

MEDIADATEN

2024



ANZEIGENPREISLISTE NR. 32

Inhalt

Titelporträt und Verlagsangaben		4
Rabattierung		7
Termin- und Kongressplan		8
Themenplan		9
Anzeigenpreisliste		11
Durchhefter und Beilagen		14
Sonderwerbformen		15
Sonderpublikationen		16
Akkreditierte Fortbildung		21
Sonderdrucke		22
Stellen-/Kleinanzeigen		23
PTA-Forum online		24
AGB		25
Kontakt		30



Verena Schmidt
Redakteurin PTA-Forum

PTA-Forum unverändert auf sehr hohem Niveau

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. Laut der LA-PHARM 2020 würden 86 % PTA und approbierte Mitarbeiter PTA-Forum sehr vermissen bzw. eher vermissen.

Seit 2019 überzeugt das Magazin zudem mit einem neuen Onlineauftritt. Neben aktuellen Themen bietet pta-forum.de eine große Datenbank rund um das PTA-Wissen inklusive Rezeptur und einem Beratungsthema auf Englisch, selbstverständlich zielgruppengerecht aufbereitet.

Das bestätigen auch Leserzuschriften. Dieser Anspruch unserer Leserinnen und Leser ist der besondere Ansporn für uns. Wir schreiben inhaltlich fundiert, qualitativ hochwertig und so, dass PTA im Arbeitsalltag davon auf jeder Ebene profitieren.

Ein bewährtes Konzept, das wir auch 2024 beibehalten möchten.



Isabel Weinert
Redakteurin PTA-Forum





Regelmäßige Rubriken:

Beratungspraxis: Selbstmedikation und Beratung im Handverkauf; Basis-Informationen zu wichtigen Erkrankungen und ihrer Behandlung und nützliche Tipps für die Beratung; Rezeptur-Serie: Plausibilitätsprüfung mit praxisrelevanten Beispielen; Serie Dermokosmetik: Ausführliches Hintergrundwissen und Hinweise zur Hautpflege-Beratung für verschiedene Hauttypen und Hauterkrankungen; Diabetes: Umfangreiche Informationen zu Typ-2- und Typ-1-Diabetes; Serie E-Health: Chancen und Risiken für den Apothekeralltag; Englisch: Themenspezifische Vokabeln und Formulierungen lernen

Arzneimitteltherapie: Neue Arzneistoffe: Kurzcharakteristik plus Informationen für die Beratung; Arzneipflanzenporträts praxisrelevanter Heilpflanzen; Beiträge zu Arzneimittelgruppen mit Hinweisen für die Apothekenpraxis; Berücksichtigung von Therapieverfahren mit ganzheitlichem Ansatz

Medizin und Ernährung: Ernährungsvorschriften und -empfehlungen für ausgewählte Patientengruppen, Ernährungs-Trends sowie Informationen zum Nährstoffgehalt und Gesundheitswert verschiedener Nahrungsmittel; aktuelle Themen aus Medizin und Gesundheit

Politik und Beruf: Praxisrelevante Themen aus Politik und Wirtschaft; Berichte aus PTA-Schulen; Ratgeberbeiträge zu Beruf und Kommunikation

Panorama und weitere Rubriken: Reportagen zu Gesundheits- und Lifestyle-Themen, Buch- und Filmtipps, Fortbildungstermine, Quiz.

Markinfos: Neue Produkte und Aktionen von Pharmaunternehmen. Die Veröffentlichung von Telefonnummern und Adressen von **Beratungs- oder Informationsstellen** wird von den Lesern intensiv genutzt. Das verdeutlicht die positive Resonanz. Nicht fehlen darf die aktuelle Berichterstattung über die Aktivitäten der Berufsverbände BVpta und Adexa sowie der PTA-Terminkalender.

1 Erscheinungsweise	24 x pro Jahr
2 Bezugspreis Inland Jahresabonnement Einzelverkauf Kontakt	99,60 € inkl. MwSt. inkl. Porto 4,15 € inkl. MwSt. inkl. Porto Tena Fast Telefon: +49 6196 928-246 E-Mail: t.fast@avoxa.de
3 ISSN	2364-2149
4 Ansprechpartnerin Redaktion	Verena Schmidt, Apothekerin Isabel Weinert, Apothekerin
5 Auflagenanalyse	Exemplare pro Ausgabe im Jahresdurchschnitt (1. Juli 2021 bis 30. Juni 2022)
Verbreitete Auflage	29 603 Exemplare (IVW 1/2024)
Gedruckte Auflage	30 320 Exemplare (IVW 1/2024)



1 | Mitgliedschaften LA-PHARM / IVW / SZV

2 | Organ Zentralorgan für die
Apotheken der
Bundesrepublik Deutschland

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

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

Geschäftsführung Metin Ergül, Peter Steinke

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

5 | Anzeigenleitung

Ramona Luft-De Filippis
Telefon +49 6196 928-221
E-Mail r.defilippis@avoxa.de

Anzeigenverkaufsleiter

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

Assistenz

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

Medienberaterin
Anzeigendisposition
PTA-Forum
Stellenmarkt

Astrid Kühn
Telefon +49 6196 928-228
Telefax +49 6196 928-233
E-Mail a.kuehn@avoxa.de

Andrea Peterson
Telefon +49 6196 928-226
Telefax +49 6196 928-233
E-Mail a.peterson@avoxa.de

6 | Vertriebsleitung

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

TECHNISCHE DATEN UND STORNOFRIST



LA-PHARM
geprüft LA-PHARM 2020

pta
FORUM

Ein Magazin der **PZ** für
pharmazeutisch-technische Assistenten

Themen	Aktuelle Berichte, Newsletter, fachspezifische Themenbereiche
Zeitschriftenformat	202 mm breit x 295 mm hoch
im Anschnitt	plus 3 mm Beschnitt an jeder Seite
Satzspiegelformat	160 mm breit x 252 mm hoch
3 Spalten	Spaltenbreite 51 mm
Druckverfahren	Offset, 60er Raster
Druckunterlagen	<ul style="list-style-type: none">○ Elektronische Daten (PDF, ab Version 1.5) per E-Mail an: druckunterlagen@avoxa.de○ Ein Proof mit Medienkeil nach ISOcoatedV2 ist unbedingt erforderlich. Bei fehlendem Proof kann keine Garantie übernommen werden. Reklamationen sind somit ausgeschlossen.
Farbskala	Euroskala
Broschur	Rückendrahtheftung (2-fach)
Anschnitt	ohne Zusatzkosten
Agenturprovision	10% (nicht auf durchlaufende Posten)
Sonderfarben (z. B. Pantone, HKS)	20% Zuschlag auf den Anzeigenpreis
Rücktrittsrecht	bei Anzeigen 10 Tage vor Erscheinungstermin Stornofrist für Vorzugsplatzierung und Sonderwerbformen: 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



Nachlässe für Anzeigen/Einhefter bei Abnahme innerhalb eines Insertionsjahres.

Für Einhefter gilt ausschließlich die Rabattierung nach Seiten:

2 EH-Seiten = 1 Anzeigenseite

6 Anzeigen 5%	bei 3 Seiten 5%
12 Anzeigen 10%	bei 6 Seiten 10%
18 Anzeigen 15%	bei 12 Seiten 15%
26 Anzeigen 20%	bei 18 Seiten 20%
38 Anzeigen 25%	bei 24 Seiten 25%

Platzierungszuschläge bei Anzeigenfolgen:

5% bei ganzseitigen Anzeigen
10% bei seitenanteiligen Formaten

Zahlungsbedingungen

netto innerhalb 14 Tagen nach Rechnungsdatum,
Bankeinzug 3% Skonto
Deutsche Apotheker- und Ärztebank, Düsseldorf
IBAN: DE35 3006 0601 0001 0865 10
BIC: DAAEDEDXXX

TERMINPLAN 2024

Unser Konzept für Ihre Werbung: Die einzelnen Hefte werden ein Schwerpunktthema in mehreren Beiträgen redaktionell betrachten. Selbstmedikation und Beratung werden hier neben Arzneistoffen, Heilpflanzen, Rezeptur und auch medizinisch wissenschaftlichen Erkenntnissen einen Schwerpunkt der jeweiligen Ausgabe ausmachen. Wissen über den Tellerrand hinaus vereint mit Beratungspraxis zu OTC und Medizin, zu Ernährung und Fortbildung der PTA.

Ausgabe Monat	Heft/ Erscheinungstermin	Anzeigen-/ DU-schluss
1 Januar	11.01.2024*	21.12.2023
2 Januar	25.01.2024	08.01.2024
3 Februar	08.02.2024	22.01.2024
4 Februar	22.02.2024	05.02.2024
5 März	07.03.2024	19.02.2024
6 März	21.03.2024	04.03.2024
7 April	11.04.2024	20.03.2024
8 April	25.04.2024	08.04.2024
9 Mai	08.05.2024 **	22.04.2024
10 Mai	23.05.2024 ***	06.05.2024
11 Juni	13.06.2024	22.05.2024
12 Juni	27.06.2024****	10.06.2024

+ Heft-Auslage: pharmacon Kongress Schladming

++ Heft-Auslage: ADKA-Kongress Nürnberg

+++ Heft-Auslage: pharmacon Kongress Meran

++++ Beilage in PTA-Taschen (PTA-Schüler/innen)

Ausgabe Monat	Heft/ Erscheinungstermin	Anzeigen-/ DU-schluss
13 Juli	11.07.2024	24.06.2024
14 Juli	25.07.2024	08.07.2024
15 August	08.08.2024	22.07.2024
16 August	22.08.2024	05.08.2024
17 September	05.09.2024	19.08.2024
18 September	19.09.2024	02.09.2024
19 Oktober	03.10.2024*	16.09.2024
20 Oktober	24.10.2024**	02.10.2024
21 November	07.11.2024	21.10.2024
22 November	21.11.2024	04.11.2024
23 Dezember	05.12.2024	18.11.2024
24 Dezember	19.12.2024	02.12.2024

* expopharm Ausgabe

** expopharm: Nachberichtserstattung

THEMENPLAN 2024

Heft Erscheinungstermin	Schwerpunktthema	Titelthema	Giftpflanzen	OTC-Check
1 11.01.2024	Atemwege	COPD	Lebensbaum (Thuja)	Thymian
2 25.01.2024	Weiblicher Zyklus	Endometriose	Liguster	Rhapontik-Rhabarber
3 08.02.2024	Zucker	Die künstliche Süße	Farn	Echinacea
4 22.02.2024	Phytotherapie	Cannabis	Seidelbast	Ginseng
5 07.03.2024	Allergie	Antiallergika richtig anwenden	Buschwindröschen	Pseudoephedrin
6 21.03.2024	Herz	Herzinsuffizienz	Rhododendron	Weißdornextrakt
7 11.04.2024	Kommunikation	Moderne Kommunikation mit Kunden	Adonisröschen	Niacin (Vitamin B3)
8 25.04.2024	Adipositas	Gewichtsreduktion	Aronstab	Fluticanson-Nasenspray
9 09.05.2024	Schönheit	Apothekenkosmetik	Tränendes Herz	Kalium
10 23.05.2024	Stiche und Bisse	Mücken und Krankheiten	Zypressenwolfsmilch	"Dimetinden (Tabletten, Tropfen")
11 13.06.2024	Muskeln	Muskelaufbau und -erhalt	Einbeere	Bromelain
12 27.06.2024	Intimes: Keine Scham!	Po-Probleme	Pfaffenhütchen	Sägepalmenextrakt

THEMENPLAN 2024

Heft Erscheinungstermin	Schwerpunktthema	Titelthema	Giftpflanzen	OTC-Check
13 11.07.2024	Sonne	Hautkrebs	Glyzinie (Blauregen)	Jodid
14 25.07.2024	Pilzkrankungen	Antimykotika	Jakobskreuzkraut	Nachtkerzenöl
15 08.08.2024	Das Baby ist da!	Rund ums Stillen	Rotbeerige Zaunrübe	Latschenkiefer
16 22.08.2024	Gifte	Giftnotfälle	Gefleckter Schierling	Rotes Weinlaub
17 05.09.2024	Diabetes	Diabetes bei Kindern	Amaryllis belladonna	Zimt
18 19.09.2024	Schmerz	Analgetika in der Beratung	Hundspetersilie	Phenazon
19 03.10.2024	Wasser	Wasserhaushalt/Nieren	Kirschlorbeer	Vitamin K
20 24.10.2024	Autoimmun- erkrankungen	Multiple Sklerose	Alpenveilchen	Curcuma
21 07.11.2024	Chronobiologie	Schlafstörungen	Hartriegel	Eibischwurzel
22 21.11.2024	Hormone	Endokrine Disruptoren	Faulbaum	Spitzwegerich
23 05.12.2024	Magen und Darm	Gastrointestinale Infektionen	Stechpalme	Flohsamenschalen
24 19.12.2024	Gute Vorsätze	Stressreduktion	Mistel	Nikotin (Inhaler)

ANZEIGENPREISLISTE NR. 32

gültig ab 01.01.2024



Ein Magazin der  für
pharmazeutisch-technische Assistenten

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 (Eurosкала) und s/w
1/1 Seite	160 x 252	202 x 295	5.450 €
2/1 Seite über Bund	361 x 252	404 x 295	10.900 €
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 63	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 €
Seite 5, 7 und 9	160 x 252	202 x 295	6.130 €

Platzierungsvorgaben für seitenanteilige Formate sind nicht möglich.

Alle Preise verstehen sich zzgl. gesetzl. MwSt.

ANZEIGENPREISLISTE NR. 32

gültig ab 01.01.2024



Ein Magazin der  für
pharmazeutisch-technische Assistenten

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 (Eurosкала) und s/w
1/3 Seite hoch neben Editorial	nur Anschnitt	72 x 295	3.370 €
Eckfeldanzeige quadratisch	78 x 78	99 x 99	2.470 €
Eckfeldanzeige rechteckig	105 x 175	127 x 193	3.380 €
Hufeisanzeige	B 369 x 151 H 252 x 51		7.760 €
Inselanzeige	80 x 80		2.950 €
Inselanzeige	51 x 100		1.910 €
Mittelbalken 1/3 Seite quer	160 x 84	202 x 84 + 3 mm links und rechts	3.130 €
Mittelbalken 1/4 Seite quer	160 x 63	202 x 63 + 3 mm links und rechts	2.780 €
Mittelsäule 1/3 Seite	51 x 252	51 x 295 + 3 mm oben und unten	3.130 €
Randsäulen 2 x 1/3 Seite	je 51 x 252	je 76 x 295 + 3 mm links, rechts, oben und unten	6.280 €
Tunnelanzeige über Bund	252 x 103	252 x 122 + 3 mm unten	4.940 €
Flexformanzeige	Format auf Anfrage		Preis auf Anfrage

Alle Preise verstehen sich zzgl. gesetzl. MwSt.

Die Formatbezeichnungen beziehen sich auf Anzeigen im Anschnitt. Bitte beachten Sie einen Beschnitt von je 3 mm.

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

ANZEIGENPREISLISTE NR. 32

gültig ab 01.01.2024



Ein Magazin der  für
pharmazeutisch-technische Assistenten

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 (Euroska) und s/w
Sonderwerbformen (Termine auf Anfrage)		199 mm x 295 mm (BxH)	17.440 €
Frenchcover (aufklappbare Titelseite) (rabatt-, AE- und skontofähig)		Cover links: 108 mm x 295 mm (BxH) Cover rechts: 108 mm x 295 mm (BxH) Bei allen 3 Formaten plus 3 mm Beschnitt rundum	
Gatefolder/Fondfolder		U2 oder U4: 198 mm x 295 mm (BxH)	19.730 €
2. US/4. US (= 3 Anzeigenseiten) (rabatt-, AE- und skontofähig)		+ Klappe 197 mm x 295 mm (BxH)	
1/2-seitige Titelklappe (innseitig) (rabatt-, AE- und skontofähig)		max. 110 mm x 295 mm (BxH)	6.760 €
1/2-seitige Titelklappe mit Konturenstanzung (beidseitig) (rabatt-, AE- und skontofähig)		max. 90/118 mm x 295/220 mm (BxH) (genaues Format nach Absprache)	8.500 €
Klebebanderole (nicht rabatt, aber AE- und skontofähig) wird fertig angeliefert/Druckkosten auf Anfrage		460 x min. 65 (max. 120 mm) (+ 3 mm Beschnitt oben und unten)	17.480 €
Zangenbanderole (nicht rabatt, aber AE- und skontofähig) wird fertig angeliefert/Druckkosten auf Anfrage, zzgl. Anzeigenkosten ab 1/2-seitige Anzeige – <i>Nur auf Anfrage</i> –		567 x min. 65 (max. 120 mm) (+ 3 mm Beschnitt oben und unten)	20.120 €

Lesezeichen auf Anfrage

Advertorial

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

Gerne schreiben und/oder layouten wir Advertorial für Sie. Kosten auf Anfrage.

Advertorial 1/1 Seite	160 x 252	202 x 295	5.450 €
Advertorial 2/1 über Bund	361 x 252	404 x 295	10.900 €
Abweichende Anzeigengrößen von unseren Basisformaten je mm 1-spaltig			24 €

Alle Preise verstehen sich zzgl. gesetzl. MwSt.

DURCHHEFTER/BEILAGEN

Durchhefter 4-seitig (rabatt-, AE- und skontofähig)	Format 202 mm x 295 mm (B x H); 4-seitige Durchhefter müssen auf Heftformat, zzgl. 4 mm Beschnitt/Frästrand rundum, angeliefert werden. (Grammatur mind. 90 g/m ²)	12.000 €
Bereits auf Ein-/Durchhefter aufgeklebtes Werbemittel, nicht rabatt-, AE- und skontofähig		2.900 €
Beilagen (nicht rabatt- aber AE- und skontofähig)	Preis bis 25 g (maschinelle Verarbeitung) Gesamtauflage je 5 g Mehrgewicht für Gesamtbeilage	Höchstformat 197 mm x 290 mm (B x H) 6.350 € + 560 €
Oversize Beilage (nicht rabatt-, aber AE- und skontofähig)	Format: max. 197 mm x 315 mm (B x H) je 5 g Mehrgewicht für Gesamtbeilage	6.930 € + 600 €
Die endgültige Auftragsannahme erfolgt erst nach Vorlage von 5 Musterexemplaren. Senden Sie diese bis spätestens 3 Wochen vor Erscheinen an die Anzeigenabteilung.		
Anlieferung der Beilage und Durchhefter 10 Tage vor Erscheinen frachtfrei an die Druckerei (siehe Versandanschrift Seite 15).		
Sofern eine zu späte Bemusterung der Beilage eine Prüfung der Beilage in der Druckerei nicht mehr erlaubt, behält sich der Verlag eine Verschiebung dieser Beilage in eine spätere Ausgabe vor.		
Aufklappbarer Mittel-Durchhefter (rabatt-, AE- und skontofähig)	Platzierung mittig im Heft, 4-seitig bedruckt, nach oben aufklappbar Format geschlossen: 202 mm x 292 mm (B x H) Format offen: 202 mm x 357 mm (B x H)	18.390 € inkl. Druck

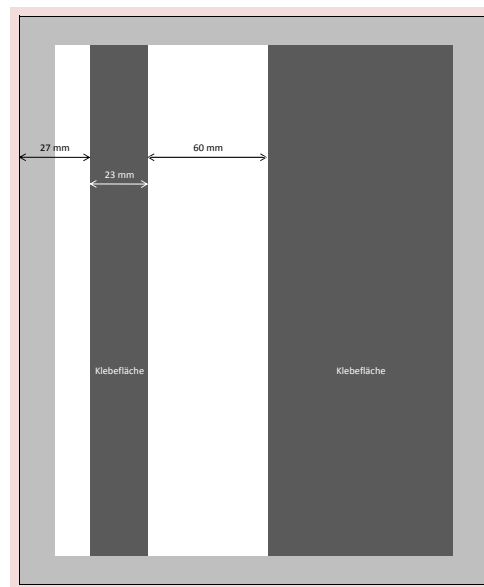
ANZEIGENPREISLISTE NR. 32

gültig ab 01.01.2024

Postkarte auf Anzeige aufkleben	kleinstes Format 74 mm x 105 mm (DIN A7) größtes Format 105 mm x 148 mm (DIN A6) Preis (maschinelle Verarbeitung) Postgebühren bis 25 g	3.980 € keine
Versandanschrift	L. N. Schaffrath GmbH & Co. KG DruckMedien Herrn Schmetter Marktweg 42-50 47608 Geldern	
Mögliche Platzierung	Klebekante am Bund: 15 mm bis 60 mm vom Bund; 85 mm bis 135 mm vom Bund; Mindestabstand von Kopf und Fuß 20 mm	
Post-it auf Anzeige oder im Editorial	Preise und Informationen erhalten Sie in unseren Mediadaten Sonderwerbeformen	
Aufgeklebte Warenprobe/ Booklet/CD	Preis auf Anfrage. Muster vorab zur Preiskalkulation nötig	

Alle Preise sind nicht rabatt-, AE- und skontofähig
Alle Preise verstehen sich zuzüglich gesetzl. MwSt.

Platzierungsmöglichkeiten von Postkarten, Booklets, CDs,
etc. am Klebebinder
Nettoformat: 21,0 x 29,7 cm
Rundum zuzüglich 4 mm Beschnitt



Der Leimstrich verläuft immer parallel zum Bund und ist auf den **dunkelgrauen** Stellen möglich.
Die Elemente können bis ca. 15 mm von den Rändern entfernt aufgeklebt werden.

VERLAGSBEILAGE

(nicht rabatt-, aber AE- und skontofähig)

Sie möchten Ihr Präparat oder neue Studienergebnisse vorstellen?

Thema einer Verlagsbeilage können Wirkstoffe und Wirkstoffkombinationen, Phytopharmaka sowie Nahrungsergänzungsmittel sein, für die es aktuelle wissenschaftliche Untersuchungen gibt.

Voraussetzung: Die Studienergebnisse sollten nicht länger als 2 Jahre zurückliegen und müssen signifikante Ergebnisse vorweisen. Ein Teil der Studienergebnisse sollte der Leserschaft noch unbekannt sein.

- Texterstellung, Layout inklusive der Bildauswahl sowie die Bezeichnung der Beilage liegt in den Händen der Redaktion.
- Im Titel, in der Dachzeile und in Bildunterschriften werden keine Produktnamen genannt.
- Die Auswahl der Bilder und Grafiken erfolgt nach den gleichen Kriterien wie in der Pharmazeutischen Zeitung.
- Die einzelnen Seiten werden mit dem Wort „Anzeige“ gekennzeichnet.
- Kennzeichnung: Verantwortlich für den Inhalt: Firma Mustermann
- Die Verlagsbeilage liegt der Gesamtauflage des PTA-Forum bei und kann auch als Fort-/Sonderdruck erworben werden.
- Vorlauf: 6 bis 8 Wochen je nach Umfang bis zur geplanten Veröffentlichung; weitere Informationen auf Anfrage.

pta
FORUM

Ein Magazin der **PZ** für
pharmazeutisch-technische Assistenten

Unser Know-how für Ihre Themen:

- journalistisch und verständlich aufbereitet
- mit hoher wissenschaftlicher Reputation
- bietet Nutzen für die tägliche Arbeit Ihrer Kunden



4-seitige Beilage: 17.070 €

6-seitige Beilage: 22.060 €

8-seitige Beilage: 27.060 €

OPTIMIERTE THEMENBEILAGE

(nicht rabatt-, aber AE- und skontofähig)



Ein Magazin der **PZ** für
pharmazeutisch-technische Assistenten

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

Voraussetzung: Text und Bildmaterial wird fertig geliefert. Layout wird von unserer Redaktion nach vorgegebenem Konzept erstellt: Titelseite (Headline Thema, großes Foto, ggf. Logo des Unternehmens), Rückseite Anzeige oder Text, Innenteil Text und Bilder. Jede Seite wird oben mit Anzeige gekennzeichnet. Die Anzahl der Bilder ist frei wählbar.

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

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

Vorlauf: 6 bis 8 Wochen je nach Umfang bis zur geplanten Veröffentlichung; weitere Informationen auf Anfrage.

4-seitige Beilage: 14.790 €

6-seitige Beilage: 17.490 €

8-seitige Beilage: 22.360 €



MARKENPROFIL

(nicht rabatt-, aber AE- und skontofähig)



Ein Magazin der  für
pharmazeutisch-technische Assistenten

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

Umfang:

Beilage: 4-seitig, 6-seitig oder 8-seitig möglich

Layout:

4-seitig: Titelseite plus 3 Seiten Text

6-seitig: Titelseite plus 5 Seiten Text oder
Titelseite plus 4 Seiten Text und 1 Seite Anzeige

8-seitig: Titelseite plus 7 Seiten Text oder
Titelseite plus 6 Seiten Text und 1 Seite Anzeige
Jede Seite wird mit „Anzeige“ gekennzeichnet.

Kosten:

4-seitige Beilage: 17.070 €

6-seitige Beilage: 22.060 €

8-seitige Beilage: 27.060 €

Markenprofil liegt der Gesamtauflage des PTA-Forum bei.

Vorlaufzeit: 6 bis 8 Wochen

Sonderdrucke und weitere Informationen auf Anfrage.



BERATUNG AKTUELL

(nur nach Rücksprache möglich)
(nicht rabatt-, aber AE- und skontofähig)



Ein Magazin der  für
pharmazeutisch-technische Assistenten

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

Umfang:

4-seitiger Mittelhefter, Grammatik 90 g/m²
In der Mitte des Heftes zum Heraustrennen platziert.

Layout:

4-seitig: Titelseite plus 3 Seiten Text oder
Titelseite plus 2 Seiten Text und 1 Seite Anzeige
Jede Seite wird mit „Anzeige“ gekennzeichnet.

Kosten:

Mittelhefter 4-seitig: 26.920 €

Exklusiv für ein Jahr in der jeweiligen Indikation

Vorlaufzeit: 6 bis 8 Wochen

Sonderdrucke und weitere Informationen auf Anfrage.



PRAXISWISSEN

(3-teilige Serie)

(nicht rabatt-, aber AE- und skontofähig)



Ein Magazin der **PZ** für
pharmazeutisch-technische Assistenten

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

Umfang:

3-teilige Serie: jeweils 1/2 seitig oder
jeweils 1/1 Seite möglich.

Buchbar ab 3-teilig – beliebig erweiterbar

Jede Seite wird mit „Anzeige“ gekennzeichnet.

Kosten:

3-tlg. Serie, 3 x 1/2 Seite: 20.190 €

3-tlg. Serie 3 x 1/1 Seite: 25.660 €

Vorlaufzeit: 6 bis 8 Wochen

Sonderdrucke und weitere Informationen auf Anfrage.



AKKREDITIERTE FORTBILDUNG

(nur nach Rücksprache möglich)
(nicht rabatt-, aber AE- und skontofähig)

Punkten Sie bei Apothekern und PTA mit einer akkreditierten Fortbildung. Das große Interesse daran zeigt die rege Teilnahme an Vortragsveranstaltungen, aber nicht jeder hat Gelegenheit, an diesen teilzunehmen. Als zeitgemäße Ergänzung bieten wir Ihnen die Möglichkeit, Apotheker und PTA in der Fortbildung zu unterstützen. Diese beinhaltet allgemeine und spezielle Beratungssituationen in der Apotheke ebenso wie wissenschaftliche Hintergründe zu Erkrankung und Therapie sowie interessante Informationen zum Arzneimittel. Der Text erscheint als Beilage in der Pharmazeutischen Zeitung oder des PTA-Forum, die Fragen dazu gibt es online – beides zertifiziert durch die Bundesapothekerkammer.

Layout:

8-seitig: Titelseite plus 7 Seiten Text
12-seitig: Titelseite plus 11 Seiten Text
Jede Seite wird mit „Anzeige“ gekennzeichnet.

Kosten:

8-seitig: 29.200 €
12-seitig: 42.960 €

Laufzeit des Fragebogens der Fortbildung:
12 Wochen online-eingestellt; Verlängerung auf Anfrage möglich.

Die Beilage „akkreditierte Fortbildung“ liegt der Gesamtauflage des PTA-Forum bei.

Vorlaufzeit: 3 Monate nach Absprache

Sonderdrucke und weitere Informationen auf Anfrage.

pta
FORUM

Ein Magazin der **PZ** für
pharmazeutisch-technische Assistenten



SONDERDRUCKE

(nicht rabatt- und AE-fähig)



Ein Magazin der **PTA** für pharmazeutisch-technische Assistenten

Von allen Beiträgen, die im PTA-Forum erschienen sind, sowie von redaktionellen Sonderwerbformen, können Sonderdrucke angefertigt werden. Bei Sonderdrucken von Artikeln wird dieser in unveränderter Form übernommen und in das PTA-Forum Layout übertragen.

Format: 210 mm x 297 mm (BxH)

Gerne unterbreiten wir Ihnen ein individuelles Angebot.

E-Mail: sonderdruck@avoxxa.de



STELLEN-/KLEINANZEIGEN



Ein Magazin der **PZ** für
pharmazeutisch-technische Assistenten

Informationen und Preise zu unseren Stellen- und Kleinanzeigen
im PTA-Forum finden Sie in unseren Mediadaten **pharmastellen.jobs**
und PZ-Markt auf **www.pz-markt.de**

Sprechen Sie uns auf unsere attraktiven Kombiangebote an!



PTA-FORUM ONLINE

www.pta-forum.de

pta
FORUM

Ein Magazin der **PZ** für
pharmazeutisch-technische Assistenten

Aktuelle Berichterstattung aus erster Hand zu verschiedenen Themen aus Pharmazie, speziell auf die Zielgruppe PTA zugeschnitten. Informativ, nützlich, beratungsrelevante Themen.

Zielgruppe: PTA

- Eine Onlineplattform der PZ für pharmazeutisch-technische Assistenten
- qualitativ hochwertige, relevante Inhalte
- crossmediale und interaktive Kampagnen

LA-PHARM 2020:

PTA/Pharmazie-Ing.: 34,8% NpM

Detaillierte Informationen zu den Ergebnissen der aktuellen LA-PHARM-Studie erhalten Sie gerne auf Anfrage.

Newsletter: wöchentlich an ca. 11.400 Abonnenten*

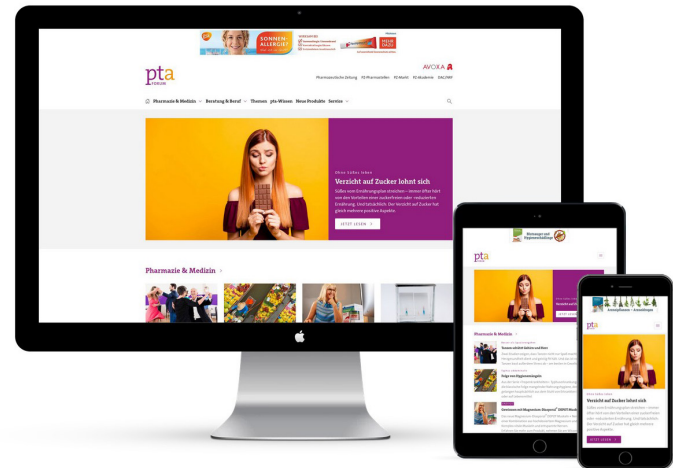
Für weitere Informationen und Werbemöglichkeiten fordern Sie bitte unsere Mediadaten an. Wir beraten Sie gerne.

Eine Gesamtübersicht inkl. Preise unserer Online-Werbeformen finden Sie unter www.avoxa.de

Ansprechpartner:

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

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



* Quelle: Verlagsangaben, Stand Mai 2023

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. „Werbeartrag“ 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 Werbeartrag 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 Kundenbeauftragte 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 Rechteeinräumung umfasst insbesondere das Recht, die Materialien ganz oder teilweise unter Verwendung sämtlicher digitaler oder analoger Übertragungs- und Abruf-techniken 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 Metadaten 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 Zählunterschieden 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 Werbeauftrages 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 Bankein- 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.

EIN STARKES TEAM FÜR STARKE MARKEN



Ramona Luff-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



Sascha Seifi
Anzeigenverkaufsleiter Süd

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



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

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



Andrea Peterson
Medienberaterin
PTA-Forum
Stellen-/PZ-Markt

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



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

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



Michael Pradel
Salesmanager Online (Süd)

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