der Inhalt seines Werbemittels
 - (a) nicht gegen gesetzliche Vorgaben (z. B. Allgemeines Gleichbehandlungsgesetz oder Heilmittelwerbegesetz) oder behördliche Verbote verstößt;

- (b) „verborgene“, irrelevante oder irreführende Keywords enthält;
- (c) keine Art von Schneeballsystem, „Club-Mitgliedschaft“, Direktvertriebs- oder Handelsvertrebertätigkeit 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.

Medien/
Reichweite

Themen/
Termine

Preise/
Pakete

Marketing/
Beteiligung vor
Ort

Content-Service

Verlags-
angaben/
E-Paper

AGB und
Kontakt

Online-Werbemittel im Bereich des Stellenportals und des PZ-Marktes werden hingegen erst nach Freigabe durch den Anzeigenverkauf veröffentlicht. Werden Werbemittel freitags nach 14:00 Uhr aufgegeben, wird das Werbemittel erst am darauffolgenden Montag freigegeben und veröffentlicht. Avoxa steht es frei, die Anzeigen- und Erscheinungstermine kurzfristig dem Produktionsablauf entsprechend anzupassen.

6.2. Informationspflichten von Avoxa bei Online-Werbung

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

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

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

6.3. Chiffrierung

- 6.3.1. Im Fall von Chiffrierung werden die Eingänge vier Wochen aufbewahrt oder gespeichert. Umschriften, die in dieser Zeit nicht abgeholt oder abgerufen wurden, werden vernichtet bzw. gelöscht.
- 6.3.2. Briefe, die das zulässige Format DIN A 4 (Gewicht 50 g) überschreiten, sowie Waren-, Bücher-, Katalogsendungen und Päckchen werden nicht entgegengenommen. Eingehende E-Mails werden nur bis zu einer Datenmenge von 3 Megabyte pro E-Mail weitergeleitet.

7. Ablehnungsbefugnis

- 7.1. Avoxa behält sich ohne Anerkennung einer entsprechenden Prüfpflicht vor, auch angenommene Werbeaufträge – und auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Werbeauftrags – nach sachgemäßem Ermessen abzulehnen bzw. zu entfernen. Dies gilt insbesondere, wenn
- deren Inhalt gegen Gesetze, behördliche Bestimmungen oder Rechte Dritter verstößt oder
 - deren Inhalt vom Deutschen Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde oder
 - deren Veröffentlichung für Avoxa wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist. Unzumutbar für Avoxa ist insbesondere die Veröffentlichung von Werbemitteln, deren Inhalt den Interessen der deutschen Apothekerschaft zuwiderläuft.

Gleiches gilt für den Fall, dass die in dem Werbemittel verwendete bzw. beworbene Ziel-URL einen der oben genannten Ablehnungsgründe erfüllt.

- 7.2. Die Ablehnung bzw. Entfernung wird dem Kunden von Avoxa unverzüglich mitgeteilt. Der Kunde ist in diesem Fall berechtigt, Avoxa eine geänderte Version des zu schaltenden Werbemittels und/oder der Ziel-URL, auf die verlinkt werden soll, zu übermitteln. Die Bedingungen für die neue Version des Werbemittels bleiben gleich. Die für den Austausch bzw. die Änderung entstehenden Mehrkosten können dem Kunden nach Nachweis durch Avoxa in Rechnung gestellt werden.
- 7.3. Geht dieser Ersatz bzw. die neue URL, nicht mehr rechtzeitig für die Einhaltung des ursprünglich vereinbarten Erscheinungstermins bei Avoxa ein, hat Avoxa einen Anspruch auf Entschädigung in Höhe des vollen Auftragswerts. Dies gilt nicht, wenn Avoxa das Vorliegen eines Ausschlussgrundes zu Unrecht angenommen hat. Dem Kunden bleibt es unbenommen, nachzuweisen, dass kein oder ein wesentlich geringerer Schaden entstanden ist.
- 7.4. Hat Avoxa ein bereits veröffentlichtes Werbemittel aus den oben genannten Gründen aus Online-Medien entfernt, bleibt der Vergütungsanspruch von der Entfernung des Werbemittels unberührt. Dies gilt nicht, wenn Avoxa das Vorliegen eines Ausschlussgrundes zu Unrecht angenommen hat.
- 7.5. Der Kunde ist für den Inhalt eines Werbeauftrags allein verantwortlich. Eine rechtliche Überprüfung oder sonstige Inhaltskontrolle durch Avoxa findet nur in Bezug auf eine offensichtliche Rechtswidrigkeit statt. Stellt Avoxa eine offensichtliche Rechtswidrigkeit des Werbemittels fest, wird Avoxa dies dem Kunden unverzüglich mitteilen. In diesem Fall ist Avoxa berechtigt, die Schaltung des Werbemittels abzulehnen.

8. Gewährleistung

- 8.1. Bei fehlerhafter Veröffentlichung des Werbemittels ist Avoxa zur Nacherfüllung durch Berichtigung oder fehlerfreie Wiederholung der Schaltung des Werbemittels verpflichtet, sofern der Zweck des Werbemittels noch erreichbar ist. Dies gilt nicht, wenn das Verschulden für die fehlerhafte Veröffentlichung beim Kunden liegt, insbesondere im Fall von Übermittlungsfehlern.
- 8.2. Ist der Zweck des Werbemittels nicht mehr erreichbar oder ist die Ersatzwerbung fehlgeschlagen oder unzumutbar, kann der Kunde vom Werbeauftrag zurücktreten oder Minderung verlangen, jedoch nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck des Werbemittels beeinträchtigt wurde. Dies gilt ebenfalls nicht, wenn das Verschulden beim Kunden liegt.
- 8.3. Sollen gleichartige Werbemittel wiederholt geschaltet werden, obliegt es dem Kunden, die Darstellung des Werbemittels unverzüglich nach der ersten Schaltung zu überprüfen. Mangelhafte Darstellungen hat er daraufhin unverzüglich zu rügen. Die Rügefrist beginnt bei versteckten Mängeln mit ihrer Entdeckung. Unterlässt der Kunde eine Mängelrüge, so hat er keine Ansprüche wegen einer fehlerhaften Darstellung der Werbemittel in den nachfolgenden Schaltungen. Unterbleibt die Mängelrüge, so gilt die Lieferung von Avoxa als einwandfrei und genehmigt. Dies gilt nicht für Verbraucher.
- 8.4. Wird die Anzeige von Online-Anzeigen und von E-Paper durch Ad-Blocker, vergleichbarer Software oder durch den Einsatz unüblicher oder veralteter Soft- oder Hardware ganz oder teilweise verhindert, liegt kein Mangel vor.

- 8.5. Die Darstellung von Anzeigen im E-Paper kann aufgrund technischer Rahmenbedingungen (z. B. Bildschirmauflösung, Endgerät, Browser, Zoom- oder Navigationsfunktionen) von der Darstellung in der Printausgabe abweichen. Solche darstellungsbedingten Abweichungen stellen keinen Mangel dar, sofern Inhalt, Platzierung und Buchung dem Werbeauftrag entsprechen.
- 8.6. Dem Kunden ist bekannt, dass es auch im Rahmen eines ordnungsgemäßen Geschäftsbetriebs zum Ausfall von Servern (zum Beispiel durch Störungen im Kommunikationsnetz oder durch Stromausfälle) kommen kann. Avoxa gewährleistet daher eine dem jeweils üblichen technischen Standard entsprechende Wiedergabe des Werbemittels. Darüber hinaus kann die Erreichbarkeit während der üblichen Wartungszeiten (zum Beispiel beim Einspielen von Updates) ganz oder teilweise beeinträchtigt sein; Avoxa bemüht sich aber, diese Wartungszeiten auf möglichst nutzungsarme Zeiten zu legen. Bei einem Ausfall des von Avoxa für die Schaltung des Werbemittels genutzten Servers über einen im Verhältnis zur Dauer der Schaltung des Werbemittels erheblichen Zeitraum im Rahmen einer zeitgebundenen Schaltung eines Werbemittels, entfällt die Zahlungspflicht des Kunden anteilig für den Zeitraum des Ausfalls. Weitere Ansprüche sind ausgeschlossen. Als nicht erheblich gilt insbesondere ein Ausfall des Servers von insgesamt nicht mehr als fünf Prozent des gebuchten Zeitraums.
- 8.7. Ist der Kunde Unternehmer, gilt: Die Gewährleistungsansprüche sind nicht abtretbar. Sie verjähren abweichend von den gesetzlichen Regelungen bereits nach einem Jahr nach dem Erscheinungsdatum. Schadensersatzansprüche wegen der Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit oder aufgrund von grob fahrlässig oder vorsätzlich verursachten Schäden sind von der verkürzten Verjährung ausdrücklich ausgenommen. Diese unterliegen der unverkürzten gesetzlichen Verjährungsfrist. Die Haftung nach dem Produkthaftungsgesetz bleibt unberührt.
- 8.8. Im Übrigen richten sich die Mängelansprüche nach dem Gesetz.
- 9. Ausfall oder Verschiebung des Werbeauftrages**
- 9.1. Fällt die Durchführung eines Werbeauftrages aus redaktionellen oder technischen Gründen, wegen höherer Gewalt, Streik, aufgrund gesetzlicher Bestimmungen oder sonstigen Gründen aus, so wird die Durchführung des Werbeauftrages nach Möglichkeit entweder vorverlegt oder nachgeholt. Sofern es sich nicht um eine unerhebliche Verschiebung handelt, wird der Kunde hiervon informiert. Als nicht erheblich gilt insbesondere ein Ausfall von insgesamt nicht mehr als fünf Prozent des gebuchten Zeitraums.
- 9.2. Die Information erfolgt vor der Verschiebung, sofern dies zeitlich vernünftigerweise möglich ist. Unter den gleichen Voraussetzungen wird der Kunde informiert, wenn der Werbeauftrag in ein anderes als das vorgesehene Umfeld eingebettet wird. Sofern der Kunde der Verschiebung der Durchführung des Werbeauftrages bzw. der Einbettung in ein anderes Umfeld nicht binnen einer Frist von fünf Werktagen nach entsprechender Information schriftlich widerspricht, gilt dies als Einverständnis des Kunden. Avoxa wird den Kunden hierauf mit der Information ausdrücklich hinweisen.
- 9.3. Bei Vorverlegung oder bei Nachholung in angemessener und für den Kunden zumutbarer Zeit bleibt der Vergütungsanspruch von Avoxa bestehen.
- 9.4. Im Fall, dass der Werbeauftrag weder vorverlegt noch nachgeholt werden kann oder im Fall, dass der Kunde der vorgeschlagenen Vorverlegung, Nachholung oder Einbettung in ein anderes Umfeld widerspricht, entfällt der Vergütungsanspruch von Avoxa für die betroffene Schaltung des Werbemittels. Hat der Kunde hierfür bereits Zahlungen geleistet, hat er einen entsprechenden Anspruch auf Rückzahlung. Weitere Ansprüche des Kunden sind ausgeschlossen.
- 10. Haftung**
- 10.1. Die Haftung von Avoxa auf Schadens- und Aufwendungsersatz für leichte Fahrlässigkeit ist, insbesondere wegen Verletzung von Pflichten aus dem Schuldverhältnis und aus unerlaubter Handlung, ausgeschlossen, es sei denn, Avoxa hat eine wesentliche Vertragspflicht verletzt, also eine Pflicht, deren Erfüllung die ordnungsgemäße Durchführung des Werbeauftrages überhaupt erst ermöglicht oder auf deren Einhaltung der Kunde regelmäßig vertrauen darf. In diesem Falle ist die Haftung von Avoxa auf den vertragstypischen und vorhersehbaren Schaden begrenzt, mit dessen Eintritt Avoxa bei Vertragsabschluss aufgrund der bekannten Umstände rechnen musste.
- 10.2. Die Haftung von Avoxa für Schäden aus der Verletzung von Körper, Leben oder Gesundheit, 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 Werbeauftrages gültigen Preisliste von Avoxa. Soweit nicht anders angegeben, verstehen sich die Preise inklusive der gesetzlichen Umsatzsteuer.
- 12.2. Rabatte für Mehrfachaufträge innerhalb eines bestimmten Zeitraums richten sich ebenfalls nach der jeweils gültigen Preisliste von Avoxa.

Medien/
Reichweite

Themen/
Termine

Preise/
Pakete

Marketing/
Beteiligung vor
Ort

Content-Service

Verlags-
angaben/
E-Paper

AGB und
Kontakt

- 12.3. Rabatte werden nicht gewährt für Unternehmen, deren Geschäftszweck unter anderem darin besteht, für verschiedene Werbetreibende Werbeaufträge zu erteilen, um eine gemeinsame Rabattierung zu beanspruchen.
- 12.4. Wird für konzernverbundene Unternehmen eine gemeinsame Rabattierung beansprucht, ist der schriftliche Nachweis des Konzernstatus des Werbekunden erforderlich. Konzernverbundene Unternehmen im Sinne dieser Bestimmung sind Unternehmen, zwischen denen eine kapitalmäßige Beteiligung von mindestens 50 Prozent besteht. Konzernrabatte bedürfen der ausdrücklichen, schriftlichen Bestätigung durch Avoxa und werden nur für die Dauer der Konzernzugehörigkeit gewährt. Die Beendigung der Konzernzugehörigkeit ist unverzüglich anzuzeigen.
- 12.5. Der Kunde hat rückwirkend Anspruch auf den seiner tatsächlichen Abnahme von Werbemitteln innerhalb des laufenden Kalenderjahres entsprechenden Nachlass, sofern zwischen den Parteien nicht anders vereinbart. Der Anspruch auf den Nachlass erlischt, wenn er nicht innerhalb von drei Monaten nach Ablauf des Kalenderjahres bzw. des anderweitig vereinbarten Zeitraums geltend gemacht wird.
- 12.6. Kann ein Werbeauftrag aus Umständen nicht erfüllt werden, die Avoxa nicht zu vertreten hat, so hat der Kunde den Unterschiedsbetrag zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass an Avoxa zu erstatten. Dies gilt nicht, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich von Avoxa beruht.
- 13. Zahlungsbedingungen, Zahlungsverzug**
- 13.1. Die Rechnungsstellung erfolgt unmittelbar nach dem Erscheinungstermin des Werbemittels. Avoxa ist berechtigt, bei zeitlich länger laufenden Schaltungen Zwischenrechnungen zu stellen. Alle Forderungen von Avoxa sind fällig ohne Abzug 14 Tage ab Rechnungsdatum; bei Bankeinzug und Vorkasse gewährt Avoxa 3% Skonto.
- 13.2. Aufrechnungs- oder Zurückbehaltungsrechte stehen dem Kunden nur zu, soweit sein Gegenanspruch unbestritten oder rechtskräftig festgestellt ist oder er auf demselben Vertragsverhältnis wie unsere Forderung beruht.
- 13.3. Bei Zahlungsverzug hat Avoxa die gesetzlichen Rechte. Avoxa kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Werbeauftrags bis zur vollständigen Zahlung zurückstellen und für die restliche Schaltung Vorauszahlung verlangen. Bei Zahlungsverzug werden sämtliche offenstehenden Rechnungen zur sofortigen Zahlung fällig.
- 13.4. Zum Einzug seiner Forderung kann der Kunde Avoxa ein SEPA Basismandat erteilen. Der Kunde sichert zu, für die Deckung seines Kontos zu sorgen. Kosten, die aufgrund von Nichteinlösung oder Rückbuchung der Lastschrift entstehen, gehen zu Lasten des Kunden.
- 14. Außerordentliche Kündigung**
- 14.1. Das Recht zu einer außerordentlichen Kündigung bleibt beiden Parteien vorbehalten. Kündigungen bedürfen der Schriftform.
- 14.2. Avoxa ist zur außerordentlichen Kündigung insbesondere dann berechtigt, wenn der Kunde seiner Zahlungspflicht trotz zweimaliger Mahnung nicht nachgekommen ist, der Kunde zum wiederholten Mal das Werbemittel bzw. die Ziel-URL eigenmächtig geändert hat, der Kunde trotz Abmahnung

fortgesetzt gegen wesentliche Bestimmungen dieser AGB verstößt oder der Kunde ein gegen Dritte gerichtetes Fehlverhalten begeht, indem er das Angebot von Avoxa zu rechtswidrigen oder für Dritte belästigenden Zwecken einsetzt.

- 14.3. Im Falle der außerordentlichen Kündigung kann Avoxa mit sofortiger Wirkung die Schaltung des oder der Werbemittel beenden. Für dem Kunden gewährte Rabatte gilt Ziff. 12.6

15. Widerrufsrecht

- 15.1. Verbrauchern steht grundsätzlich ein Widerrufsrecht zu. Verbraucher ist jede natürliche Person, die ein Rechtsgeschäft zu Zwecken abschließt, das weder ihrer gewerblichen noch ihrer selbstständigen beruflichen Tätigkeit zugerechnet wird. Die Widerrufsbelehrung mit den Voraussetzungen und Rechtsfolgen des Widerrufs ist unter <https://avoxa.de/anzeigen-widerrufsrecht-fuer-verbraucher> abrufbar.
- 15.2. Das Widerrufsrecht gilt nicht für Käufer, die zum Zeitpunkt des Vertragsschlusses keinem Mitgliedsstaat der Europäischen Union angehören und deren alleiniger Wohnsitz zum Zeitpunkt des Vertragsschlusses außerhalb der Europäischen Union liegen.
- 15.3. Das Widerrufsrecht erlischt vorzeitig, wenn Avoxa mit der Ausführung des Werbeauftrags begonnen hat, nachdem der Verbraucher (1.) ausdrücklich zugestimmt hat, dass Avoxa mit der Ausführung des Werbeauftrags vor Ablauf der Widerrufsfrist beginnt, und (2.) seine Kenntnis davon bestätigt hat, dass er durch seine Zustimmung mit Beginn der Ausführung des Werbeauftrags sein Widerrufsrecht verliert (§ 356 Abs. 4 BGB). Gibt der Verbraucher keine ausdrückliche Zustimmung ab, wird Avoxa mit der Ausführung des Werbeauftrags nicht vor Ablauf der Widerrufsfrist beginnen.

16. Digital Services Act

Die Angaben und Verpflichtungen gemäß den Bestimmungen des Digital Services Act (DSA), einschließlich transparenter Informationen über unsere Verfahren zur Moderation von Inhalten, finden Sie unter <https://avoxa.de/anzeigen-digital-service-act/>.

17. Anwendbares Recht, Gerichtsstand, salvatorische Klausel

- 17.1. Es gilt deutsches Recht unter Ausschluss des UN-Kaufrechts.
- 17.2. Hat der Kunde keinen inländischen allgemeinen Gerichtsstand, seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthaltsort nach Vertragsschluss ins Ausland verlegt, sind zum Zeitpunkt der Klageerhebung weder Wohnsitz noch gewöhnlicher Aufenthaltsort des Kunden bekannt oder ist er Kaufmann, juristische Person des öffentlichen Rechts oder öffentlich-rechtliches Sondervermögen, ist der Sitz von Avoxa als Gerichtsstand vereinbart; Avoxa ist aber auch berechtigt, am allgemeinen Gerichtsstand des Kunden zu klagen.
- 17.3. Sollten eine oder mehrere dieser Bedingungen unwirksam sein oder werden, wird die Wirksamkeit der übrigen Bedingungen hiervon nicht berührt.
- 17.4. Nebenabreden, Änderungen und Ergänzungen bedürfen zu ihrer Wirksamkeit der Schriftform. Dies gilt auch für die Änderung des Schriftformerfordernisses.
- 17.5. Erfüllungsort für sämtliche Pflichten der Vertragspartner ist am Sitz von Avoxa.

IHRE ANSPRECHPARTNER FÜR DIE EXPOPHARM



Madlen Bürge
Geschäftsbereichsleitung
Messen und Kongresse

Telefon +49 6196 928-249
E-Mail m.buerge@avoxa.de



Annie Hildebrandt
Partner & Sales Management

Telefon +49 6196 928-590
E-Mail a.hildebrandt@avoxa.de



Olcay Arslan
Partner & Sales Management

Telefon +49 6196 928-411
E-Mail o.arslani@avoxa.de



Ursula Heising
Partner & Sales Management

Telefon +49 6196 928-791
E-Mail u.heising@avoxa.de



Medien/
Reichweite

Themen/
Termine

Preise/
Pakete

Marketing/
Beteiligung vor
Ort

Content-Service

Verlags-
angaben/
E-Paper

AGB und
Kontakt

IHRE ANSPRECHPARTNER FÜR DIE KOMMUNIKATIONSPAKETE



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



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

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



Astrid Kühn
Medienberaterin

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

Medien/
Reichweite

Themen/
Termine

Preise/
Pakete

Marketing/
Beteiligung vor
Ort

Content-Service

Verlags-
angaben

AGB und
Kontakt