



AMT 2014 MEDIADATEN

Vier STARKE Titel – eine Rabattstaffel: AMT, KPH, MPJ, PPT

WVVG

Wissenschaftliche
Verlagsgesellschaft
Stuttgart

Verlag:

Wissenschaftliche Verlagsgesellschaft Stuttgart, Birkenwaldstraße 44, 70191 Stuttgart
Postfach 10 10 61, 70009 Stuttgart, Telefon 0711 25 82-0, Telefax 0711 25 82-290
anzeigen@wissenschaftliche-verlagsgesellschaft.de, www.arzneimitteltherapie.de

Geschäftsführung:

Dr. Christian Rotta, André Caro

Redaktion:

Dr. Heike Oberpichler-Schwenk (Leitung), Telefon 0711 25 82-234, Telefax 0711 25 82-283

Leitung Media:

Kornelia Wind, Telefon 0711 2582-245, Telefax 0711 2582-252
E-Mail kwind@wissenschaftliche-verlagsgesellschaft.de

**Mediaberatung
und -disposition:**

Karin Hoffmann, Telefon 0711 2582-242, Telefax 0711 2582-263
E-Mail khoffmann@wissenschaftliche-verlagsgesellschaft.de

Mediaberatung:

Dr. Axel Sobek, Reiderstraße 34, 42655 Solingen
Telefon 0212 64563946, Telefax 0212 64592383
E-Mail asobek@wissenschaftliche-verlagsgesellschaft.de

**Mediaberatung
Online:**

Stefan Rapp, Telefon 0711 2582-288, Telefax 0711 2582-263
E-Mail srapp@wissenschaftliche-verlagsgesellschaft.de

Arzneimitteltherapie

Unabhängige Informationen zur Pharmakotherapie

Inhalt:

Fachzeitschrift:

- 4-5 **1** Titelporträt
- 6 **T** Terminplan
- 7-8 **P** Preisliste
- 9-13 **F** Formate und technische Angaben
- 14 **2** Auflagen-Analyse

Website:

- 15 **1** Porträt
- 16 **P** Preise/Werbeformen
- 17 **N** Nutzungsdaten
- 17-19 **F** Formate und technische Angaben



Die Medienmarke:

Zielgruppe:

Chef- und Oberärzte, insbesondere aus der Inneren Medizin. Daneben Krankenhausapothekenleiter, Ärzte in der Klinik und niedergelassene Spezialisten.

Angebot der Medienmarke Arzneimitteltherapie

- **Arzneimitteltherapie AMT:** 10 Ausgaben im Jahr, Doppel-Ausgabe im Januar/Februar und Juli/August
- **Beilagen:** Verlagsbeilagen im Kundenauftrag mit optionalen Fortdrucken
- **arzneimitteltherapie.de:** Internetauftritt der Arzneimitteltherapie mit geschlossenem Bereich für Abonnenten
- **Unsere weiteren Angebote:** Veranstaltungen im Kundenauftrag für pharmazeutische und/oder medizinische Zielgruppen. Zertifizierte Fortbildungen, sonstige Veranstaltungen, Media-Dienstleistungen, Corporate Publishing, Content-Lieferungen und vieles mehr...

1 Arzneimitteltherapie

2 Kurzcharakteristik:

Die **Arzneimitteltherapie** informiert über Arzneimittel von der fortgeschrittenen klinischen Entwicklung über die Zulassungs- und Markteinführungsphase bis zum etablierten praktischen Einsatz, vor allem in der Klinik. In Übersichtsbeiträgen erläutern Experten die Wirkung und Anwendung neuer Arzneistoffe oder geben einen Überblick über einzelne Arzneistoffgruppen oder Indikationsgebiete. Consensus-Beiträge fassen Empfehlungen und Leitlinien zur Arzneimitteltherapie zusammen. Berichte von nationalen und internationalen Kongressen und über hochrangig publizierte klinische Studien informieren über aktuelle Arzneimittelentwicklungen.

Mit regelmäßiger Beilage „Neue Arzneimittel“ (für Abonnenten der **Arzneimitteltherapie**)

3 Zielgruppe:

Chef- und Oberärzte, insbesondere aus der Inneren Medizin.
Daneben Krankenhausapothekenleiter, Ärzte in der Klinik und niedergelassene Spezialisten.

4 Erscheinungsweise:

10 Ausgaben im Jahr (Januar/Februar und Juli/August Doppel-Ausgabe) ca. am 1. des Monats

5 Heftformat:

210 x 297 mm, DIN A4

6 Jahrgang:

32. Jahrgang 2014

7 Bezugspreis:

Jahresabonnement:

€ 89,90 zzgl. Versandkosten
Versandkosten Inland: € 23,80
Versandkosten Ausland: € 46,-

Einzelpreis:

€ 11,-

8 Organ:

-

9 Mitgliedschaften:

IVW / LA-MED

10 Verlag:

Wissenschaftliche
Verlagsgesellschaft Stuttgart
Postfach 10 10 61
70009 Stuttgart
Telefon 0711 2582-0
Telefax 0711 2582-290
[www.wissenschaftliche-
verlagsgesellschaft.de](http://www.wissenschaftliche-verlagsgesellschaft.de)

Geschäftsführung:

Dr. Christian Rotta,
André Caro

11 Herausgeber:

Prof. Dr. Hans Christoph Diener, Essen
Prof. Dr. Roland Gugler, Karlsruhe
Prof. Dr. Dr. h.c. Kurt Kochsiek, Würzburg
Prof. Dr. Frank Lammert, Homburg
Prof. Dr. Dr. Drs. h.c. E. Mutschler,
Frankfurt/M.
Prof. Dr. Clemens Unger, Freiburg

12 Leitung Media:

Telefon
Telefax
E-Mail

Kornelia Wind
0711 2582-245
0711 2582-252
kwind@wissenschaftliche-
verlagsgesellschaft.de

**Mediaberatung/
-disposition:**

Telefon
Telefax
E-Mail

Karin Hoffmann
0711 2582-242
0711 2582-263
khoffmann@wissenschaftliche-
verlagsgesellschaft.de

Mediaberatung:

Telefon
Telefax
E-Mail

Dr. Axel Sobek,
Reiderstraße 34,
42655 Solingen
0212 64563946
0212 64592383
asobek@wissenschaftliche-
verlagsgesellschaft.de

13 Redaktion:

Telefon
Telefax
E-Mail

Dr. Heike Oberpichler-Schwenk
(Leitung), Stuttgart
0711 2582-234
0711 2582-283
amt@wissenschaftliche-
verlagsgesellschaft.de

14 Umfangs-Analyse 2012 = 10 Ausgaben

Gesamtumfang:	540 Seiten	= 100,0%
Redaktionsteil	455 Seiten	= 84,3%
Anzeigenteil	85 Seiten	= 15,7%
davon		
Stellen- und Gelegenheitsanzeigen	0 Seiten	
Verlagseigene Anzeigen	51 Seiten	= 59,7%
Einhefter	0 Seiten	
Beilagen	7 Stück	

15 Inhalts-Analyse

Redaktion: -

Terminkalender

Nummer	Erscheinungsweise monatlich	Anzeigenschluss/ Druckunterlagenschluss	
01/02	31.01.2014	16.01.2014	Deutscher Krebskongress, 19.-22.2.2014, Berlin
03	28.02.2014	13.02.2014	
04	04.04.2014	20.03.2014	DGIM 26.4.-29.4.2014, Wiesbaden
05	02.05.2014	15.04.2014	
06	30.05.2014	15.05.2014	
07/08	04.07.2014	23.06.2014	
09	29.08.2014	14.08.2014	
10	02.10.2014	18.09.2014	DGH0 10.-14.10.14, Hamburg
11	31.10.2014	16.10.2014	
12	05.12.2014	20.11.2014	

1 Anzeigenformate und Preise:

Allen Preisen ist der jeweils gültige gesetzliche Mehrwertsteuersatz hinzuzurechnen. Rabattstaffel siehe Ziffer 3.

Format	Breite x Höhe Anschnitt in mm	Breite x Höhe Satzspiegel in mm	Anzeigenpreis in € (rabattfähig)	
			Grundpreis s/w €	ISO-Skala 4c €
1/1 Seite	210 x 297	182 x 262	2.450,-	3.600,-
2/3 Seite hoch	130 x 297	112 x 262	1.638,-	2.787,-
2/3 Seite quer	210 x 190	182 x 164	1.638,-	2.787,-
1/2 Seite hoch	105 x 297	87 x 262	1.346,-	2.496,-
1/2 Seite quer	210 x 148	182 x 128	1.346,-	2.496,-
1/3 Seite hoch	70 x 297	56 x 262	859,-	2.009,-
1/3 Seite quer	210 x 99	182 x 87	859,-	2.009,-
1/4 Seite hoch	56 x 297	42 x 262	742,-	1.892,-
1/4 Seite quer	210 x 74	182 x 60	742,-	1.892,-
2. + 4. Umschlagseite			3.896,-	

2 Zuschläge:

Platzierung: 2. + 4. Umschlagseite je € 296,-
Farbe: Genannte Preise gelten pro Farbkanal im CMYK-Modus nach ISO-Skala.
Farbzuschläge sind rabattfähig. Preise für Sonderfarben auf Anfrage
Format: Es wird kein Anschnittzuschlag erhoben

3 Rabatte: bei Abnahme innerhalb eines Insertionsjahres (Beginn mit dem Erscheinen der ersten Anzeige

Malstaffel		Mengenstaffel	
2-maliges Erscheinen	3%	1 Seite	3%
4-maliges Erscheinen	5%	ab 2 Seiten	5%
6-maliges Erscheinen	10%	ab 4 Seiten	10%
12-maliges Erscheinen	15%	ab 6 Seiten	15%
		ab 12 Seiten	20%

Beilagen und technische Kosten sind nicht rabattfähig.

Kombinationen

Basis-Kombi: Insertion in Krankenhauspharmazie und Arzneimitteltherapie. Bei je 3 x 1/1 Seiten pro Jahr – 20 % Rabatt auf die Anzeigentarife.

Gesamt-Kombi: Arzneimitteltherapie, Krankenhauspharmazie, Medizinprodukte Journal und Psychopharmakotherapie: **4 starke Titel – ein Gesamtseitenrabatt**

4 Rubriken: -

5 Sonderwerbformen:

Sonderpublikationen: auf Anfrage
Sonderdrucke: auf Anfrage

Technische Daten, Beschnittschema, Anlieferadressen:
siehe Modul F, Formate Seite 12

Einhefter/Durchhefter: -

Beilagen (nicht rabattfähig):

Preise (inkl. Postgebühren*):

Allen Preisen ist der jeweils gültige gesetzliche Mehrwertsteuer-
satz hinzuzurechnen.

Technische Kosten bis 25 g € 200,- %
je weitere angefangene
5 g zusätzlich € 12,50 %
Höchstformat: 200 x 295 mm
Benötigte Liefermenge: Zeitschriftenauflage + 3 % Zuschuss
Anlieferungstermin: 2 Wochen vor Erscheinen

Aufgeklebte Werbemittel (nicht rabattfähig):

Preise (inkl. Postgebühren*):

Allen Preisen ist der jeweils gültige gesetzliche Mehrwertsteuer-
satz hinzuzurechnen.
Technische Kosten (Postkarten usw.) € 75,- %

Prospekt/Warenmuster: auf Anfrage nach Vorlage eines Musters
Benötigte Liefermenge: Zeitschriftenauflage + 3 % Zuschuss
Anlieferungstermin: 2 Wochen vor Erscheinen

***Postgebühren:**

Unter drei Millimeter Höhe werden keine Postkosten mehr
berechnet. Zusätzliche Postkosten entstehen dann, wenn die
Beilage ab 3 bis 30 Millimeter hoch ist.

Gegegenstände	Cent pro Stück
3,0 mm bis 5,4 mm	5,00
5,5 mm bis 10,4 mm	7,50
10,5 mm bis 30,0 mm	10,00

6 Beratung, Buchung, Datenlieferung, Rechnungen, Belege:

Karin Hoffmann, Mediaberatung

Telefon 0711 2582-242

Mediaberatung

Dr. Axel Sobek

Telefon 0212 64563946

7 Zahlungsbedingungen:

Zahlbar innerhalb 30 Tagen nach Rechnungserhalt,
bei Zahlung innerhalb 8 Tagen 2 % Skonto.

Bankverbindung:

Landesbank BW Stuttgart

BLZ (Bankcode) 600 501 01 Konto-Nr. 2 029 845

BIC (Swift) SOLADEST • IBAN DE18 6005 0101 0002 0298 45

Postbank Stuttgart

BLZ (Bankcode) 600 100 70 Konto-Nr. 27 380 703

BIC (Swift) PBNKDEFF • IBAN DE60 6001 0070 0027 3807 03

Agenturprovision:

10 % (nicht auf durchlaufende Posten)

Unsere allgemeinen Geschäftsbedingungen für Anzeigen und
Fremdbeilagen in Zeitungen und Zeitschriften finden Sie im
Internet unter: [www.wissenschaftliche-verlagsgesellschaft.de/
media-agb](http://www.wissenschaftliche-verlagsgesellschaft.de/media-agb)

- 1 Zeitschriftenformat:** DIN A4
B 210 x H 297 mm beschnitten
B 216 x H 303 mm unbeschnitten
3 mm Beschnitt je Anschnittkante
- Satzspiegel:** B 182 x H 262 mm, 3 Spalten je 55 mm,
2 Spalten je 85 mm

- 2 Druck- und Bindeverfahren:** Offset, 70er Raster,
Rückendrahtheftung

- 3 Datenübermittlung:**
Ankündigungen, Auskünfte, Abstimmung usw. bei Übermittlungen
digitaler Druckunterlagen:
Ihre Ansprechpartnerin: Karin Hoffmann
Telefon 0711 2582-242
Telefax 0711 2582-263
E-Mail khoffmann@wissenschaftliche-
verlagsgesellschaft.de

Per FTP-Server: auf Anfrage

- 4 Dateiformate:** Wir bitten grundsätzlich um **Übersendung eines druckfähigen PDF (composite) als Druckunterlage**. Wir bevorzugen hierbei das Format PDF-X1a, da hier nur CMYK-Bilder eingestellt werden können. PDF-X3-Formate mit CMYK-Bildern (ohne RGB-Bilder) können ebenfalls weiter verarbeitet werden. Alle Schriften müssen im PDF eingebunden sein, bitte ohne Untergruppen.

PDFs dürfen keine Transparenzen enthalten.
Bei einer Transparenzreduzierung in der Weiterverarbeitung kann keine Garantie übernommen werden. Nicht verarbeitet werden können: RGB-Bilder, LAB-Bilder, DCS-Bildformate, Duplexbilder mit Sonderfarben, Haarlinien.

In Ausnahmefällen können auf Anfrage auch offene Daten für Mac verarbeitet werden. Bitte stimmen Sie sich unbedingt vorher mit uns ab! Einen Mehraufwand stellen wir gegebenenfalls in Rechnung.

Datenträger/-empfänger:

E-Mail (bei Datenmenge unter 30 MB)

CD-Rom, DVD

FTP-Server auf Anfrage

Zusammen mit dem Datenträger bzw. der FTP-Übermittlung werden alle Informationen über Zeitschrift/Titel/belegte Ausgabe, Absender/Firma/Kunde, Betriebssystem, verwendete Programmversionen, Datei-Namen sowie Anzahl und Namen der Druckfarben benötigt.

Grafiken/Auflösung:

Rasterabbildungen sollten eine Auflösung zwischen 250 und 300 dpi haben, Strichabbildungen Minimum 600 dpi.

Preise: Für die Übernahme digitaler Anzeigen gelten die nachfolgenden Preise. Fehlbelichtungen aufgrund von unvollständigen oder fehlerhaften Dateien, falschen Einstellungen oder unvollständigen Angaben werden berechnet. Das gilt gleichermaßen für zusätzliche Satz- oder Lithoarbeiten sowie für die Erstellung fehlender Proofs.

Bearbeitung:

Erstellung eines digitalen Proofs:
bis Format DIN A4 € 33,-
bis Format DIN A3 € 65,-

Stundensatz für DTP-Arbeiten:

Erkannte Datei-Fehler werden auf Wunsch des Kunden und nach Absprache des erforderlichen Arbeitsaufwandes soweit wie möglich bearbeitet. Eingriffe werden nach Zeitaufwand pro Stunde berechnet mit € 90,-, mindestens mit € 25,-.

Alle anderen Arbeiten im Bereich der Druckvorstufe nach Aufwand auf Anfrage.

5 **Farben: Druckfarbe CMYK nach ISO 12647-2C (PSO).**

Von jeder zu belichtenden Seite wird ein verbindlicher Proof benötigt. Für Anzeigen mit Sonderfarben (Pantone, HKS) wird zum farbverbindlichen Proof zusätzlich ein Ausdruck des Sonderfarbenkanals mit den genauen Farbbezeichnungen benötigt. Farbdrucke vom Farbkopierer oder PC-Drucker sind nicht druckverbindlich.

6 **Proof:** Für den Druck von Anzeigen in CMYK ist **unbedingt ein druck- und farbverbindlicher Proof nach ISOcoated_v2.icc FOGRA39 mit Medienkeil erforderlich!**

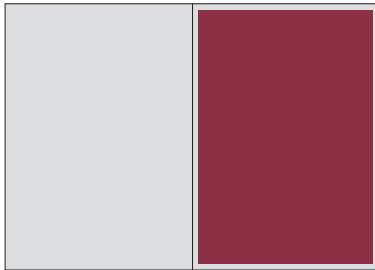
7 **Datenarchivierung:** Daten werden archiviert, unveränderte Wiederholungen sind daher in der Regel möglich. Eine Datengarantie wird jedoch nicht übernommen.

8 **Gewährleistung:** Nur was auf dem Datenträger vorhanden ist, kann belichtet werden. Für Abweichungen in Texten, Abbildungen und insbesondere Farben übernimmt der Verlag keine Haftung. **Der Druck von Farbanzeigen ohne druckverbindliches Proof und ohne Medienkeil erfolgt ohne Gewährleistung. Reklamationen sind somit ausgeschlossen. Dies gilt auch, falls Proof und Druckunterlage nicht identisch sind.**

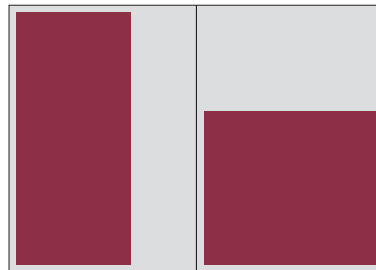
Wir gehen davon aus, dass es sich bei den uns zugeleiteten und übergebenen Dateien um Kopien handelt und übernehmen für deren Bestand keine Haftung.

9 **Kontakt:**
Telefon Karin Hoffmann
0711 2582-242
E-Mail khoffmann@wissenschaftliche-
verlagsgesellschaft.de

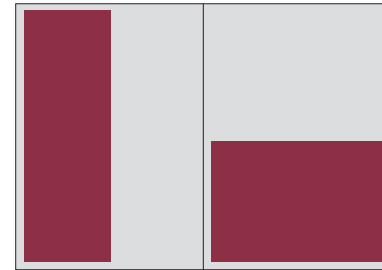
10 Beispiele der Anzeigengrößen AMT
Anschnittformat zzgl. 3 mm Beschnitt allseitig



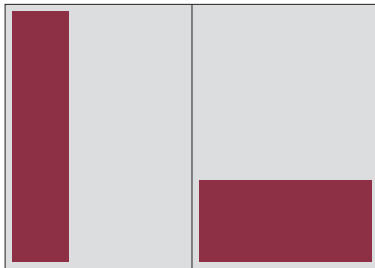
1/1 Seite
Satzspiegel: 182 x 262 mm
Anschnitt: 210 x 297 mm



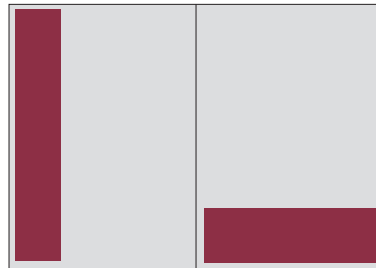
hoch **2/3 Seite** **quer**
 112 x 262 mm **Satzspiegel:** 182 x 164 mm
 130 x 297 mm **Anschnitt:** 210 x 190 mm



hoch **1/2 Seite** **quer**
 87 x 262 mm **Satzspiegel:** 182 x 128 mm
 105 x 297 mm **Anschnitt:** 210 x 148 mm



hoch **1/3 Seite** **quer**
 56 x 262 mm **Satzspiegel:** 182 x 87 mm
 70 x 297 mm **Anschnitt:** 210 x 99 mm



hoch **1/4 Seite** **quer**
 42 x 262 mm **Satzspiegel:** 182 x 60 mm
 56 x 297 mm **Anschnitt:** 210 x 74 mm

1 Beilagen (nicht rabattfähig):

Vor Auftragsannahme und -bestätigung ist die Vorlage eines verbindlichen Musters, notfalls eines Blindmusters mit Größen und Gewichtsangabe erforderlich. Beilagen müssen so gestaltet sein, dass sie als Werbung erkennbar sind und nicht mit dem Redaktionsstil verwechselt werden können. Die Platzierung von Beilagen ist abhängig von den technischen Möglichkeiten.

Benötigte Auflage: Druckauflage + 3% Zuschuss
Anliefertermin: 2 Wochen vor Erscheinen
siehe Termin- und Themenplan S. 6
Format: Maximal 200 x 295 mm
Versandanschrift: W. Kohlhammer Druckerei GmbH + Co.
Augsburger Straße 722
70329 Stuttgart (Obertürkheim)
Telefon 0711 3272-0
Liefervermerk: Für AMT, Ausgabe ...

Technische Daten:

Beilagen werden lose eingelegt. Sie müssen aus einem Stück und so beschaffen sein, dass eine zusätzliche Bearbeitung entfällt. Erschwernisse bei der Verarbeitung und zusätzliche Arbeiten werden gesondert in Rechnung gestellt.

Beilagen, die auf einem anderen Werkstoff als Papier gedruckt sind, können nur nach Vorlage eines verbindlichen Musters zur Prüfung der Möglichkeiten von Verarbeitung und Versand angenommen werden.

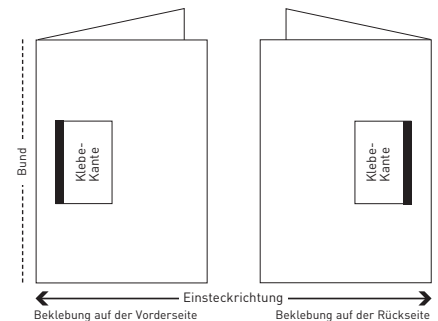
2 Aufgeklebte Werbemittel (nicht rabattfähig):

Aufgeklebte Werbemittel (Postkarten, Prospekte, Warenproben o. Ä.) auf Einheftern oder ganzseitigen Anzeigen müssen zusätzlich zum Träger und den Kosten für die technische Verarbeitung wie Beilagen berechnet werden. Vor Auftragsannahme und -bestätigung ist die Vorlage des Anzeigenmotivs mit aufgeklebtem Werbemittel erforderlich. Die Platzierung ist abhängig von den technischen Möglichkeiten.

Warenmuster können nur nach Vorlage eines verbindlichen Musters zur Prüfung der Möglichkeiten von Verarbeitung und Versand angenommen werden.

Technische Angaben:

Bei aufgeklebten Postkarten oder Warenmustern sollten die Klebekanten parallel zum Bund und zum Bund hin liegen.



MEDIADATEN

Formate und technische Angaben
Gültig ab 1.10.2013

2014

F



Benötigte Auflage: Druckauflage + 3% Zuschuss
Anliefertermin: 2 Wochen vor Erscheinen
Format: siehe Termin- und Themenplan S. 6
Versandanschrift: Maximal 200 x 295 mm
W. Kohlhammer Druckerei GmbH + Co.
Augsburger Straße 722
70329 Stuttgart (Obertürkheim)
Telefon 0711 3272-0
Liefervermerk: Für AMT, Ausgabe ...

1 Auflagenkontrolle



2 Auflagen-Analyse:

Exemplare pro Ausgabe im Jahres-
durchschnitt (1. Januar 2013 bis 30.
September 2013)

Druckauflage	12.820		
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	12.201	davon Ausland	110
Verkaufte Auflage	2.019	davon Ausland	100
Abonnierte Auflage	2.019		
Einzelverkauf	-		
Sonstiger Verkauf	-		
Freistücke	10.182		

3 Geographische Verbreitungs-Analyse

Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächlich Verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Inland	99,10	12.091
Ausland	0,90	110
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	100,00	12.201

1 Web-Adresse (URL): www.arzneimitteltherapie.de

2 Kurzcharakteristik:
Fundierte und aktuelle Arzneimittelinformation in print und online.

Der Internetauftritt der Zeitschrift "Arzneimitteltherapie" (AMT) bietet einen geschlossenen Bereich, der Abonnenten der Zeitschrift vorbehalten ist. Dort steht nach dem Einloggen die aktuelle Ausgabe der Zeitschrift in vollem Umfang zur Verfügung (Kurzcharakteristik zur Zeitschrift siehe S. 4). Zusätzlich kann auf die Ausgaben der letzten Jahre zugegriffen werden. Mit einer komfortablen Volltextsuche im Archiv ist eine gezielte Recherche der entsprechenden Beiträge möglich. Außerdem wird im geschlossenen Bereich die Teilnahme an der zertifizierten Fortbildung angeboten.

Im offenen Bereich des Portals stehen dem Nutzer die Titel und eine kurze Zusammenfassung der Hauptbeiträge des aktuellen Hefts sowie die Vorschau auf das kommende Heft zur Verfügung. Außerdem können wichtige Kongresstermine abgerufen werden.

3 Zielgruppe:
Chef- und Oberärzte in Kliniken und Krankenhausapothekenleiter; daneben Ärzte in der Klinik und niedergelassene Spezialisten, Apotheker in Krankenhaus und Offizin

4 Verlag: Wissenschaftliche Verlagsgesellschaft
Stuttgart
Telefon 0711 2582-0

Redaktionsleitung: Dr. Heike Oberpichler Schwenk
Telefon 0711 2582-234
E-Mail amt@wissenschaftliche-verlagsgesellschaft.de

Mediaberatung Online: Stefan Rapp
Telefon 0711 2582-288
Telefax 0711 2582-263
E-Mail srapp@wissenschaftliche-verlagsgesellschaft.de



1 Werbeformen und Preise:

Format	Breite x Höhe in Pixel	Preis für 4- wöchige Fest- platzierung im geschlossenen Bereich in €* 235,-	Preis für 4- wöchige Fest- platzierung auf dem Gesamt- auftritt in €* 410,-
Wallpaper light	728 x 90 + 160 x 600	235,-	410,-
Sticky Skyscraper	160 x 600	155,-	275,-
Wide Skyscraper	160 x 600	130,-	230,-
Super Banner	728 x 90	115,-	210,-

* Rx-Werbung nur im geschlossenen Bereich

2 Rabatte: –

3 Buchungszeitraum: Die Einschaltung der Werbemittel erfolgt zum gewünschten Kampagnenstarttermin ab 0:00 Uhr.

4 Zahlungsbedingungen:

Zahlbar innerhalb 30 Tagen nach Rechnungserhalt, bei Zahlung innerhalb 8 Tagen 2% Skonto.

Bankverbindung:

Landesbank BW Stuttgart

BLZ (Bankcode) 600 501 01 Konto-Nr. 2 029 845

BIC (Swift) SOLADEST • IBAN DE18 6005 0101 0002 0298 45

Postbank Stuttgart

BLZ (Bankcode) 600 100 70 Konto-Nr. 27 380 703

BIC (Swift) PBNKDEFF • IBAN DE60 6001 0070 0027 3807 03

Agenturprovision:

10%

Unsere allgemeinen Geschäftsbedingungen für Online-Werbung auf den Websites und Informationsdiensten der DAV Verlagsgruppe finden Sie im Internet unter:

www.wissenschaftliche-verlagsgesellschaft.de/media-onlineagb

MEDIADATEN

Website
Nutzungsdaten
Gültig ab 1.10.2013

2014

N



1 **Zugriffskontrolle:** –

- 2** **Nutzungsdaten:** Durchschnittliche monatliche Nutzungsdaten im Zeitraum vom 1. Januar 2013 bis 30. Juni 2013
Visits: 1.900
Page Impressions: 3.300, davon 1.000 im geschlossenen Bereich

MEDIADATEN

Website
Formate und technische Angaben
Gültig ab 1.10.2013

2014

F



- 1** **Dateiformate:** Die Dateien für Displays/Banner können in den Formaten GIF, JPEG, PNG, SWF und HTML angeliefert werden. Maximale Dateigröße: jeweils 80 KB.

- 2** **Lieferadresse:**
onlinedispo@deutscher-apotheker-verlag.de

- 3** **Lieferfrist:** 7 Tage vor dem vertraglich vereinbarten ersten Erscheinungstag

Mit diesen Vorlaufzeiten haben wir gemeinsam ausreichend Zeit, die Formate zu testen und eine sichere Auslieferung der Kampagne zu gewährleisten. Verzögerungen durch verspätete Anlieferungen gehen nicht zu unseren Lasten.

4 **Benötigte Informationen:**

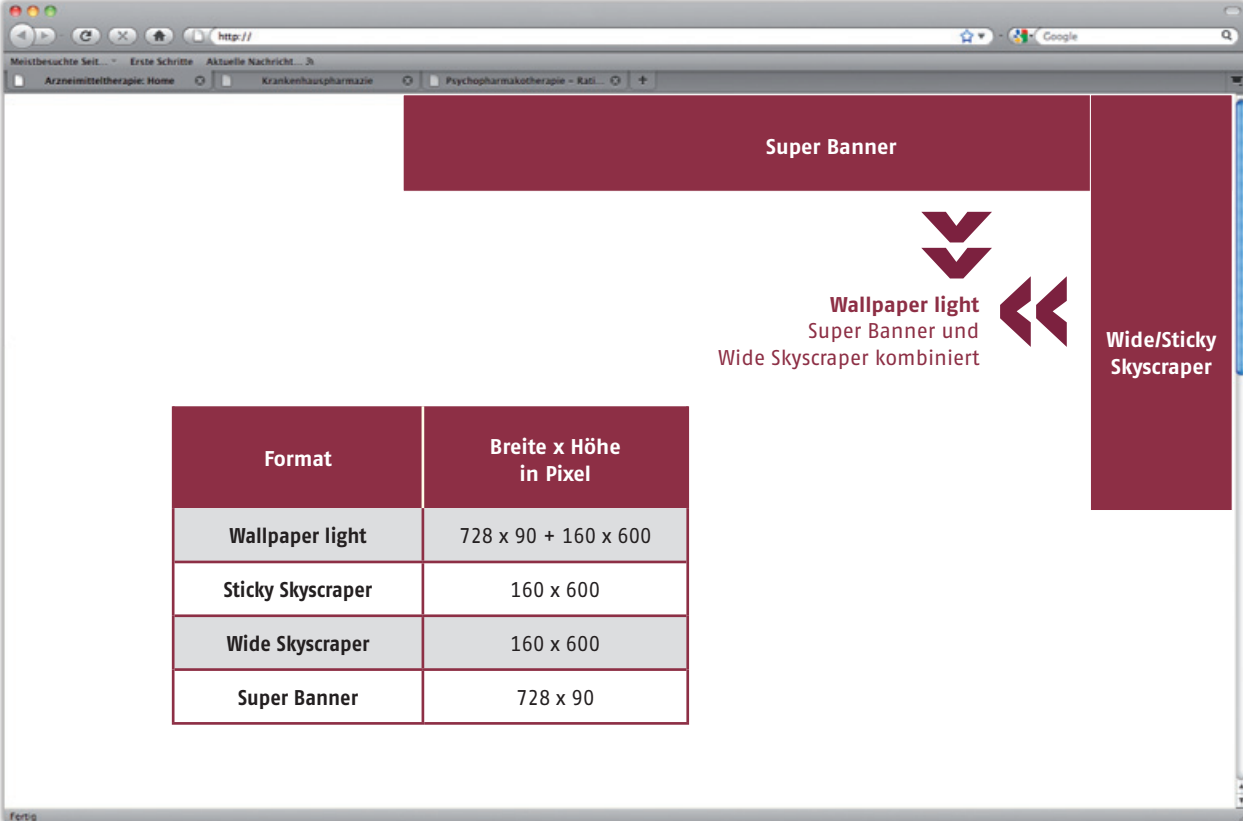
- Bei der Anlieferung benötigen wir die erforderlichen Meta-Informationen:
- Kundenname
 - Kampagnenname
 - Buchungszeitraum
 - Belegte Site
 - Werbeformat
 - Ansprechpartner für Rückfragen
 - Motivname (optional)
 - Klick-URL

Bei Flash-Werbemitteln:

- Angabe der Flashversion
- Information über Actionscrippte
- GIF oder JPG als Fallback im Format der gebuchten Werbeform für User, die kein Flash installiert haben
- Sniffer Code (falls vorhanden)

Flash-Werbemittel mit Audio-Wiedergabe müssen einen gut sichtbaren Button „Ton an/aus“, „Sound an/aus“ oder ein eindeutiges Symbol, wie z.B. einen Lautsprecher, aufweisen und dürfen ausschließlich mit „Ton aus“ starten. Erst durch eine eindeutige User-Aktion (Klick oder MouseOver) darf der Sound aktiviert werden. Darüber hinaus muss jederzeit die Möglichkeit bestehen, den Sound durch einen Klick bzw. MouseOut zu deaktivieren.

- 5 Reporting:** Sie erhalten auf Wunsch eine Auswertung der Ad Impressions und Ad Clicks.



Super Banner

Wallpaper light
Super Banner und
Wide Skyscraper kombiniert

Wide/Sticky
Skyscraper

Format	Breite x Höhe in Pixel
Wallpaper light	728 x 90 + 160 x 600
Sticky Skyscraper	160 x 600
Wide Skyscraper	160 x 600
Super Banner	728 x 90