

Mediadaten 2010

Preisliste Nr. 19 gültig ab 1. Januar 2010

apotheke + marketing

Magazin für moderne Apothekenführung



Verlag Springer Medizin
Springer Gesundheits- und
Pharmazieverlag GmbH

Postanschrift Postfach 2131
63243 Neu-Isenburg

Hausanschrift Am Forsthaus Gravenbruch 5–7
63263 Neu-Isenburg

Telefon 06102/506-0
Telefax 06102/506-382

Herausgeberin Apothekerin Julia Pfflegel

Redaktion Telefon: 06102/506-392
Telefax: 06102/506-394
E-Mail: am-redaktion@springer-gup.de

Dipl.oec.troph. Gabi Kannamüller, Chefredaktion

Dr. Karin Frese, stv. Chefredaktion

Stefanie Fastnacht, Apothekerin

Dr. Ulf Maywald, Apotheker

Petra Schicketanz, Apothekerin

**Verlags- und
Objektleitung** Marion Bornemann
Telefon: 06102/506-380
Telefax: 06102/506-382
E-Mail: marion.bornemann@springer-gup.de

Anzeigenverkauf Leitung:
Jochen Malzburg
Telefon: 06102/506-140
jochen.malzburg@springer.com

Verkaufsberatung:
Christoph Wigand
Telefon: 06102/506-152
christoph.wigand@springer.com

Anzeigendisposition Birgit Neumann
Telefon: 06102/506-189
Telefax: 06102/506-123
E-Mail: birgit.neumann@springer.com

**Vertrieb und
Leserservice** Telefon: 06102/506-176
Telefax: 06102/506-44176
E-Mail: abo@springer-gup.de

Zahlungsbedingungen Agenturprovision 10 %
30 Tage nach Rechnungsdatum rein netto
14 Tage nach Rechnungsdatum 2 % Skonto
Bankeinzug und Vorauszahlung 3 % Skonto

Ust-Ident-Nr. DE 811148398

Bankverbindung Springer Gesundheits- und
Pharmazieverlag GmbH
Deutsche Bank, Berlin
BLZ: 100 700 00
Konto-Nr.: 070204300

IBAN: DE42 1007 0000 0070 2043 00
BIC: DEUTDEBB

Zeitschriftenportrait	<p>APOTHEKE + MARKETING aus dem Springer Gesundheits- und Pharmazieverlag (www.springer-gup.de) wendet sich an das Fachpersonal in der öffentlichen Apotheke, wobei die Zeitschrift insbesondere auf das berufliche Informationsbedürfnis des Apothekenleiters eingeht. APOTHEKE + MARKETING hilft ihm, mit einer stark serviceorientierten Mischung aus zielgruppenadäquat aufbereiteten Beiträgen zu den Themenbereichen Marketing, Management und Betriebswirtschaft, seine Apotheke als Gesundheits- und Beratungszentrum zu etablieren und damit zukunftsfähig zu machen. Darüber hinaus bietet APOTHEKE + MARKETING dem Apotheker die Möglichkeit, sich durch die Teilnahme an zertifizierter Fortbildung in den Bereichen Marketing und Pharmazie, die sowohl im Heft, aber insbesondere auf dem Springer-Fortbildungsportal cme.springer.de bzw. www.apotheke-und-marketing.de stattfindet, fachlich weiter zu qualifizieren.</p>	Auflage	<p>Druckauflage: 23.942 Exemplare Verbreitung: 23.660 Exemplare (Quelle: IVW, Durchschnitt der Quartale 3/2008 bis 2/2009)</p>
		Zeitschriftenformat	<p>210 mm breit, 297 mm hoch (DIN A4) plus 3 mm Beschnitt an allen Kanten</p>
		Satzspiegel	<p>176 mm breit, 242 mm hoch 2-spaltig, 86 mm je Spalte Weitere Angaben siehe Blatt „Anzeigenformate und -preise“</p>
		Druck- und Bindeverfahren	<p>Rollenoffsetdruck, Umschlag Bogenoffsetdruck, Klebebindung</p>
		Druckunterlagen	<p>Vorzugsweise digitale Druckunterlagen, siehe Blatt „Digitale Druckunterlagen“ oder Offsetfilme (positiv) bis 54-er Raster</p>
		Termine	<p>Siehe Blatt „Themen- und Terminplan“</p>
		Anzeigenformate und -preise:	<p>Siehe Blatt „Anzeigenformate und -preise“</p>
		Zuschläge	<p>Farbzuschläge: für Sonderfarben auf Anfrage Formatzuschläge: Anzeigen über Bund und angeschnittene Anzeigen ohne Zuschlag</p>
		Bezugspreis	
		Jahresabonnement	<p>€ 50,00 (incl. Online-Basis-Lizenz, CME-Zugang, MwSt. und Versandkosten)</p>
		Einzelbezugspreis	<p>€ 7,00 (incl. MwSt. und Versandkosten)</p>
Reichweiten	<p>Gesamtzielgruppe: 18,7% Apothekenleiter: 53,8% <small>Quelle: LA-PHARM 2008, LpA</small></p>		
Erscheinungsweise	<p>Monatlich, jeweils am 15. des Monats</p>		
Jahrgang	<p>19. Jahrgang</p>		
Homepage	<p>www.apotheke-und-marketing.de</p>		
Mitgliedschaften	<p>IVW, LA – MED</p>		
Organ	<p>./.</p>		

Größe in Seitenteilen	Formate im Satzspiegel Breite x Höhe in mm		Angeschnittene Formate Breite x Höhe in mm*		4-farbig in €
1/1 Seite Innenteil 2. Umschlagseite 4. Umschlagseite	176 x 242		210 x 297 210 x 297 210 x 297		4.390,00 4.640,00 4.640,00
2/3 Seite	Hochformat Querformat	115 x 242 176 x 165	Hochformat Querformat	135 x 297 210 x 186	3.330,00
1/2 Seite	Hochformat Querformat	85 x 242 176 x 126	Hochformat Querformat	105 x 297 210 x 147	2.630,00
1/3 Seite	Hochformat Querformat	56 x 242 176 x 80	Hochformat Querformat	75 x 297 210 x 101	1.930,00
1/4 Seite	Hochformat Querformat	86 x 126 176 x 60	./.		1.420,00
Anzeigen auf Doppelseiten					
2 x 1/1 Seite über Bund	./.		2 x 210 x 297		8.780,00
2 x 2/3 Seite über Bund	./.		Hochformat Querformat	2 x 135 x 297 2 x 210 x 186	6.660,00
2 x 1/2 Seite über Bund	./.		Hochformat Querformat	2 x 105 x 297 2 x 210 x 147	5.260,00

Rabatte

bei Abnahme innerhalb von 12 Monaten (Kalender- oder Insertionsjahr); Farbzuschläge rabattfähig

Mengenstaffel

1 Seite	3 %
3 Seiten	5 %
6 Seiten	10 %
12 Seiten	15 %
18 Seiten	20 %
24 Seiten	25 %
30 Seiten	30 %

Malstaffel

3 Anzeigen	3 %
6 Anzeigen	5 %
12 Anzeigen	10 %
18 Anzeigen	15 %
26 Anzeigen	20 %
38 Anzeigen	25 %
52 Anzeigen	30 %

Kombination mit DAS PTA MAGAZIN möglich
– Volumina addieren sich.

Kosten für Einhefter, Beilagen, Beikleber, Gelegenheits-, Stellenanzeigen, technische Zusatzkosten sowie Beförderungsentgelte werden nicht rabattiert.

Ad Specials / Advertorials

Beispiele für Ad Specials:

- » Banderole (quer) **€ 240,00 /Tsd.**
- » Griffecke auf dem Titel plus 1/2 Seite im Heft **€ 4.330,00**
- » 1/3 Seite hoch 4c, rechts neben Editorial **€ 2.630,00**
- » Inselanzeigen, 3 Stück/Ausgabe, 53mm x 53mm **€ 2.390,00**

weitere Möglichkeiten auf Anfrage

Advertorials, Sonderpublikationen auf Anfrage

Rubrikanzeigen

Stellenangebote

Preise und Formate für Print und Online auf
Anfrage, bitte wenden Sie sich direkt an:
www.jobcenter-medizin.de, Tel. 06102/506-164

An-/Verkauf, Unterricht pro mm
(1-spaltig, 55 mm breit)
€ 4,70

Stellengesuche pro mm
(1-spaltig, 55 mm breit)
€ 3,60

Chiffregebühr Stellengesuche **€ 4,50**

**Einhefter/
Durchhefter** Einhefter müssen den Postbestimmungen entsprechend so gestaltet sein, dass sie nicht mit dem Redaktionsteil verwechselt werden können. Die Platzierung ist abhängig von den technischen Möglichkeiten.

Anliefertermin siehe Termin- und Themenplan

Preise 2-seitig € 3.400,00
4-seitig € 6.800,00

Einhefter-/ Durchhefterpreise sind nicht rabattfähig.

Formate 1 Blatt (= 2 Seiten) unbeschnitten
216 mm breit x 305 mm hoch,
Mindestpapiergewicht 100 g/m²
Beschnittzugabe oben, rechts, links 3 mm,
unten 5 mm

2 Blatt (= 4 Seiten) unbeschnitten
432 mm breit x 305 mm hoch,
Mindestpapiergewicht 100 g/m²
Beschnittzugabe oben, rechts, links 3 mm,
im Bund rechts, links 3 mm, unten 5 mm
Anlieferung plano (Durchhefter)
Anlieferung gefalzt (Einhefter)

Erforderliche Konfektionierung erfolgt zum Selbstkostenpreis.

Benötigte Auflage 24.500 Exemplare (incl. 3 % Zuschuss)*

Versandanschrift siehe Beikleber

Beilagen

Vor Auftragsannahme und -bestätigung ist die Vorlage eines verbindlichen Musters, notfalls eines Blindmusters, mit Größen- und Gewichtsangabe erforderlich.

Die Beilage muss den Postbestimmungen entsprechend so gestaltet sein, dass sie nicht mit dem Redaktionsteil verwechselt werden kann.

Preise Bis 25 g Gesamtgewicht pro Tsd. € 150,00
zzgl. evtl. anfallende Postentgelte

Beilagen über 25 g Gesamtgewicht auf Anfrage

Beilagen- und Versandkosten sind nicht rabattfähig.

Formate Maximal 205 mm breit, 285 mm hoch
Beilagen müssen in der Art und Ausführung so beschaffen sein, dass eine zusätzliche Aufbereitung und Bearbeitung entfällt. Erforderliche Konfektionierung erfolgt zum Selbstkostenpreis.

Benötigte Auflage 24.500 Exemplare (incl. 3 % Zuschuss)*

Berechnete Auflage 23.500 Exemplare*

Teilbelegung Möglich

Anliefertermin siehe Termin- und Themenplan

Versandanschrift siehe Beikleber

Beikleber Aufgeklebte Postkarten (Mindestpapiergewicht 150 g), Booklets und Warenproben auf Anzeigen (Mindestanzeigenabnahme 1/1 Seite) werden zusätzlich berechnet.

Vor Auftragsannahme und -bestätigung ist die Vorlage des Anzeigenmotivs mit aufgeklebter Postkarte, Booklet bzw. Warenprobe (Standmuster), notfalls eines Blindmusters, erforderlich.

Preise Postkarten pro Tsd. **€ 79,00**
Warenproben pro Tsd. **€ 100,00**
zzgl. eventl. anfallende Postentgelte

Maschinelle Klebung erlaubt nur eingeschränkte Platzierungen.

Technische Kosten und Versandkosten sind nicht rabattfähig.

Formate

Postkarten Mindestformat: 80 x 60 mm (B x H)
Maximalformat: 210 x 210 mm (B x H)

Warenproben, Booklets auf Anfrage

Bei aufgeklebten Postkarten, Booklets oder Warenproben sollten die Klebekanten parallel zum Bund verlaufen und mindestens 30 mm Abstand zum Bund und 20 mm zu den äußeren Papierrändern haben.
Toleranz +/- 10 mm

Benötigte Auflage 24.500 Exemplare (incl. 3 % Zuschuss)*

Berechnete Auflage 23.500 Exemplare*

Anliefertermin siehe Termin- und Themenplan

Versandanschrift Stürtz GmbH
Alfred-Nobel-Straße 33
97080 Würzburg

* Benötigte und berechnete Auflagen Messe- und Kongressausgaben:

Ausgabe 02/2010
Benötigte Auflage: 25.000 Exemplare
Berechnete Auflage: 24.000 Exemplare

Ausgabe 04/2010
Benötigte Auflage: 25.000 Exemplare
Berechnete Auflage: 24.000 Exemplare

Ausgabe 10/2010
Benötigte Auflage: 26.000 Exemplare
Berechnete Auflage: 24.800 Exemplare

Heft Nr.	Ausgabe Erscheinungs- termin	Anzeigen- schluss- u. Rücktritts- termin	Druckunter- lagenschluss- termin	Letzter Anliefer- termin für Beikleber, Einhefter und Beilagen	Schwerpunkt Aktion des Monats <small>Stand Okt. 2009 – Änderungen vorbehalten</small>	Sortimente <small>Stand Okt. 2009 – Änderungen vorbehalten</small>
01/10	Januar 15.01.2010	16.12.2009	22.12.2009	08.01.2010	Gesund und schön (Frauen)	Stimmungsaufheller Menopause
02/10	Februar 15.02.2010	22.01.2010	29.01.2010	09.02.2010	Den Pollen ein Schnippchen schlagen (Heuschnupfen)	Erkältung Diät/Ernährung
03/10	März 15.03.2010	22.02.2010	26.02.2010	09.03.2010	Gut geschützt in den Sommer (Sonnen- schutz/Impfberatung)	Schmerz/Muskeln/ Gelenke Blutdruckmessung
04/10	April 15.04.2010	19.03.2010	25.03.2010	08.04.2010	Apothek in Bewegung (Sportler)	Allergien/ Heuschnupfen Zecken/Insektenschutz
05/10	Mai 15.05.2010	21.04.2010	28.04.2010	07.05.2010	Natürlich gesund – mit der Apotheke (Naturarzneimittel)	Reiseapotheke Sonnenschutz
06/10	Juni 15.06.2010	19.05.2010	26.05.2010	08.06.2010	Check up für die Haus- apotheke (Akute Hilfe, Dauermedikation)	Magen/Darm/ Verdauung Fußpflege/Fußpilz
07/10	Juli 15.07.2010	22.06.2010	29.06.2010	08.07.2010	Bleiben Sie auf Zack! (Gedächtnisleistung, Durchblutung)	Venenprobleme Wundbehandlung

Heft Nr.	Ausgabe Erscheinungs- termin	Anzeigen- schluss- u. Rücktritts- termin	Druckunter- lagenschluss- termin	Letzter Anliefer- termin für Beikleber, Einhefter und Beilagen	Schwerpunkt Aktion des Monats <small>Stand Okt. 2009 – Änderungen vorbehalten</small>	Sortimente <small>Stand Okt. 2009 – Änderungen vorbehalten</small>
08/10	August 16.08.2010	23.07.2010	30.07.2010	10.08.2010	Ein Wegweiser durch die Erkältungszeit (Immunistimulanzien)	Immunistimulanzien Herpes
09/10	September 15.09.2010	24.08.2010	31.08.2010	08.09.2010	Wir wollen, dass Sie sich wohl fühlen! (Wellness, Nahrungsergänzung)	Mundhygiene Kopfläuse
10/10	Oktober 7.10.2010 (Expopharm)	14.09.2010	20.09.2010	29.09.2010	Alles Gute für den Magen (Reizmagen)	Erkältung Osteoporose
11/10	November 15.11.2010	22.10.2010	29.10.2010	09.11.2010	„Hautsache“ gute Pflege (Winterhaut)	Tonika Blutzuckermessung
12/10	Dezember 15.12.2010	23.11.2010	29.11.2010	08.12.2010	So zähmen Sie den Kater (Tolle Tage)	Hautpflege im Winter Naturarzneimittel
01/11	Januar 15.01.2011	16.12.2010	22.12.2010	11.01.2011		

Digitale Druckunterlagen

Merkblatt für die Erstellung und Übertragung digitaler Druckunterlagen

Damit bei der Belichtung und dem Druck Ihrer Dateien keine Fehler auftreten, sind die nebenstehenden Punkte bei der Dateierstellung zu beachten. Bitte geben Sie dieses Merkblatt an Ihre Agentur oder Werbeabteilung weiter, die Sie mit der Erstellung der Druckunterlagen beauftragt haben.

Die Telefon- und ISDN-Nummer sowie die E-Mail-Adresse der Druckerei erhalten Sie vom Verlag. Informationen zum Anzeigenauftrag erhalten Sie ebenfalls vom Verlag. Bevor Sie die Druckunterlagen übermitteln, schicken Sie bitte die folgenden Informationen vorab per Telefax oder E-Mail an die Druckerei:

Ansprechpartner für Rückfragen

- Name ■ Telefon ■ Telefax ■ E-Mail

Anzeigen-Informationen

- Auftraggeber ■ Zeitschrift ■ Ausgabe ■ Anzeigenformat

Datei-Informationen

- Dateiname ■ Plattform: Mac oder PC ■ Programmtyp und -version, mit dem die Datei erstellt wurde ■ Welche Farben in der Datei werden für den Druckprozess benötigt: s/w, CMYK, Sonderfarben ■ Welche Schriften werden in der Datei verwendet ■ Liste der Abbildungen, die in die Datei eingebunden sind

Bitte übermitteln Sie diese Angaben auch zusammen mit den Druckunterlagen in einer einfachen Text-Datei (Read me/Bitte lesen).

Druckerei

Stürtz GmbH, Alfred-Nobel-Straße 33, 97080 Würzburg
Herr Volkmar Frieb, Telefon (09 31) 385-262, Fax (09 31) 385-383, E-Mail faz-druck@stuertz.de
ISDN-Verbindung (09 31) 385-415 Mac

Bei Fragen zum Anzeigenauftrag wenden Sie sich bitte an den Verlag:

Springer Gesundheits- und Pharmazieverlag GmbH, Frau Monique Begall,
Am Forsthaus Gravenbruch 5-7, 63263 Neu-Isenburg, Telefon (06 10 2) 506-381,
Fax (06 10 2) 506-382, E-Mail monique.begall@springer-gup.de

Datei

- Bevorzugtes Dateiformat: PDF/X-3
- Ebenfalls verarbeitet werden kann ein platzierbares EPS (mit Vorschaubild). Andere Dateiformate sind nur in Absprache mit der Druckerei möglich.
- Die Datei muss im Endformat (100%) angelegt sein.
- Bei Formaten, die größer sind als 1/1 Seite, muss jede Seite separat (incl. Beschnittzugabe) angelegt sein, die Montage wird in der Druckerei vorgenommen.

- Berücksichtigen Sie eine Beschnittzugabe von 3 mm bei angeschnittenen Elementen.
- Das Format des Anzeigenmotivs muss mit dem im Anzeigenauftrag genannten Format übereinstimmen.
- Achten Sie darauf, dass alle Farben im Dokument und in allen Abbildungen in CMYK separiert sind. Handelt es sich um ein Motiv mit Sonderfarben, so müssen diese dem Anzeigenauftrag entsprechend angelegt sein.
- Überfüllungen in TIFF- oder EPS-Dateien müssen bereits bei der Erstellung dieser Dateien angelegt werden.
- Grafische Elemente sollten eine Mindeststärke von 0,3 pt haben, Rasterflächen einen Tonwert von mindestens 8%.
- Bitte übermitteln Sie nur die für den Auftrag benötigten Seiten.
- Alle Seiten werden mit einem 60er Raster belichtet.

Schriften

- Verwenden Sie ausschließlich Typ-1-Schriften (keine True Type Schriften). Nur diese garantieren eine fehlerlose Belichtung.
- Bitte übermitteln Sie alle im Dokument verwendeten Schriften (Bildschirm- und Druckerschriften). Alternativ ist die Umwandlung der Schriften in Zeichenwege oder das Einbinden der Schriften in die Datei (Font-Including) möglich.

Abbildungen

- Bitte liefern Sie Abbildungen nur in den Dateiformaten TIFF oder EPS ohne Komprimierung. Nur diese Formate garantieren eine fehlerlose Belichtung. Andere Formate (z.B. JPEG) oder die Komprimierung der Datei können zu Qualitätsverlusten führen.
- Bitte übermitteln Sie für alle im Dokument verwendeten Abbildungen hochauflösende Daten mit einer Auflösung von mindestens 300 dpi. ■ Achten Sie darauf, dass alle Abbildungen in CMYK separiert sind. Abbildungen, in denen RGB-Farben und nicht separierte Sonderfarben angelegt sind, führen zu Belichtungsfehlern. ■ In den Abbildungen darf kein Druckraster angelegt sein.

Proof

- Für Farbanzeigen benötigt die Druckerei unbedingt einen farbverbindlichen Proof, für s/w-Anzeigen einen Laserausdruck. Liegt kein Proof vor, können eventuell auftretende Abweichungen zum Originalmotiv möglicherweise nicht erkannt werden. Nur wenn der Druckerei ein verbindlicher Proof vorliegt, übernehmen Verlag und Druckerei die Verantwortung für eine korrekte Wiedergabe der Anzeige.

Weitere Infos: www.springer-gup.de/mediadaten

Allgemeine Geschäftsbedingungen

für Anzeigen, Beilagen, Beikleber und Einhefter

1. „Anzeigenauftrag“ im Sinn der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen, Beilagen oder Einhefter eines Werbungstreibenden oder sonstigen Inserenten in einer Druckschrift zum Zweck der Verbreitung. Ein derartiger Auftrag wird für den Verlag erst durch schriftliche Bestätigung an den Auftraggeber rechtsverbindlich. Der Verlag behält sich vor, Anzeigenaufträge – auch Einzelabrufe – und Beilagen- und Einhefteraufträge wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen Grundsätzen des Verlages abzulehnen. Beilagen- und Einhefteraufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Musters und dessen Billigung bindend. Beilagen und Einhefter, die durch Format und Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.
2. Anzeigen sind im Zweifel zur Veröffentlichung innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzurufen.
3. Die in der Anzeigenpreisliste bezeichneten Nachlässe werden nur für die innerhalb eines Jahres in einer Druckschrift erscheinenden Anzeigen eines Werbungstreibenden gewährt. Die Frist beginnt mit dem Erscheinen der ersten Anzeige. Der Werbungstreibende hat rückwirkend Anspruch auf den seiner tatsächlichen Abnahme von Anzeigen innerhalb Jahresfrist entsprechenden Nachlass.
4. Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Verlag zu erstatten. Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht.
5. Für die Aufnahme von Anzeigen, Beilagen und Einheftern in bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift wird keine Gewähr geleistet, es sei denn, dass der Auftraggeber die Gültigkeit des Auftrages ausdrücklich davon abhängig gemacht hat. Platzvereinbarungen sind nur dann verbindlich, wenn hierfür der im Anzeigentarif vorgesehene und in der Bestätigung ausdrücklich angegebene Preis anerkannt wird. Bei Überschreitung der genannten Anzeigenschlusstermine sind besondere Platzvereinbarungen nicht mehr verbindlich.
6. Der Ausschluss von Mitbewerbern kann nur für zwei gegenüberliegende Seiten vereinbart werden. Ein Konkurrenzausschluss kann nicht zugesichert werden, wenn für eine Anzeige ein bestimmter Platz als verbindlich zugesagt und bestätigt wurde.
7. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.
8. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen oder der Beilagen und Einhefter ist der Auftraggeber verantwortlich. Der Verlag gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch

die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten. Druckunterlagen werden dem Auftraggeber auf Anforderung zurückgesandt.

9. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Weitergehende Haftungen für den Verlag sind ausgeschlossen. Reklamationen müssen innerhalb vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden. Für Fehler jeder Art aus telefonischen Übermittlungen übernimmt der Verlag keine Haftung.
10. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.
11. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen, vom Empfang der Rechnung an laufenden Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine kürzere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Verzugszinsen sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrags bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Anzeigenabschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.
12. Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages werden Anzeigenausschnitte, Belegseiten oder vollständige Belegnummern geliefert.
13. Kosten für die Anfertigung bestellter Offsetfilme, Druckstöcke und Zeichnungen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.
14. Erfüllungsort und Gerichtsstand für beide Teile ist Offenbach.

Springer Medizin
Springer Gesundheits- und
Pharmazieverlag GmbH
Am Forsthaus Gravenbruch 5-7
63263 Neu-Isenburg

Ansprechpartner

Jochen Malzburg
Sales Manager OTC

Telefon: 06102/506-140
Telefax: 06102/506-44140
Mobil: 0171/566 29 35
E-Mail: jochen.malzburg@springer.com

Christoph Wigand
Sales Consultant OTC

Telefon: 06102/506-152
Telefax: 06102/506-288
Mobil: 0160/946 98 843
E-Mail: christoph.wigand@springer.com

Springer Medizin
Springer Gesundheits- und Pharmazieverlag GmbH
Am Forsthaus Gravenbruch 5-7
63263 Neu-Isenburg