DAS APOTHEKEN MAGAZIN

MEDIADATEN
2024

AVOXA
Mediengruppe Deutscher Apotheker

DAS APOTHEKEN MAGAZIN

INHALT

Das Apotheken Magazin

Titelporträt – Unsere Kernkompetenzen | 3
Leserschaft | 4
Leser Strukturdaten | 5
Verlagsangaben / Ansprechpartner | 6
Anzeigenformate und -preise | 8
Technische Daten | 10
Themen und Termine | 11
aponet.de | 23
Allgemeine Geschäftsbedingungen | 28
Kontakt | 29

DAS APOTHEKEN MAGAZIN

DAS MACHT DAS APOTHEKEN MAGAZIN EINZIGARTIG

- Wir sind das einzige Kundenmagazin aus einem Apothekerverlag. Das Heft wurde von Apothekern und einer Fachredaktion speziell für die Bedürfnisse von Apothekenkunden konzipiert.
- Wir transportieren die hohe Wertigkeit von Apotheke und Apothekenprodukten auf optimale Weise.
- Bei uns erhalten die Leser praktische Tipps zum Umgang mit Arzneimitteln und zur Selbstbehandlung einfacher Erkrankungen, die die Beratung in der Apotheke ergänzen.
- Das Apotheken Magazin steht den Fachabteilungen der ABDA nahe. Dadurch sind wir in Sachen Gesundheitspolitik und Arzneimittelversorgung immer auf dem neuesten Stand.

Rüdiger Freund
Chefredakteur

Peter Erik Felzer
Chefredakteur

LESERSCHAFT AWA 2023
„Das Apotheken Magazin“

DAS APOTHEKEN MAGAZIN

Grundgesamtheit	Deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahre: 70,08 Mio.			
Geschlecht	49 % Männer, 51 % Frauen			
	Reichweite	**LpA***	**Kontakte**	
Gesamt:	2,60 %	1,81 Mio.	2,13 Mio.	
Frauen:	3,30 %	1,17 Mio.	1,39 Mio.	
Männer:	1,80 %	0,64 Mio.	0,74 Mio.	
Altersgruppe	**Reichweite**	**LpA***	**Kontakt**	**Index im Vergleich zur Gesamtbevölkerung**
50 bis 59 Jahre	2,30 %	0,30 Mio.	0,35 Mio.	89
60 bis 69 Jahre	3,90 %	0,43 Mio.	0,50 Mio.	151
70 Jahre und älter	6,40 %	0,79 Mio.	0,94 Mio.	249
Apothekenbesuch				
	Reichweite	LpA*	**Kontakt**	**Index im Vergleich zur Gesamtbevölkerung**
etwa 1x pro Woche	5,40 %	0,10 Mio.	0,12 Mio.	209
mehrmals in der Woche	8,40 %	0,04 Mio.	0,05 Mio.	325
OTC-Kernzielgruppe	**Reichweite**	**LpA***	**Kontakt**	**Index im Vergleich zur Gesamtbevölkerung**
	5,20 %	0,74 Mio.	0,88 Mio.	200

Quelle: AWA 2023* LpA: Leser pro Ausgabe

LESER STRUKTURDATEN AWA 2023
„Das Apotheken Magazin“

DAS APOTHEKEN MAGAZIN

OTC-Produkte – Persönliche Verwendung von rezeptfreien Medikamenten und Heilmitteln in den letzten 3 Monaten Mittel zur / zum / gegen…	Basis AWA ges. Mio. 70,08	% vert. 100	Nutzer Das Apotheken Magazin Mio. 1,81	% vert. 100	Index 100
Mittel gegen Venenbeschwerden, Krampfadern	2,35	3	0,19	10	306
Mittel zur Steigerung der Konzentration, des Gedächtnisses	2,07	3	0,16	9	297
Mittel gegen Durchblutungsstörungen, leichte Herz- und Kreislaufmittel, auch zur Beeinflussung des Blutdrucks	3,97	6	0,23	13	229
Mittel gegen Verstopfung	2,86	4	0,17	9	224
Mittel gegen Blasenbeschwerden oder Mittel gegen Prostatabeschwerden	2,40	3	0,13	7	216
Tabletten, Tropfen oder andere Mittel gegen Nervosität, innere Unruhe	4,09	6	0,22	12	208
Mittel gegen Gelenk- und Muskelbeschwerden, z.B. Ischias, Gelenkschmerzen, Rückenschmerzen, Verspannungen	12,80	18	0,65	36	196
Mittel gegen Frauenbeschwerden in den Wechseljahren	1,05	2	0,05	3	184
Heilpflanzenöl zum Einreiben, zur Massage, als Badezusatz usw.	9,43	13	0,45	25	184
Mittel gegen Sodbrennen oder Völlegefühl im Magen, Blähungen	9,38	13	0,44	25	184
Mittel gegen Durchfall	3,54	5	0,16	9	178
Mittel zur Stärkung bzw. Steigerung der Abwehrkräfte	8,40	12	0,36	20	168
Mittel gegen Haut- und Nagelerkrankungen, z.B. Hautausschlag oder Hautallergien, Pilzerkrankungen	3,44	5	0,14	8	163
Mittel gegen Schlafstörungen	5,25	7	0,22	12	163
Mineralstoffe oder Vitamine als Tabletten oder zum Auflösen	19,69	28	0,81	45	159
Mittel zur Stimmungsaufhellung, gegen depressive Verstimmungen	1,66	2	0,07	4	159
Mittel zur Wundversorgung (Pflaster, Binden, Wundheilsalbe)	21,88	31	0,79	44	141
Mittel gegen Erkältungen oder Erkältungserscheinungen wie Schnupfen, Halsschmerzen, Husten etc.	25,00	36	0,84	47	131
Mittel bei Sportverletzungen, bei Verstauchungen, Prellungen, Zerrungen	7,42	11	0,24	13	123
Mittel gegen Haarprobleme, Haarausfall	2,07	3	0,06	3	117
Schmerzmittel zum Einnehmen, z.B. gegen Kopfschmerzen, Zahnschmerzen	35,69	51	1,03	57	112
Mittel zum Abnehmen, zur Unterstützung einer Diät	1,61	2	0,04	2	103

Axel Springer SE – 2023, erstellt mit mds online (http://www.mds-mediaplanung.de)

WERBUNG, DIE ANKOMMT!

DAS APOTHEKEN MAGAZIN

- **intensiv**
  Bei einer verbreiteten Auflage von 773 538 Exemplare (IVW 4/2023) pro Monat erreichen Sie mit dem Apotheken Magazin 2,13 Mio. Kontakte (AWA 2023)

- **präzise**
  Nutzen Sie die große Reichweite des Apotheken Magazins in der definierten Zielgruppe unserer Leser.

- **nachhaltig**
  Print-Anzeigen genießen höchstes Vertrauen.
  Nutzen Sie dies für Ihre nachhaltige Markenkommunikation.

VERLAGSANGABEN

DAS APOTHEKEN MAGAZIN

Herausgeber	ABDA – Bundesvereinigung Deutscher Apothekerverbände e.V., Berlin
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 www.aponet.de
Geschäftsführer	Metin Ergül, Peter Steinke
Chefredaktion	Peter Felzer, Rüdiger Freund
Leitung Anzeigenabteilung	Ramona Luft-De Filippis Telefon +49 6196 928-221 Telefax +49 6196 928-223 E-Mail r.defilippis@avoxa.de
Anzeigen-Verkaufsleiter	Achim Heinemann (Nord) Telefon +49 6196 928-231 E-Mail a.heinemann@avoxa.de Saasan Seifi (Süd) Telefon +49 6196 928-225 E-Mail s.seifi@avoxa.de
Mediaberatung	Simone Breuer Telefon +49 6196 928-234 E-Mail s.breuer@avoxa.de

Anzeigen-Aufträge	auftrag@avoxa.de
Druckunterlagen	am-druckunterlagen@avoxa.de

Erscheinungsweise	2 x im Monat – am 1. und am 15. des Monats. Ein Split ist nicht möglich, der Preis gilt für beide Ausgaben.*
Rücktrittsrecht	Zum Anzeigenschlusstermin
Auflage IVW 4/2023	verbreitet 773 538 Exemplare
Inserenten-Service	AWA 2023 – Zählservice, b4p – best 4 planning/t.o.m. Pharma Copytest
Zahlungsbedingungen	Rein netto innerhalb 14 Tagen nach Rechnungsdatum. 3% bei Bankeinzug. Reine Barauslagen für Fremdleistungen sind nicht skontierbar. Preise zuzüglich gesetzlicher MwSt.
Mittlerprovision	15%
Zahlungs-möglichkeiten	Deutsche Apotheker- und Ärztebank, Düsseldorf IBAN: DE35 3006 0601 0001 0865 10 BIC: DAAEDEDDXXX

Rabatte

Malstaffel		Mengenstaffel	
3 Anzeigen	3%		
6 Anzeigen	5%	2 Seiten	5%
12 Anzeigen	10%	4 Seiten	10%
18 Anzeigen	15%	6 Seiten	15%
24 Anzeigen	20%	8 Seiten	20%
36 Anzeigen	25%	10 Seiten	25%
48 Anzeigen	30%	12 Seiten	30%

*Angebotserstellung, Auftragsbestätigung und Abrechnung wird aus technischen Gründen in Ausgabe A und B je Monat aufgeteilt.

ANZEIGENFORMATE UND -PREISE NR. 3

gültig ab 01. 01. 2024

DAS APOTHEKEN MAGAZIN

Größe		Formate im Satzspiegel Breite mm	x	Höhe mm	Angeschnittene Anzeigen Beschnittzugaben an allen Seiten je 4 mm Breite mm	x	Höhe mm	Preise für Anzeigen farbig und s/w
1/1		191		258	210		280	19.900 €
3/4	dreispaltig (hoch)	142		258	153		280	14.925 €
	vierspaltig (quer)	191		192	210		205	
2/3	vierspaltig (quer)	191		172	210		185	13.270 €
9/16	dreispaltig (hoch)	142		192	153		205	11.190 €
1/2	zweispaltig (hoch)	93		258	104		280	9.950 €
	vierspaltig (quer)	191		127	210		137	9.950 €
3/8	zweispaltig (hoch)	93		192	104		205	7.470 €
	vierspaltig (quer)	191		95	210		105	7.470 €
1/3	einspaltig (hoch)	60		258	70		280	6.635 €
	vierspaltig (quer)	191		82	210		92	6.635 €
1/4	einspaltig (hoch)	44		258	55		280	4.975 €
	zweispaltig (hoch)	93		127	104		137	4.975 €
	vierspaltig (quer)	191		61	210		70	4.975 €

Bei Anzeigen im Anschnitt beachten Sie einen Beschnitt von je 4 mm.
Bei Anschnittanzeigen müssen Text- und Bildelemente mindestens 6 mm vom Anschnittformat entfernt sein.

ANZEIGENFORMATE UND -PREISE NR. 3

gültig ab 01. 01. 2024

DAS APOTHEKEN MAGAZIN

Größe	Formate im Satzspiegel Breite mm	x	Höhe mm	Angeschnittene Anzeigen Beschnittzugaben an allen Seiten je 4 mm Breite mm	x	Höhe mm	Preise für Anzeigen farbig und s/w
1/8 einspaltig (hoch)	44		127	–		–	2.490 €
zweispaltig (quer)	93		61	–		–	2.490 €
1/16 einspaltig (hoch)	44		61	–		–	1.245 €
zweispaltig (quer)	93		30	–		–	1.245 €

Advertorial:
Der Preis ist gleich dem Anzeigenpreis, wenn das Advertorial fertig geliefert wird. Dieses muss oben mit „Anzeige“ gekennzeichnet sein. Das Schriftbild sowie Layout müssen sich erkennbar vom redaktionellen Text unterscheiden.

Sonderplatzierung:							
4. Umschlagseite: 2/3 Seite quer, Auflage auf Anfrage							15.260 €
Inselanzeige im Rätsel	108		138				6.440 €
1/3 hoch neben Editorial	60		258	70		280	8.050 €
Mittelsäule	58		70				7.962 €
Sonderformate:							
Tunnelanzeige	–		–	190		135	13.936 €
	–		–	190		205	20.904 €
Flexformate und Sonderwerbeformen auf Anfrage							

TECHNISCHE DATEN

DAS APOTHEKEN MAGAZIN

Druckunterlagen

Digitale Druckvorlagen
PDF-X3 oder höher, keine TIF oder JPEG
Es ist darauf zu achten,
dass im PDF alle verwendeten
Schriften eingebettet sind.

Übermittlung
CD-ROM/DVD
E-Mail am-druckunterlagen@avoxa.de

Farbaufbau
CMYK

Anzeigen-Aufträge
E-Mail auftrag@avoxa.de

Proof
Bitte verwenden Sie für eine farblich gute Umsetzung Ihrer Proofergebnisse folgende Farbanpassung

Umschlag: PSO coated 51L

Inhaltseiten: LWC Improved 45L
(Profil über Ihren Proofhersteller erhältlich)
Proof an unsere Verlagsanschrift

Heftformat
210 mm x 280 mm (B x H)

Satzspiegel
191 mm x 258 mm (B x H)
4 Spalten je 44 mm

Druckerei
Stark Druck GmbH + Co. KG
Im Altgefäll 9
75181 Pforzheim

Druckverfahren
Rollenoffsetdruck

Farben
Euroskala Rollenoffset
Keine Sonderfarben

Verarbeitung
Broschur, Rückendrahtheftung

THEMEN 2024

AUSGABE

DAS APOTHEKEN MAGAZIN

1. JANUAR

- Hilfe beim Abnehmen
- Hustenstiller oder Hustenlöser?
- Hausnotruf: Die wichtigsten Infos
- Versorgung mit Inkontinenzartikeln
- Haarspende für Perücken

Auslage Pharmacon Schladming

15. JANUAR

- KI in der Medizin
- Wer von Formulardiäten profitiert
- Nasennebenhöhlen wieder frei
- Serie Zahnprobleme: Zähneknirschen
- Neuropathische Schmerzen richtig behandeln

ANZEIGENSCHLUSS: 09. 11. 2023 **DRUCKUNTERLAGEN: 24. 11. 2023**

Redaktionelle Änderungen vorbehalten.

THEMEN 2024

AUSGABE

DAS APOTHEKEN MAGAZIN

1. FEBRUAR

- Bonusprogramm für das Herz
- Tagesdosis Mineralstoffe
- Prä-und Probiotika
- Verhütungsmittel: Kondome, Pille, Pille danach
- Serie Zahnprobleme: Zahnfleischbluten

15. FEBRUAR

- Reportage: pflegende Angehörige
- Pflege für trockene Haut
- Pflanzenkraft gegen innere Unruhe
- Ständig erkältet: Was tun?
- Serie Zahnprobleme: Empfindliche Zähne/Zahnhälse

Beilage in der Glückstüte. Vertrieb über Apotheken Auflage: 20.000 Exemplare

(Die Glückstüte wird über das Apothekenpersonal an den Apothekenkunden abgegeben)

ANZEIGENSCHLUSS: 11. 12. 2023 **DRUCKUNTERLAGEN: 28. 12. 2023**

Redaktionelle Änderungen vorbehalten.

THEMEN 2024

AUSGABE

DAS APOTHEKEN MAGAZIN

1. MÄRZ

- Ich habe Schulter
- CBD – Tropfen, Öl
- Darmkrebsmonat März
- Serie Zahnprobleme: Mundgeruch
- Plötzlich Heuschnupfen

15. MÄRZ

- PMS - das gibt es wirklich
- Augentropfen gegen Allergie
- Tipps bei Heiserkeit
- Serie Schwangerschaft: richtig Essen (plus Nahrungsergänzung)
- Hämorroiden-OP oder doch Eigentherapie?

Beilage in der Glückstüte: Vertrieb über Apotheken Auflage: 75.000 Exemplare

(Die Glückstüte wird über das Apothekenpersonal an den Apothekenkunden abgegeben)

ANZEIGENSCHLUSS: 12. 01. 2024 **DRUCKUNTERLAGEN: 29. 01. 2024**

Redaktionelle Änderungen vorbehalten.

THEMEN 2024

AUSGABE

DAS APOTHEKEN MAGAZIN

1. APRIL

- Demenz-Therapie: quo vadis?
- Tipps gegen Kopfschuppen
- Moderne Bluthochdruck-Therapie
- Die gefährlichsten Stress-Fallen
- Serie Schwangerschaft: Das hilft gegen Übelkeit

15. APRIL

- Multimodale Schmerztherapie
- Was können Hörgeräte, und was nicht?
- Serie Schwangerschaft:
  Welche Medikamente darf ich nehmen?
- Venenleiden: Warum es Frauen häufiger trifft
- Reportage: Einbau eines Treppenliftes

Beilage in der Glückstüte. Vertrieb über Apotheken Auflage: 70.000 Exemplare

(Die Glückstüte wird über das Apothekenpersonal an den Apothekenkunden abgegeben)

ANZEIGENSCHLUSS: 12. 02. 2024 **DRUCKUNTERLAGEN: 27. 02. 2024**

Redaktionelle Änderungen vorbehalten.

THEMEN 2024

AUSGABE

Auslage Pharmacon Meran

DAS APOTHEKEN MAGAZIN

1. MAI

- Gute Pilze, schlechte Pilze
- Keine Angst vor Kortison
- Dos und Don‘ts bei Lippenherpes
- Serie Schwangerschaft: Was bei Verstopfung hilft
- Zeckenalarm auf Reisen

15. MAI

- Pickel: Hautsache Apotheke
- Tipps gegen Reiseübelkeit
- Basisch Essen: Mit diesen Lebensmitteln klappt‘s
- Serie Männergesundheit: Prostata/Inkontinenz
- E-Bikes: Bewegung leicht gemacht

Beilage in der Glückstüte. Vertrieb über Apotheken Auflage: 60.000 Exemplare

(Die Glückstüte wird über das Apothekenpersonal an den Apothekenkunden abgegeben)

ANZEIGENSCHLUSS: 11. 03. 2024 **DRUCKUNTERLAGEN: 26. 03. 2024**

Redaktionelle Änderungen vorbehalten.

THEMEN 2024

AUSGABE

DAS APOTHEKEN MAGAZIN

1. JUNI

- Thrombose – der heimliche Killer
- Kleinkinder: Sofortmaßnahmen bei Durchfall
- Abschied vom Arbeitsleben: Und dann?
- Kleider als UV-Schutz
- Serie Männergesundheit: Hormonprobleme

15. JUNI

- Wie der Klimawandel krank macht
- Feuchte Wundheilung
- Erste-Hilfe-Set für die Kleinsten
- Blutzucker messen – klassisch aber unerlässlich
- Serie Männergesundheit: Potenzprobleme

Beilage in der Glückstüte. Vertrieb über Apotheken Auflage: 50.000 Exemplare

(Die Glückstüte wird über das Apothekenpersonal an den Apothekenkunden abgegeben)

ANZEIGENSCHLUSS: 09. 04. 2024 **DRUCKUNTERLAGEN: 24. 04. 2024**

Redaktionelle Änderungen vorbehalten.

THEMEN 2024

AUSGABE

DAS APOTHEKEN MAGAZIN

1. JULI

- Starker Rücken
- Schmerzmittel: Kombis oder Monopräparate?
- Serie Männergesundheit: Stress und Psyche
- Wie erkenne ich Eisenmangel
- Wissensquiz Sonnenschutz

15. JULI

- Heilen mit Wasser
- Tagesdosis Vitamine (C, B_{12}, Folsäure, D)
- Beweglich bleiben: Tipps für den Alltag
- Serie Verdauung: Mund/Rachen/Speiseröhre (Sodbrennen)
- Nagelpilz einfach weglasern?

Beilage in der Glückstüte. Vertrieb über Apotheken Auflage: 50.000 Exemplare

(Die Glückstüte wird über das Apothekenpersonal an den Apothekenkunden abgegeben)

ANZEIGENSCHLUSS: 10. 05. 2024 **DRUCKUNTERLAGEN: 28. 05. 2024**

Redaktionelle Änderungen vorbehalten.

THEMEN 2024

AUSGABE

DAS APOTHEKEN MAGAZIN

1. AUGUST

- Bad, Küche & Co.: Wie viel Hygiene muss sein?
- Ginkgo für das Gehirn
- Outdoor-Apotheke gegen Insektenstiche
- Die größten Knochenmythen
- Serie: Verdauung: Magen (Magengeschwür)

15. AUGUST

- Bewegte Kindheit
- Vergesslichkeit durch Wassermangel?
- Herzstolpern: Wann wird es gefährlich?
- Serie Verdauung: Dünndarm (Zöliakie)
- Warzen: Wenn bei Vollmond besprechen nicht reicht

Beilage in der Glückstüte. Vertrieb über Apotheken Auflage: 60.000 Exemplare

(Die Glückstüte wird über das Apothekenpersonal an den Apothekenkunden abgegeben)

ANZEIGENSCHLUSS: 13. 06. 2024 **DRUCKUNTERLAGEN: 28. 06. 2024**

Redaktionelle Änderungen vorbehalten.

THEMEN 2024

AUSGABE

DAS APOTHEKEN MAGAZIN

Auslage auf der exopharm

1. SEPTEMBER

- Moderne Diabetestherapie
- Migräne und Kopfschmerzen bei Jugendlichen
- Vitamine sind Sensibelchen
- Serie Verdauung: Dickdarm (Durchfall/Verstopfung)
- Wandern: Der perfekte Schuh

15. SEPTEMBER

- Schlafmittel-Check
- Das bietet die Apotheke für die Augen
- Das kann Curcuma
- Serie besondere Impfungen: Gürtelrose
- Trinknahrung bei Senioren

Beilage in der Glückstüte. Vertrieb über Apotheken Auflage: 60.000 Exemplare

(Die Glückstüte wird über das Apothekenpersonal an den Apothekenkunden abgegeben)

ANZEIGENSCHLUSS: 15. 07. 2024 **DRUCKUNTERLAGEN: 30. 07. 2024**

Redaktionelle Änderungen vorbehalten.

THEMEN 2024

DAS APOTHEKEN MAGAZIN

AUSGABE

Auslage auf der exopharm

1. OKTOBER

- Die besten Phytos bei Erkältung
- Was tun bei Hörsturz
- Schlaftracking: Gibt es digitale Helfer?
- Serie besondere Impfungen: HPV
- Blasenschwäche: Was zusätzlich Harndrang fördert

15. OKTOBER

- Volles Korn – mehr als Ballaststoffe
- Glücklicher nach den Wechseljahren?
- Serie besondere Impfungen: Grippe
- TIA – Erkennen und richtig handeln
- Das sichere Badezimmer

Beilage in der Glückstüte. Vertrieb über Apotheken Auflage: 55.000 Exemplare

(Die Glückstüte wird über das Apothekenpersonal an den Apothekenkunden abgegeben)

ANZEIGENSCHLUSS: 13. 08. 2024 **DRUCKUNTERLAGEN: 29. 08. 2024**

Redaktionelle Änderungen vorbehalten.

THEMEN 2024

AUSGABE

DAS APOTHEKEN MAGAZIN

1. NOVEMBER

- Ständig erschöpft
- Rotznase bei Kleinkindern
- Der Klo-Knigge (Hämorrhoiden, Prostata, Verstopfung, Inkontinenz)
- Serie besondere Impfungen: Pneumokokken
- Flohalarm im Hunde-/Katzenfell

15. NOVEMBER

- Das Immunsystem stärken
- Lutschtabletten gegen Halsschmerzen
- Algen für die Gesundheit (Sodbrennen, Jod, Nasenspray)
- Serie E-Health: Digitale Gesundheitsanwendungen
- Herzschwäche bei Frauen

Beilage in der Glückstüte. Vertrieb über Apotheken Auflage: 80.000 Exemplare

(Die Glückstüte wird über das Apothekenpersonal an den Apothekenkunden abgegeben)

ANZEIGENSCHLUSS: 12. 09. 2024 **DRUCKUNTERLAGEN: 27. 09. 2024**

Redaktionelle Änderungen vorbehalten.

THEMEN 2024

AUSGABE

DAS APOTHEKEN MAGAZIN

1. DEZEMBER

- Intuition: Woher kommt das Bauchgefühl?
- Omega-3-Fettsäuren für Herz und Kreislauf
- 7 Gründe für Protonenpumpenhemmer
- Serie E-Health: Elektronische Gesundheitskarte
- Geschenktopp: Verwöhnprogramm für die Hände

Beilage in der Glückstüte. Vertrieb über Apotheken Auflage: 20.000 Exemplare

(Die Glückstüte wird über das Apothekenpersonal an den Apothekenkunden abgegeben)

15. DEZEMBER

- Gewürze, die es in sich haben
- Wege aus der Einsamkeit: Partnersuche 60plus
- Diabetes und Blase
- Serie E-Health: Videosprechstunden
- Richtig Geld spenden

ANZEIGENSCHLUSS: 14. 10. 2024 **DRUCKUNTERLAGEN: 29. 10. 2024**

Redaktionelle Änderungen vorbehalten.

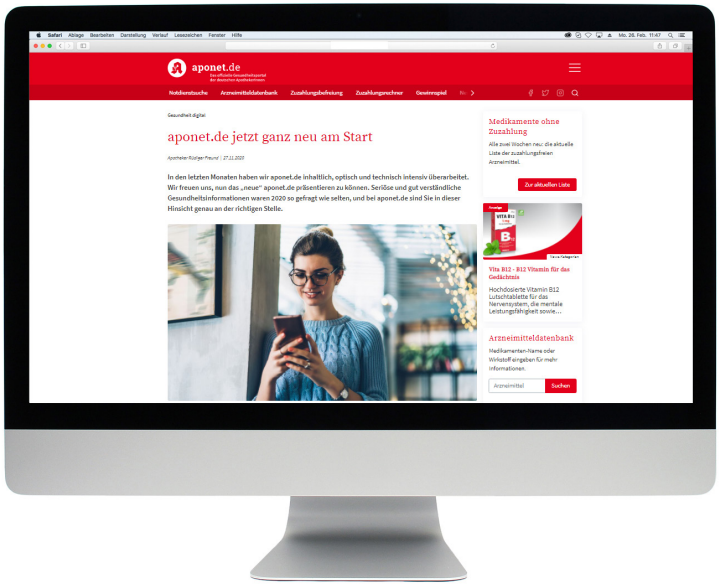
ONLINE WERBEFORMEN

aponet.de

Offizielles Gesundheitsportal der deutschen ApothekerInnen

- Attraktive Zielgruppe:
  Gesundheitsinteressierte Endverbraucher mit hohem Anspruch an vertrauenwürdigen Gesundheitsinformationen
  - 63% Frauen, 37% Männer*
- IVW-geprüft und AGOF-gelistet
  ca. 2,0 Mio. Page Impressions**
  ca. 1,46 Mio. Visits**
- Vielseitige Werbemöglichkeiten
  Advertorials, Themenspecials, Themensponsoring
- Täglicher Newsletter ca. 10.700 Abonnenten***
- Wöchentlicher Newsletter ca. 32.100 Abonnenten***
- Attraktiv – informativ – vielseitig
- Apotheken- und Notdienstfinder

Eine Gesamtübersicht unserer Online-Werbeformen inkl. Preise finden Sie in unseren aponet Mediadaten auf avoxa.de



Eine crossmediale Verbindung von Print und Online steigert die Werbewirkung.
Über die Hälfte der Aponet Nutzer lesen ebenfalls Das Apotheken Magazin!****

Ansprechpartner:

Vera Noll
Telefon +49 6196 928-826
v.noll@avoxa.de

Michael Pradel
Telefon: +49 6196 928-106
m.pradel@avoxa.de

* Quelle: Nutzungsumfrage Agof
** Quelle: IVW 5/2023

*** Quelle: Verlagsangaben, Stand 5/2022
**** AponetNutzerumfrage, Befragungszeitraum: 1. 11. 2021 – 30. 11. 2021, Teilnehmerzahl: 2.041

ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN der Avoxa – Mediengruppe Deutscher Apotheker GmbH für Print- und Online-Werbung (Stand 03/2023)

1. Geltungsbereich der AGB

1.1. Für sämtliche Verträge über die Veröffentlichung von Werbemitteln in gedruckten und elektronischen Medien von Avoxa gelten ausschließlich die jeweils aktuellen AGB von Avoxa für Print- und Online-Werbung sowie die zum Zeitpunkt des Vertragsschlusses aktuelle Preisliste von Avoxa, deren Regelungen einen wesentlichen Vertragsbestandteil bilden. Abweichende oder entgegenstehende Geschäftsbedingungen des Kunden werden nur dann Vertragsinhalt, soweit Avoxa ihnen ausdrücklich schriftlich zustimmt.

1.2. Diese AGB gelten gegenüber Unternehmern im Sinne von § 14 BGB sowie Verbrauchern im Sinne von § 13 BGB.

1.3. Die in den Mediadaten für das jeweilige Medium (Fachmedien, Publikationsmedien und Online-Medien) enthaltenen besonderen Bedingungen gehen diesen AGB vor.

2. Begriffsbestimmungen

2.1. „Werbeauftrag“ im Sinne der AGB ist der Vertrag über die Veröffentlichung eines oder mehrerer Werbemittel in Druckerzeugnissen, Onlinemedien und anderen Informations- und Kommunikationsdiensten von Avoxa. Ein 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 Auftrag und die Auftragsbestätigung definiert.

3. Vertragsschluss

3.1. Der Vertrag zwischen Avoxa und dem Kunden kommt zustande, indem Avoxa den vom Kunden aufgegebenen Auftrag (Angebot) schriftlich oder per E-Mail bestätigt (Annahme).

3.2. Aufträge für Werbemittel können schriftlich, per E-Mail, Telefax oder per Internet aufgegeben werden. Avoxa haftet nicht für Übermittlungsfehler.

3.3. Werbung für Waren oder Leistungen von mehr als einem Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten innerhalb eines Werbemittels bedürfen einer gesonderten, ausdrücklichen Zustimmung von Avoxa.

3.4. Soweit Werbeagenturen Aufträge erteilen, kommt der Vertrag mit der Werbeagentur zustande, wenn nicht die Werbeagentur den Kunden vor Vertragsschluss ausdrücklich benennt und auf Verlangen von Avoxa die Bevollmächtigung nachweist.

4. Urheber- und Nutzungsrechte

4.1. Trotz der Zahlung des Entgeltes durch den Kunden werden diesem keine Nutzungsrechte an etwaigen Urheberrechten an den Werbemitteln übertragen, es sei denn, etwas Anderes wurde schriftlich vereinbart.

4.2. Sofern die von Avoxa dargestellten Werbemittel durch den Kunden selbst bzw. durch vom Kundenbeauftrage Dritte erstellt wurde, räumt der Kunde Avoxa hiermit für die Dauer des Vertragsverhältnisses ein einfaches Nutzungsrecht ein, die Werbemittel in Bezug auf alle Nutzungsarten zu nutzen, die im Zusammenhang mit der Veröffentlichung der Werbemittel stehen, einschließlich dem Recht der Veränderung. Sofern die von Avoxa dargestellte Werbemittel von einem vom Kunden beauftragten Dritten erstellt wurde, sichert der Kunden zu, dass er sich von dem Dritten für die Dauer dieser Vertragsbeziehung ein einfaches Nutzungsrecht einschließlich des Rechts zur Veränderung hat übertragen lassen.

5. Rechte und Pflichten des Kunden

5.1. Bereitstellen der Werbemittel

5.1.1. Der Kunde ist verpflichtet, ordnungsgemäße, insbesondere dem Format und den technischen Vorgaben von Avoxa entsprechende Werbemittel rechtzeitig vor Schaltungsbeginn anzuliefern. Die technischen Vorgaben und Anzeigenschlusstermine bzw. Lieferfristen können den auf unserer Internetseite veröffentlichten Mediadaten für das jeweilige Medium entnommen werden. Sind keine Größen vereinbart oder vorgegeben, wird das Werbemittel mit der für das Werbemittel üblichen Größe gedruckt und abgerechnet.

5.1.2. Avoxa kann die vom Kunden gelieferten Vorlagen bearbeiten, soweit dies zur Schaltung des Werbemittels im jeweiligen Medium erforderlich oder ratsam ist.

5.1.3. Die Kosten für eine vom Kunden nach Datenanlieferung gewünschte oder zu vertretende inhaltliche Änderung des Werbemittels trägt der Kunde. Hat Avoxa die Gestaltung des Werbemittels für den Kunden ausgeführt, so ist eine Verwendung dieser Vorlage zum Zweck anderweitiger Veröffentlichungen nur mit ausdrücklicher Zustimmung von Avoxa gestattet.

5.1.4. Werbemittel, aus deren Gestaltung und Inhalt sich nicht unmittelbar ihre Eigenschaft als Werbung ergibt, können von Avoxa nach eigenem Ermessen in angemessener Form ausdrücklich als Werbung kenntlich gemacht, ohne dass dies einer Zustimmung des Kunden bedarf. Zu einer Überprüfung der Werbemittel ist Avoxa jedoch nicht verpflichtet.

5.1.5. Bei Werbemitteln zur Veröffentlichung in Online-Medien, hat der Kunde sicherzustellen, dass über die Werbemittel nicht auf Websites oder Daten zugegriffen werden kann, die gegen geltendes Recht oder Rechte Dritter verstoßen oder unzumutbare Inhalte, insbesondere rassistischer, gewaltverherrlichender oder pornografischer Natur, aufweisen. Dasselbe gilt für die Werbemittel selbst.

5.1.6. Bei nicht ordnungsgemäßer, insbesondere unvollständiger, fehlerhafter oder ungeeigneter, insbesondere nicht den technischen Vorgaben entsprechender sowie bei verspäteter Anlieferung des Werbemittels ist Avoxa nicht zur Schaltung des Werbemittels verpflichtet. Werden erkennbar ungeeignete oder beschädigte Vorlagen rechtzeitig angeliefert, so fordert Avoxa Ersatz an. Eine Anlieferung ist rechtzeitig, wenn sie mindestens 3 Werktage vor einem vereinbarten Druckunterlagenschluss erfolgt. Der Druckunterlagenschluss hängt vom Titel ab.

5.1.7. Die Pflicht von Avoxa zur Aufbewahrung des Werbemittels endet drei Monate nach dessen letztmaliger Veröffentlichung. Datenträger, Fotos oder sonstige Materialien/Unterlagen des Kunden werden diesem nur auf Verlangen und auf seine Kosten und Gefahr zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet ebenfalls drei Monate nach der letztmaligen Veröffentlichung.

5.2. 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 frei. Avoxa ist nicht verpflichtet zu überprüfen, ob ein Auftrag die Rechte Dritter beeinträchtigt.

Der Kunde räumt Avoxa sämtliche zur Vertragserfüllung erforderlichen Nutzungsrechte an den Materialien ein. Die 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. Die nicht abgerufenen Werbemittel gelten in diesem Fall dennoch als erbracht. Der Vergütungsanspruch von Avoxa bleibt hiervon unberührt.

5.4. Stornierung

Die Bedingungen und Fristen für die Stornierung von Werbeaufträgen oder Teile derselben ergeben sich aus den 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 und/oder Online-Medien. Jobcenter-Praktikums-Anzeigen sowie Firmenprofile erscheinen nur online.

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

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

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

6.2. Informationspflichten von Avoxa bei Online-Werbung

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

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

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

6.3. Chiffrewerbung

6.3.1. Im Fall von Chiffrewerbung werden die Eingänge vier Wochen aufbewahrt oder gespeichert. Zuschriften, die in dieser Zeit nicht abgeholt oder abgerufen wurden, werden vernichtet bzw. gelöscht.

6.3.2. Briefe, die das zulässige Format DIN A 4 (Gewicht 50 g) überschreiten, sowie Waren-, Bücher-, Katalogsendungen und Päckchen werden nicht entgegengenommen. Eingehende E-Mails werden nur bis zu einer Datenmenge von 3 Megabyte pro E-Mail weitergeleitet.

7. Ablehnungsbefugnis

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

- deren Inhalt gegen Gesetze, behördliche Bestimmungen oder Rechte Dritter verstößt oder
- deren Inhalt vom Deutschen Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde oder
- deren Veröffentlichung für Avoxa wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist. Unzumutbar für Avoxa ist insbesondere die Veröffentlichung von Werbemitteln deren Inhalt den Interessen der deutschen Apothekerschaft zuwiderläuft.

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

7.2. Die Ablehnung bzw. Entfernung wird dem Kunden von Avoxa unverzüglich mitgeteilt. Der Kunde ist in diesem Fall berechtigt, Avoxa eine geänderte Version des zu schaltenden Werbemittels und/oder der Ziel-URL, auf die verlinkt werden soll, zu übermitteln. Die Bedingungen für die neue Version des Werbemittels bleiben gleich. Die für den Austausch bzw. die Änderung entstehenden Mehrkosten können dem Kunden nach Nachweis durch Avoxa in Rechnung gestellt werden.

7.3. Geht dieser Ersatz bzw. die neue URL, nicht mehr rechtzeitig für die Einhaltung des ursprünglich vereinbarten Veröffentlichungstermins bei Avoxa ein, hat Avoxa einen Anspruch auf Entschädigung in Höhe des vollen Auftragswerts. Dies gilt nicht, wenn Avoxa das Vorliegen eines Ausschlussgrundes zu Unrecht angenommen hat. Dem Kunden bleibt es unbenommen, nachzuweisen, dass kein oder ein wesentlich geringerer Schaden entstanden ist.

7.4. Hat Avoxa ein bereits veröffentlichtes Werbemittel aus den oben genannten Gründen aus Online-Medien entfernt, bleibt der Vergütungsanspruch von der Entfernung des Werbemittels unberührt. Dies gilt nicht, wenn Avoxa das Vorliegen eines Ausschlussgrundes zu Unrecht angenommen hat.

7.5. Avoxa ist berechtigt, die Veröffentlichung eines Werbemittels, insbesondere bezüglich Arznei- oder Heilmitteln, von einer vorherigen schriftlichen Zusicherung des Kunden über die rechtliche Zulässigkeit der Werbung bzw. von der Abgabe einer Freistellungserklärung abhängig zu machen und/oder die Werbemittel auf Kosten des Kunden von einer sachverständigen Stelle auf rechtliche Zulässigkeit prüfen zu lassen. Eine Prüfpflicht von Avoxa bezüglich der Rechtmäßigkeit der Werbemittel besteht jedoch nicht.

8. Gewährleistung

8.1. Bei fehlerhafter Veröffentlichung des Werbemittels ist Avoxa zur Nacherfüllung durch Berichtigung oder fehlerfreie Wiederholung der Schaltung des Werbemittels verpflichtet, sofern der Zweck des Werbemittels noch erreichbar ist. Dies gilt nicht, wenn das Verschulden für die fehlerhafte Veröffentlichung beim Kunden liegt, insbesondere im Fall von Übermittlungsfehlern.

8.2. Ist der Zweck des Werbemittels nicht mehr erreichbar oder ist die Ersatzwerbung fehlgeschlagen oder unzumutbar, kann der Kunde vom Vertrag zurücktreten oder Minderung verlangen, jedoch nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck des Werbemittels beeinträchtigt wurde. Dies gilt ebenfalls nicht, wenn das Verschulden beim Kunden liegt.

8.3. Sollen gleichartige Werbemittel wiederholt geschaltet werden, obliegt es dem Kunden, die Darstellung des Werbemittels unverzüglich nach der ersten Schaltung zu überprüfen. Mangelhafte Darstellungen hat er daraufhin unverzüglich zu rügen. Die Rügefrist beginnt bei versteckten Mängeln mit ihrer Entdeckung. Unterlässt der Kunde eine Mängelrüge, so hat er keine An-

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

8.4. Dem Kunden ist bekannt, dass es auch im Rahmen eines ordnungsgemäßen Geschäftsbetriebs zum Ausfall von Servern kommen kann. Avoxa gewährleistet daher eine dem jeweils üblichen technischen Standard entsprechende, bestmögliche Wiedergabe des Werbemittels. Bei einem Ausfall des von Avoxa für die Schaltung des Werbemittels genutzten Servers über einen, im Verhältnis zur Dauer der Schaltung des Werbemittels, erheblichen Zeitraum im Rahmen einer zeitgebundenen Schaltung eines Werbemittels, entfällt die Zahlungspflicht des Kunden anteilig für den Zeitraum des Ausfalls. Weitere Ansprüche sind ausgeschlossen. Als nicht erheblich gilt insbesondere ein Ausfall des Servers von insgesamt nicht mehr als fünf Prozent des gebuchten Zeitraums.

8.5. Die Gewährleistungsansprüche sind nicht abtretbar. Sie verjähren abweichend von den gesetzlichen Regelungen bereits nach einem Jahr. Dies gilt nicht, wenn der Kunde Verbraucher ist. 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.

8.6. Im Übrigen richten sich die Mängelansprüche nach dem Gesetz.

9. Ausfall oder Verschiebung des Werbeauftrages

9.1. Fällt die Durchführung eines Werbeauftrages aus redaktionellen oder technischen Gründen, wegen höherer Gewalt, Streik, aufgrund gesetzlicher Bestimmungen oder sonstigen Gründen aus, so wird die Durchführung des Werbeauftrages nach Möglichkeit entweder vorverlegt oder nachgeholt. Sofern es sich nicht um eine unerhebliche Verschiebung handelt, wird der Kunde hiervon informiert. Als nicht erheblich gilt insbesondere ein Ausfall von insgesamt nicht mehr als fünf Prozent des gebuchten Zeitraums.

9.2. Die Information erfolgt vor der Verschiebung, sofern dies zeitlich vernünftigerweise möglich ist. Unter den gleichen Voraussetzungen wird der Kunde informiert, wenn der Werbeauftrag in ein anderes als das vorgesehene Umfeld eingebettet wird. Sofern der Kunde der Verschiebung der Durchführung des Werbeauftrages bzw. der Einbettung in ein anderes Umfeld nicht binnen einer Frist von fünf Arbeitstagen nach entsprechender Information in Textform widerspricht, gilt dies als Einverständnis des Kunden.

9.3. Bei Vorverlegung oder bei Nachholung in angemessener und für den Kunden zumutbarer Zeit bleibt der Vergütungsanspruch von Avoxa bestehen.

9.4. Im Fall, dass der Werbeauftrag weder vorverlegt noch nachgeholt werden kann oder im Fall, dass der Kunde der vorgeschlagenen Vorverlegung, Nachholung oder Einbettung in ein anderes Umfeld widerspricht, entfällt der Vergütungsanspruch von Avoxa für die betroffene Schaltung des Werbemittels. Hat der Kunde hierfür bereits Zahlungen geleistet, hat er einen entsprechenden Anspruch auf Rückzahlung. Weitere Ansprüche des Kunden sind ausgeschlossen.

10. Haftung

10.1. Die Haftung von Avoxa auf Schadens- und Aufwendungsersatz für leichte Fahrlässigkeit ist, insbesondere wegen Verletzung von Pflichten aus dem Schuldverhältnis und aus unerlaubter Handlung, ausgeschlossen, es sei denn, Avoxa hat eine wesentliche Vertragspflicht verletzt, also eine Pflicht, deren Erfüllung die ordnungsgemäße Durchführung des Vertrags überhaupt erst ermöglicht oder auf deren Einhaltung der Kunde regelmäßig vertrauen darfIn diesem Falle ist die Haftung von Avoxa auf den vertragstypischen und vorhersehbaren Schaden begrenzt, mit dessen Eintritt Avoxa bei Vertragsabschluss aufgrund der bekannten Umstände rechnen musste.

10.2. Die Haftung von Avoxa für Schäden aus der Verletzung von Körper, Leben oder Gesundheit, für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit, für das Fehlen einer garantierten Beschaffenheit und nach dem Produkthaftungsgesetz ist jedoch unbeschränkt.

10.3. Mit Ausnahme von Ansprüchen aus unerlaubter Handlung verjähren Schadenersatzansprüche des Kunden, sofern er Unternehmer ist und für die nach dieser Ziffer die Haftung beschränkt ist, in einem Jahr gerechnet ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn

10.4. Soweit die Haftung von Avoxa ausgeschlossen oder beschränkt ist, gilt dies auch für die persönliche Haftung ihrer Angestellten, Arbeitnehmer, Mitarbeiter, Vertreter und Erfüllungsgehilfen.

11. Linking/Framing, Ort der Veröffentlichung

11.1. Der Kunde wird darauf hingewiesen, dass nach dem gegenwärtigen Stand der Technik nicht ausgeschlossen werden kann, dass die auf unseren Internet-Seiten dargestellten Werbemittel durch andere Internet-Anbieter kopiert, gelinkt und/oder mit Hilfe von Frames, als eigenes Angebot getarnt, zusätzlich veröffentlicht werden. Sollte es zu einem unberechtigten Kopieren, Linking und/oder Framing kommen, so kann der Kunde daraus keine Ansprüche gegen Avoxa herleiten.

11.2. Avoxa ist darüber hinaus auch berechtigt, jedoch nicht verpflichtet, die Werbemittel auch anderweitig, insbesondere durch Fax, E-Mail oder Telefon zu verbreiten, insbesondere gegenüber potentiellen Bewerbern und Anbietern im Fall von Stellenanzeigen und Stellengesuchen. Es handelt sich hierbei um zusätzliche und freiwillige Leistungen von Avoxa, die keine Mehrkosten verursachen.

12. Preise

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

12.2. Rabatte für Mehrfachaufträge innerhalb eines bestimmten Zeitraums richten sich ebenfalls nach der jeweils gültigen Preisliste von Avoxa.

12.3. Rabatte werden nicht gewährt für Unternehmen, deren Geschäftszweck unter anderem darin besteht, für verschiedene Werbetreibende Werbeaufträge zu erteilen, um eine gemeinsame Rabattierung zu beanspruchen.

12.4. Wird für konzernverbundene Unternehmen eine gemeinsame Rabattierung beansprucht, ist der schriftliche Nachweis des Konzernstatus des Werbekunden erforderlich. Konzernverbundene Unternehmen im Sinne dieser Bestimmung sind Unternehmen, zwischen denen eine kapitalmäßige Beteiligung von mindestens 50 Prozent besteht. Konzernrabatte bedürfen der ausdrücklichen, schriftlichen Bestätigung durch Avoxa und werden nur für die Dauer der Konzernzugehörigkeit gewährt. Die Beendigung der Konzernzugehörigkeit ist unverzüglich anzuzeigen.

12.5. Der Kunde hat rückwirkend Anspruch auf den seiner tatsächlichen Abnahme von Werbemitteln innerhalb des laufenden Kalenderjahres entsprechenden Nachlass, sofern zwischen den Parteien nicht anders vereinbart. Der Anspruch auf den Nachlass erlischt, wenn er nicht innerhalb von drei Monaten nach Ablauf des Kalenderjahres bzw. des anderweitig vereinbarten Zeitraums geltend gemacht wird.

12.6. Kann ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt werden, die Avoxa nicht zu vertreten hat, so hat der Kunde den Unterschiedsbetrag zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass an Avoxa zu erstatten. Dies gilt nicht, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich von Avoxa beruht.

13. Zahlungsbedingungen, Zahlungsverzug

13.1. Die Rechnungsstellung erfolgt unmittelbar nach dem Erscheinungstermin des Werbemittels. Avoxa ist berechtigt, bei zeitlich länger laufenden Schaltungen Zwischenrechnungen zu stellen. Alle Forderungen von Avoxa sind fällig ohne Abzug 14 Tage ab Rechnungsdatum; bei Bankeinzug und Vorkasse gewährt Avoxa 3% Skonto.

13.2. Dem Kunden steht das Recht zur Aufrechnung nur zu, soweit sein Gegenanspruch rechtskräftig festgestellt oder unbestritten ist. Dieses Aufrechnungsverbot gilt nicht für Gegenforderungen wegen eines Mangels, die auf demselben Vertragsverhältnis wie die Forderung von Avoxa beruhen. Die Ausübung eines Zurückbehaltungsrechtes steht dem Kunden nur insoweit zu, als sein Gegenanspruch auf dem gleichen Vertragsverhältnis beruht.

13.3. Avoxa kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Werbeauftrags bis zur vollständigen Zahlung zurückstellen und für die restliche Schaltung Vorauszahlung verlangen. Bei Zahlungsverzug werden sämtliche offenstehenden Rechnungen zur sofortigen Zahlung fällig.

13.4. Zum Einzug seiner Forderung kann der Kunde Avoxa ein SEPA Basismandat erteilen. Der Kunde sichert zu, für die Deckung seines Kontos zu sorgen. Kosten, die aufgrund von Nichteinlösung oder Rückbuchung der Lastschrift entstehen, gehen zu Lasten des Kunden.

14. Außerordentliche Kündigung

14.1. Das Recht zu einer außerordentlichen Kündigung bleibt beiden Parteien vorbehalten. Kündigungen bedürfen der Textform.

14.2. Avoxa ist zur außerordentlichen Kündigung insbesondere dann berechtigt, wenn der Kunde seiner Zahlungspflicht trotz zweimaliger Mahnung nicht nachgekommen ist, der Kunde zum wiederholten Mal das Werbemittel bzw. die Ziel-URL eigenmächtig geändert hat, der Kunde trotz Abmahnung fortgesetzt gegen wesentliche Bestimmungen dieser AGB verstößt oder der Kunde ein gegen Dritte gerichtetes Fehlverhalten begeht, indem er das Angebot von Avoxa zu rechtswidrigen oder für Dritte belästigenden Zwecken einsetzt.

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

15. Widerrufsrecht

15.1. Verbrauchern steht grundsätzlich ein Widerrufsrecht zu. Verbraucher ist jede natürliche Person, die ein Rechtsgeschäft zu Zwecken abschließt, das weder ihrer gewerblichen noch ihrer selbstständigen beruflichen Tätigkeit zugerechnet wird.

15.2. Das Widerrufsrecht gilt nicht für Käufer, die zum Zeitpunkt des Vertragsschlusses keinem Mitgliedstaat der Europäischen Union angehören und deren alleiniger Wohnsitz zum Zeitpunkt des Vertragsschlusses außerhalb der Europäischen Union liegen.

16. Vertraulichkeit und Datenschutz

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

17. Anwendbares Recht, Gerichtsstand, salvatorische Klausel

17.1. Es gilt deutsches Recht unter Ausschluss des UN-Kaufrechts.

17.2. Hat der Kunde keinen inländischen allgemeinen Gerichtsstand, seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthaltsort nach Vertragsschluss ins Ausland verlegt, sind zum Zeitpunkt der Klageerhebung weder Wohnsitz noch gewöhnlicher Aufenthaltsort des Kunden bekannt oder ist er Kaufmann, juristische Person des öffentlichen Rechts oder öffentlichrechtliches Sondervermögen, ist der Sitz von Avoxa als Gerichtsstand vereinbart; Avoxa ist aber auch berechtigt, am allgemeinen Gerichtsstand des Kunden zu klagen.

17.3. Sollten eine oder mehrere dieser Bedingungen unwirksam sein oder werden, wird die Wirksamkeit der übrigen Bedingungen hiervon nicht berührt.

17.4. Nebenabreden, Änderungen und Ergänzungen bedürfen zu ihrer Wirksamkeit der Schriftform. Dies gilt auch für die Änderung des Schriftformerfordernisses.

17.5. Erfüllungsort für sämtliche Pflichten der Vertragspartner ist am Sitz von Avoxa.

AVOXA
Mediengruppe Deutscher Apotheker

EIN STARKES TEAM FÜR STARKE MARKEN

Ramona Luft-De Filippis
Leiterin Anzeigenabteilung

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

Daniela Kreiner
Assistentin Anzeigenleitung

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

Achim Heinemann
Anzeigenverkaufsleiter Nord

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

Saasan Seifi
Anzeigenverkaufsleiter Süd

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

Simone Breuer
Medienberaterin Nord
Das Apotheken Magazin

Telefon +49 6196 928-234
E-Mail s.breuer@avoxa.de

Vera Noll
Leitung Digital Sales- und
Projektmanagement Nord

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

Michael Pradel
Salesmanager Online

Telefon +49 6196 928-106
E-Mail m.pradel@avoxa.de

Franziska Steinbach
Sales- und Projektmanagerin

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