

Preisliste Nr. 8

Gültig ab 01.01.2012



Inhalt

- 02.....Titelporträt
- 04..... Anzeigenformate
- 05..... Advertorials
- 06..... Grundpreise und Rabatte
- 07..... Termine
- 08..... Beispielanzeigen
- 10..... Themenplan
- 14..... Verlagsangaben
- 16..... Ad Specials
- 18..... AGBs



Weitere Informationen finden Sie unter <http://www.vivesco.de>



Journalistische Kompetenz lockt Leser

In der Redaktion von **vive** arbeiten gestandene Redakteure und Journalisten. Der Erfahrungsschatz aus den Redaktionen hilft der **vive**-Redaktion bei der Umsetzung, Wiedergabe und Illustration modernster und aktuellster wissenschaftlicher Themen. Zudem wird Hand in Hand mit Ärzten, Apothekern und Experten anderer Fakultäten reger Austausch betrieben. Das garantiert: Gesundheits-Aufklärung von **höchster journalistischer Qualität!**

Die Kompetenz der Zeitschrift ist Grund dafür, dass die Apotheken **vive** als das „Aushängeschild ihrer Apotheke“ sehen und ihm voll vertrauen – **vive schafft es einfach, die Leser und somit die Kunden der Apotheken inhaltlich zu binden.**

vive erscheint **zweimal pro Monat** (zum 1.ten und 15.ten) und ist in den **vivesco**-Apotheken in einer Gesamtauflage von **160.000 Exemplaren** erhältlich.

vivesco Apotheken – flächendeckende nationale Präsenz
(Gesamt 1.100 Apotheken/Stand August 2010)



Aufteilung nach PLZ:

00000 – 09999	71
10000 – 19999	72
20000 – 29999	64
30000 – 39999	143
40000 – 49999	47
50000 – 59999	76
60000 – 69999	174
70000 – 79999	154
80000 – 89999	153
90000 – 99999	146

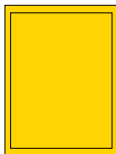
Rund: 1.100

4 Anzeigenformate

Beschnittzugabe bei angeschnittenen Formaten an allen Seiten je 5 mm

S: Satzspiegelformat

A: angeschnittenes Format



1/1 Seite
S: 162 x 229 mm
A: 190 x 260 mm



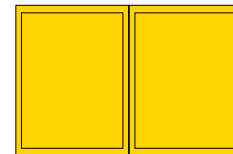
1/1 Seite
S: 162 x 229 mm
A: 190 x 260 mm



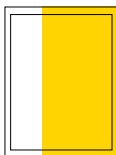
1/1 Seite
S: 162 x 229 mm
A: 190 x 260 mm



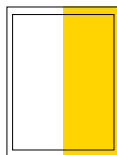
1/1 Seite
S: 162 x 229 mm
A: 190 x 260 mm



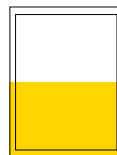
2/1 Seite
S: 352 x 229 mm
A: 380 x 260 mm



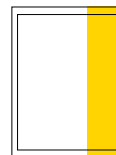
2/3 Seite
S: 106 x 229 mm
A: 119 x 260 mm



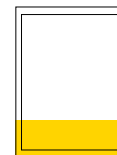
1/2 Seite hoch
S: 79 x 229 mm
A: 92 x 260 mm



1/2 Seite quer
S: 162 x 114 mm
A: 190 x 130 mm



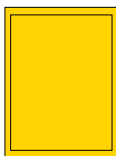
1/3 Seite hoch
S: 51 x 229 mm
A: 64 x 260 mm



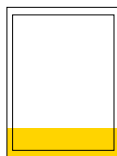
1/3 Seite quer
S: 162 x 76 mm
A: 190 x 86 mm

vive WISSEN

1/1 Seite plus Rubrikensponso-
ring auf 7 Seiten

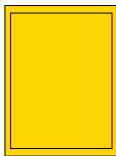


1/1 Seite
S: 162 x 229 mm
A: 190 x 260 mm

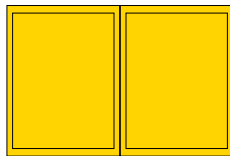


1/16 Seite
S: 162 x 10 mm
A: 190 x 20 mm

Advertorial



1/1 Seite
S: 162 x 229 mm
A: 190 x 260 mm



2/1 Seite
S: 352 x 229 mm
A: 380 x 260 mm

Für Unternehmen, deren Kommunikationsbedürfnis über das Volumen einer normalen Anzeige hinaus geht, bietet vive eine besondere Werbeform an: das Advertorial. Dieses Format hat einen redaktionellen Charakter und sollte – im Gegensatz zur klassischen Anzeige – annähernd den Gestaltungsrichtlinien des Magazins vive unterliegen. Es bietet Ihnen die Möglichkeit, Ihre Inhalte redaktionell aufbereitet einer großen und gebildeten Leserschaft zu präsentieren. Im Preis für dieses Format ist die grafische Erstellung Ihres Advertorials durch den Verlag enthalten.

Mehrfarb-Anzeigen

1/1 Seite	4.600,-
2/1 Seite	9.000,-
1/3 Seite	1.800,-
1/2 Seite	2.600,-
2/3 Seite	3.400,-
Umschlagseite 2	4.900,-
Umschlagseite 3	4.900,-
Umschlagseite 4	5.200,-
vive Wissen	9.900,-
Advertorial 1/1	4.900,-
Advertorial 2/1	9.500,-
Produkttable	1.250,- (nur für PHARMA-Kunden erhältlich)

Nachlässe

Mengenstaffel

ab 3 Seiten	10 %
ab 6 Seiten	15 %
ab 12 Seiten	20 %

Malstaffel

ab 3 Anzeigen	5 %
ab 6 Anzeigen	10 %
ab 12 Anzeigen	15 %

Angeschnittene Formate/Satzspiegelüberschreitung:

Formate siehe Seite 3. Es werden keine Zuschläge berechnet.

Festplatzierungen/Vorzugsplatzierungen:

Vorab getätigte Reservierungen müssen innerhalb eines jeweils schriftlich fixierten Zeitraums fest gebucht werden.

Wird dieser vorgegebene Zeitraum nicht eingehalten, verfällt die Reservierung automatisch. Sollte während der festgesetzten Frist eine Festbuchung eines anderen Kunden erfolgen, behält sich der Verlag vor, eine kurzfristige Entscheidung zu verlangen.

07 Termine



Heft	Kalenderwoche	Erscheinungstermin	Anzeigenschluss und Rücktrittstermin	Letzter Liefertermin der Druckunterlagen
01/2012	52	01.01.2012	15.11.2011	22.11.2011
02/2012	2	15.01.2012	01.12.2011	08.12.2011
03/2012	5	01.02.2012	15.12.2011	22.12.2011
04/2012	7	15.02.2012	30.12.2011	06.01.2012
05/2012	9	01.03.2012	13.01.2012	20.01.2012
06/2012	11	15.03.2012	01.02.2012	08.02.2012
07/2012	13	01.04.2012	15.02.2012	22.02.2012
08/2012	15	15.04.2012	01.03.2012	08.03.2012
09/2012	18	01.05.2012	15.03.2012	22.03.2012
10/2012	20	15.05.2012	30.03.2012	05.04.2012
11/2012	22	01.06.2012	13.04.2012	20.04.2012
12/2012	24	15.06.2012	02.05.2012	09.05.2012
13/2012	26	01.07.2012	15.05.2012	22.05.2012
14/2012	28	15.07.2012	01.06.2012	08.06.2012
15/2012	31	01.08.2012	15.06.2012	22.06.2012
16/2012	33	15.08.2012	29.06.2012	06.07.2012
17/2012	35	01.09.2012	13.07.2012	20.07.2012
18/2012	37	15.09.2012	01.08.2012	08.08.2012
19/2012	40	01.10.2012	15.08.2012	22.08.2012
20/2012	42	15.10.2012	31.08.2012	07.09.2012
21/2012	44	01.11.2012	14.09.2012	21.09.2012
22/2012	46	15.11.2012	01.10.2012	08.10.2012
23/2012	48	01.12.2012	15.10.2012	22.10.2012
24/2012	50	15.12.2012	31.10.2012	07.11.2012



GeloMyrtol forte

Kopf dicht? Nase zu? Husten?

Zink ist wichtig! für gesunde Haut für ein stabiles Immunsystem

Anzeige 1/1




Gesund erholen

KLENK *Über 55 Jahre*

Das Leben genießen mit dem Kopf am Fluss

Wie Gesundheits

Anzeige 2/3 hoch



Gesund werden

Otriven

Wie oft müssen wir die Zahnpflege?

Für Sie nachgefragt

O... wie Otriven

Anzeige 1/3 quer



Gesund werden

Guter Rat von Ihrem Apotheker

Verfüht zum Raschenschneig

Entspannt im Leben stehen

Anzeige 1/2 quer



NEU

Gesund werden

3-fach wirksam - einfach genial!

Verfüht zum Raschenschneig

Mucosolone

Anzeige 1/2 hoch



Gesund werden

Influflex

Die homöopathische Infekt-Abwehr

10.000

Zink ist wichtig! für gesunde Haut für ein stabiles Immunsystem

Anzeige 1/3 hoch



Advertorial 1/1



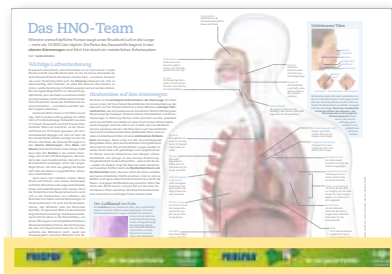
Advertorial 2/1



Produkttable



vive Wissen



Rubrikensponsoring

10 Themenplan



Ausgabe	Titelthema	vive Wissen	Gesund aussehen/Gesund bleiben	Anzeigenumfelder für z. B.
01/2012 ET: 01.01.12	So starten Sie gesund ins neue Jahr	Impfungen – alles frisch?	Gesund aussehen: Tagespflege für Sie und Ihn Gesund bleiben: Familie – Immunsystem und Abwehrkräfte	Abwehrkräfte, Aroniabeere, Erkältungsmittel, Husten, Schnupfen, Halsschmerzen, Fieber, Fieberthermometer, Erkältungsbäder, Aromaöle, Arzneitees, Schüßler-Salze, NEM, Gesichtspflege, Nikotinersatz, Abnehmen, Sportverletzungen, Muskel- und Gelenksalben, Sonnenschutz für Wintersport, Hautpflege für trockene Haut, Bauchschmerzen /-krämpfe
02/2012 ET: 15.01.12	Erkältungen	Knochen und Gelenke, Teil I: Arthrose	Gesund aussehen Augenpflege Gesund bleiben Senioren – Nagelpilz	Abwehrkräfte, Aroniabeere, Erkältungsmittel, Husten, Schnupfen, Halsschmerzen, Fieber, Fieberthermometer, Ohrenschmerzen, Erkältungsbäder, Aromaöle, Arzneitees, Schüßler-Salze, Dampfbäder, Inhalationen, Meersalz, Nasendusche, NEM, Arthrosemittel, Muskel- und Gelenksalben, Schmerzmittel, Augenpflege-Produkte, dekorative Kosmetik, Nagelpilz-Präparate, Desinfektion, Kontaktlinsenpflege, Neurodermitis, Verhütung
03/2012 ET: 01.02.12	Wie Freunde unser Leben verlängern (Valentinstags-Geschenke)	Knochen und Gelenke, Teil II: Rheuma	Gesund aussehen Strahlende Zähne Gesund bleiben Migräne	Geschenke aus der Apotheke, Rheumasalben, Schmerzmittel, Wärmepflaster, Zahncreme, Zahnseide, Zahnbürsten, Mundspüllösung, Kopfschmerzen, Wellnessprodukte, Tees aus der Apotheke, Wundversorgung
04/2012 ET: 15.02.12	Gesunde und ausgewogene Ernährung	Gehirn, Teil I: Aufbau und Leistung, Gehirnjogging, Förderung der Gehirndurchblutung	Gesund aussehen Das hilft gegen brüchiges Haar und Schuppen Gesund bleiben Erkältung behandeln mit sanfter Medizin	NEM, gesunde Süßigkeiten, Verdauung, Ginkgo, Ginseng, Omega-3, Shampoos, Haarpflege, Arzneitees, Erkältungsbäder, Meersalz, Nasendusche, pflanzliche Erkältungspräparate, Homöopathie, Schüßler-Salze, Inhalationen, Desinfektionsmittel
05/2012 ET: 01.03.12	Ernährung in der Schwangerschaft und im Alter	Gehirn, Teil II: Schlaganfall, Demenz	Gesund aussehen Fußpflege Gesund bleiben Zecken	NEM, Folsäure, Blutverdünnung, Gefäßverkalkung, Fußpflege, Mittel gegen Hornhaut und Hühneraugen, Zeckenschutz, Zeckenzange, gesunde Süßigkeiten, Cellulite
06/2012 ET: 15.03.12	Die besten Unternehmungen mit der Familie	Sinnesorgane, Teil I: Sehen	Gesund aussehen Haarentfernung und After-Shave-Pflege Gesund bleiben Frühjahrmüdigkeit und Biorhythmus	Wundversorgung, Sportverletzungen, Insektenschutz, trockenes Auge, Bindehautentzündung, Enthaarungsmittel, Hautpflege, Körperpflege, NEM, Herz-Kreislauf-Mittel, Tees aus der Apotheke, After-Shave-Produkte

11 Themenplan



Ausgabe	Titelthema	vive Wissen	Gesund aussehen/Gesund bleiben	Anzeigenumfelder für z. B.
07/2012 ET: 01.04.12	Nix wie raus – darauf dürfen Sie sich im Frühling freuen und darauf sollten Sie sich einrichten	Sinnesorgane, Teil II: Riechen und Schmecken	Gesund aussehen Pediküre und Maniküre Gesund bleiben Senioren – Vergesslichkeit	Sonnenschutz, Insektenstiche, Zeckenschutz, Wundversorgung, Sportverletzungen, Sinusitis, Meersalz, Nasendusche, Mund- und Zahnpflege, Mundschleimhautentzündung, Fußpflege, Handcremes, Ginkgo, Ginseng
08/2012 ET: 15.04.12	Heuschnupfen und Allergien	Sinnesorgane, Teil III: Hören und Fühlen	Gesund aussehen Haarausfall Gesund bleiben Senioren – Inkontinenz	Heuschnupfenmittel, Antiallergika, Homöopathie, Schüßler-Salze, Ohrentropfen, Ohrenschmalzentfernung, Haarshampoos, Tinkturen gegen Haarausfall, NEM, Inkontinenzslips und -einlagen, pflanzliche Präparate zur Stärkung der Blasenfunktion, Sonnenschutz, Muskel- u. Gelenksalbe
09/2012 ET: 01.05.12	So überwinden Sie Ihren inneren Schweinehund	Vorsorgeuntersuchungen, Teil I : Check-up für die Frau	Gesund aussehen Gesund und dauerhaft abnehmen Gesund bleiben Bluthochdruck	Johanniskraut, NEM, Selbsttests aus der Apotheke, Blutdruckmessgeräte, Abnehmen, Eiweißpräparate, Geschenke aus der Apotheke
10/2012 ET: 15.05.12	Die beliebtesten Sportarten für Jung und Alt	Vorsorgeuntersuchungen, Teil II: Check-up für den Mann	Gesund aussehen Naturkosmetik Gesund bleiben Raucherentwöhnung	Sportverletzungen (Schmerzsalben, Pflaster und Verbandstoffe, Kältepack etc.), Selbsttests aus der Apotheke, Blutdruckmessgeräte, pflanzliche Haut- und Körperpflegeprodukte, Nikotinersatz, gesunde Süßigkeiten
11/2012 ET: 01.06.12	Der große Trinkguide	Das Herz, Teil I: Herzinsuffizienz	Gesund aussehen Beauty-Food: Das schmeckt auch Ihrer Haut Gesund bleiben Familie – checken Sie Ihre Reiseapotheke	Tees und Säfte aus der Apotheke, Herzstärkung, NEM, Reiseapotheke, Desinfektionsmittel, Insekten- und Zeckenschutz, Sonnenschutz, Sonnenbrand, Pflaster, Verbandstoffe, Schmerzmittel, Magen-Darm-Präparate, Elektrolytlösungen, Augentropfen, Ohrentropfen, Reisesrümpfe
12/2012 ET: 15.06.12	Endlich Sonne satt	Das Herz, Teil II: Herzrhythmusstörungen	Gesund aussehen Alles gegen Hornhaut, Hühneraugen & Co. Gesund bleiben Frau – Blasenentzündung	Sonnenschutz, Après-Sun, Sonnenbrand, Haarpflege im Sommer, Fußpflege, Produkte gegen Hornhaut, Hühneraugen und Warzen, Blasen- und Nierentees, pflanzliche Präparate gegen Blasenentzündung

12 Themenplan



Ausgabe	Titelthema	vive Wissen	Gesund aussehen/Gesund bleiben	Anzeigenumfelder für z. B.
13/2012 ET: 01.07.12	Urlaub mit der ganzen Familie	Diabetes, Teil I: Typ-1-Diabetes	Gesund aussehen Hautpflege nach dem Duschen Gesund bleiben Fußpilz	Reiseapotheke, Desinfektionsmittel, Insekten- und Zeckenschutz, Sonnenschutz, Sonnenbrand, Pflaster, Verbandstoffe, Wund- und Heilsalbe, Schmerzmittel, Magen-Darm-Präparate, Elektrolytlösungen, Augentropfen, Ohrentropfen, Reiseschrumpfer, Diabetes, Blutzuckermessgeräte und Teststreifen, Körperpflege, Fußpilz, Desinfektion
14/2012 ET: 15.07.12	Tipps und Rezepte für Ihre Grillparty	Diabetes, Teil II: Typ-2-Diabetes	Gesund aussehen Lippenpflege und Herpes Gesund bleiben Durchfall	Sonnenschutz, Sonnenbrand, Insekten- und Zeckenschutz, Verdauung, Diabetes, Blutzuckermessgeräte und Teststreifen, Lippenpflege, dekorative Kosmetik, chemische und pflanzliche Präparate gegen Lippenherpes, Mittel gegen Durchfall, Elektrolytlösungen
15/2012 ET: 01.08.12	Kinderkrankheiten	Organe, Teil I: Leber und Galle	Gesund aussehen Après Sun – Pflege nach dem Sonnenbad Gesund bleiben Senioren – Tipps für die Pflege Ihrer „Dritten“	Fieberthermometer, Fiebermittel, Schmerzmittel für Kinder, ADHS, Verdauung, Artischocke, Haut- und Körperpflege, Après-Sun-Produkte, Sonnenbrand, Haarpflege, Mundspüllösungen, Reinigungsprodukte für die „Dritten“, Präparate gegen Druckstellen im Mund, Tees aus der Apotheke
16/2012 ET: 15.08.12	Warum Haustiere gut für die Entwicklung Ihrer Kinder sind	Organe, Teil II: Niere und Harnwege, Prostata	Gesund aussehen Tipps gegen müde Augen, unreine Haut und stumpfes Haar Gesund bleiben Familie – Kopfläuse	Tiergesundheit, Blasen- und Nierentees, pflanzliche Prostatamittel, dekorative Kosmetik, Haar-, Haut- und Augenpflegeprodukte, Läusemittel, Wechseljahre
17/2012 ET: 01.09.12	Familienbande: Was die Beziehung zwischen den Generationen ausmacht	Vitalstoffe, Teil I: Vitamine	Gesund aussehen Peelings für Gesicht und Körper Gesund bleiben Arznei- und Wellnessstees aus der Apotheke	Spiele, Vitamine, Hautpflege, Peeling-Produkte, Tees aus der Apotheke, Schilddrüse
18/2012 ET: 15.09.12	Bewegung im Alltag	Vitalstoffe, Teil II: Mineralstoffe und Spurenelemente	Gesund aussehen Karies und Parodontitis Gesund bleiben Familie – Akutfall Magen-Darm	Sportverletzungen, Magnesium, Calcium, Eisen, Zink etc., Zahncreme, Zahnseide, Zahnbürste, Mundspüllösung, Sodbrennen, Völlegefühl, Blähungen, Verstopfung, Durchfall

13 Themenplan



Ausgabe	Titelthema	vive Wissen	Gesund aussehen/Gesund bleiben	Anzeigenumfelder für z. B.
19/2012 ET: 01.10.12	Der große Hausapotheken-Check	Viren und Bakterien	Gesund aussehen Anti-Aging – Hautpflege Gesund bleiben Muskel- und Gelenkbeschwerden	Hausapotheke, Schmerzmittel, Fieberthermometer, Magen-Darm, Ohrentropfen, Erkältungsmittel, Pflaster, Verbandstoffe, Wund- und Heilsalbe, Desinfektion, Abwehrkräfte, Anti-Aging-Pflegeprodukte, Muskel- und Gelenksalben, Wärmepflaster, NEM
20/2012 ET: 15.10.12	So trotzen Sie der finsternen Jahreszeit	Atemwegserkrankungen, Teil I: Bronchitis	Gesund aussehen Intimpflege und -hygiene Gesund bleiben Stress – wie Sie auf das Alarmsignal des Körpers richtig reagieren (inklusive Burnout- Prophylaxe)	Johanniskraut, Homöopathie, Schüßler-Salze, Abwehrkräfte, Hustenmittel, Bronchitis, Arzneitees, Intimwaschlotionen, Antistressmittel, NEM, pflanzliche Beruhigungsmittel, Osteoporose
21/2012 ET: 01.11.12	So werden Sie mit Erkältungen schneller fertig	Atemwegserkrankungen, Teil II: Asthma	Gesund aussehen Pflege für trockene Haut Gesund bleiben Schnarchen	Abwehrkräfte, Aroniabeere, Husten, Schnupfen, Halsschmerzen, Fieber, Fieberthermometer, Erkältungsbäder, Aromaöle, Arzneitees, Homöopathie, Schüßler-Salze, NEM, Pflegeprodukte für trockene Haut, mechanische und chemische Mittel gegen Schnarchen, Ohrstöpsel
22/2012 ET: 15.11.12	Das leisten unsere Abwehrkräfte	Schmerz, Teil I: Kopfschmerzen	Gesund aussehen Dekorative Kosmetik Gesund bleiben Familie – Sicherheit im Haus (So beugen Sie Unfällen vor; Hausapotheke)	Abwehrkräfte, Aroniabeere, NEM, Homöopathie, Schüßler-Salze, Kopfschmerzen, dekorative Kosmetik, Hausapotheke, Schmerzmittel, Fieberthermometer, Magen-Darm, Ohrentropfen, Erkältungsmittel, Pflaster, Verbandstoffe, Wund- und Heilsalbe, Desinfektion, Medikamentenbox, Menstruationsbeschwerden
23/2012 ET: 01.12.12	So werden die Weihnachtsfeiertage ein unvergessliches Erlebnis	Schmerz, Teil II: Rückenschmerzen	Gesund aussehen Q10, Vitamin E & Co. – was steckt in guter Tagespflege? Gesund bleiben Frau – Vaginalinfektionen	Geschenke aus der Apotheke, Magen-Darm, Sodbrennen, Völlegefühl, Muskel- und Gelenksalben, Wärmepflaster, Schmerzmittel, Gesichtspflege für den Tag, Intimpflege, Vaginalpilz, Warzenmittel
24/2012 ET: 15.12.12	So wird die Silvesternacht ein Knaller ohne Reue	Medikamente: Arzneimittelklassen und ihre Wirkung	Gesund aussehen Kosmetiktipp für Partys und stilvolle Feiertage Gesund bleiben Hygiene und Prophylaxe – richtig Händewaschen	Magen-Darm, Sodbrennen, dekorative Kosmetik, Haut- und Körperpflegeprodukte, Desinfektion, Seifen, Cholesterinsenker

Verlag Keppler Medien Frankfurt GmbH
Postanschrift Borsigstraße 1- 3
63150 Heusenstamm

Anzeigen **Anzeigenleitung**
Reinald Korte
Telefon +49 6104 606-114
E-Mail r.korte@kepplermediengruppe.de

Anzeigenabteilung
Sabrina Gosdschan
Telefon +49 6104 606-112
E-Mail s.gosdschan@kepplermediengruppe.de

Andreas Kotte
Telefon +49 6104 606-425
E-Mail a.kotte@kepplermediengruppe.de

Anzeigenverkauf PHARMA Zentraleinkauf ANZAG
Telefon +49 69 79203 – 303 oder – 328
Fax +49 69 79203 – 261
E-Mail vive@anzag.de

Anzeigenverkauf NON-PHARMA General Account Manager:
Pharma Marketing Services, Klaus Graef
Telefon 07195 584530
E-Mail k-graef@t-online.de

Anzeigenverkauf Nielsen I
Medien-Vermarktung, Dirk Struwe
Telefon 040 280580-60
E-Mail info@struwe-media.de

Anzeigenverkauf Nielsen II
Curio + Keil GmbH
Michael Keil, Andreas Keil
Telefon 0211 99953-0
E-Mail info@tz-finder.de

Anzeigenverkauf Nielsen IIIa
QM QuadroMedia GmbH
Telefon 069 530908-0
E-Mail frankfurt@quadromedia.eu

Anzeigenverkauf Nielsen IIIb + IV
Spots Media GmbH
Barbara Spielmann
Telefon 089 155096
E-Mail team@spots-media.de

Anzeigenverkauf Nielsen V, VI + VII
media am südstern
Katja Herbst
Telefon 030 61286600
E-Mail kh@media-am-suedstern.de

Vorgaben zur Datenanlieferung

- standardisiertes composite PDF (CMYK/Offset-Standard)
- Beschnitt von mindestens 3 mm
- Beschnittmarken, Abstand 3 mm vom Endformat
- alle Schriften komplett eingebettet
- bereits richtig definiertes Überdrucken/Aussparen zweimal pro Monat (zum 1.ten und 15.ten)

Erscheinungsweise

Druckauflage

160.000 Exemplare

Distribution

Auslage in vivesco Apotheken

Agenturprovision

15 %

PZ-Nummer

588 524

Zahlungsbedingungen

Rechnungen sind am Erstverkaufstag der Ausgabe fällig, in der die Anzeige erscheint. Bei besonderer Vereinbarung spätestens 30 Tage nach dem Erscheinungstag. Bankeinzugsverfahren ist möglich. Bei Überschreitung des Zahlungsziels werden die weiteren offenstehenden Rechnungen sofort fällig, unabhängig von den früher gewährten Zahlungszielen. Verzugszinsen lt. Ziffer 16 der Allgemeinen Geschäftsbedingungen werden in Höhe der banküblichen Zinsen für Dispositionskredite berechnet.

Geschäftsbedingungen

Für die Abwicklung von Aufträgen gelten die Zahlungs- und Geschäftsbedingungen, Aufgrund steuerlicher Vorschriften bitten wir bei Auftragserteilung um Angabe der **Steuernummer** und/oder **Umsatzsteuer-ID**.

	Beilagen	Beikleber	Beihefter
Formate	auf Anfrage	auf Anfrage	auf Anfrage
Papiergewicht	auf Anfrage	auf Anfrage	auf Anfrage
Technische Hinweise	<p>Beilagen werden maschinell in das Heft eingefügt. Sie müssen deshalb aus einem Teil bestehen oder durch Umschlag, Heftung oder Klebung so zusammengehalten werden, dass sie als ein Teil verarbeitet werden können. Wenn Beilagen eine angeklebte Postkarte enthalten, muss diese seitlich am geschlossenen Rand der Beilagen angeklebt sein, damit sie sich bei der maschinellen Verarbeitung nicht lösen kann. Beilagen werden mit der geschlossenen Seite parallel zum Rücken der Zeitschrift eingelegt. Eine bestimmte Platzierung kann nicht zugesagt werden. Zickzack gefaltete Beilagen können auf der Einsteckmaschine nicht verarbeitet werden.</p>	<p>Die Platzierung der Basisanzeige und der Stand des Beiklebers bedürfen der Absprache mit der Anzeigenabteilung. Stand des Beiklebers zwischen 10 und 35 mm vom Bund entfernt. Mindestabstand vom Kopf- oder Fußbeschnitt 10 bis 40 mm. Das Produkt muss parallel zum Heftrand geschlossen sein. Standabweichungen +/- 3 mm müssen toleriert werden.</p>	<p>Beihefter, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht als Werbung erkennbar sind, müssen aus presserechtlichen Gründen mit dem Wort „ANZEIGE“ gekennzeichnet werden (mindestens in 8 Punkt Versalien). Die Überprüfung erfolgt anhand eines Musters in der Anzeigenabteilung.</p>
	Bei evtl. auftretenden Verarbeitungsschwierigkeiten hat die Fertigstellung der Auflage Vorrang gegenüber der Belegung.		
Anlieferung	auf Anfrage	auf Anfrage	auf Anfrage

Auftrags-/Rücktrittstermin	Disposition so früh wie möglich erbeten. Reservierungen sind für 4 Wochen möglich, danach bzw. zum Auftragschlussstermin, hat ein Auftrag Vorrang. Die Vorlage eines Musters (5-fach) ist bei der Auftragserteilung erwünscht, muss aber spätestens 10 Tage nach Anzeigenschluss erfolgen. Der Auftrag wird für den Verlag erst nach Vorlage eines Musters und dessen Billigung verbindlich.					
Belegung	Gesamtauflage oder Teilbelegung möglich. Mindestbelegung: 50.000 Exemplare					
	Die zu belegende Auflage unterliegt Schwankungen, deshalb muss die tatsächlich benötigte Ad-Special-Menge bei Auftragserteilung abgestimmt werden.					
Definition	Beilagen sind verarbeitungsfertig angelieferte Produkte, die der Zeitschrift lose beigelegt werden.	Beikleber sind verarbeitungsfertig angelieferte Produkte, die auf eine Trägeranzeige aufgeklebt werden und durch Interessenten abgelöst werden können.	Beihefter sind fest in die Zeitschrift integrierte Drucksachen/ Prospekte eines Werbenden. Sie können verarbeitungsfertig vom Auftraggeber angeliefert oder auf Anfrage durch uns hergestellt werden.			
Preis je 0/00 (in Euro) ohne Nachlässe	bis 14 g 100,- bis 24 g 120,- bis 34 g 140,-	Postkarte Booklet bis 14 g 60,- bis 14 g 80,- bis 24 g 70,- bis 24 g 90,-	4-seitig 100,- 6-seitig 130,- 8-seitig 160,-			
Warenprobe	Warenproben können nur an bestimmten Stellen im Magazin verarbeitet werden. Voraussetzung dafür ist die Buchung einer 1/1 Anzeigenseite auf die die Warenprobe aufgespendet wird.		Beispiel Warenprobenbestückung bei einer Auflage von 100.000 Ex., Gewicht bis 24 g Alle weiteren Warenproben auf Anfrage	Preis 1/1 Anzeige 4.600,- p.0/00 Ex. 90,- 9.000,- gesamt: 13.600,-		

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen und Fremdbeilagen

Die nachstehenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen kommen zur Anwendung im Anzeigen- und Fremdbeilagengeschäft. Abweichende Vereinbarungen (auch durch AGB) bedürfen einer gesonderten, beidseitigen und schriftlichen Vereinbarung.

Ziffer 1 „Anzeigenauftrag“ im Sinn der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag (auch mündlich bzw. fernmündlich geschlossen) über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen oder anderer Werbemittel eines Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten in einer Druckschrift zum Zweck der Verbreitung.

Ziffer 2 Anzeigen sind im Zweifel zur Veröffentlichung innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzurufen. Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen eingeräumt, so ist der Auftrag im Zweifel innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln, sofern die erste Anzeige innerhalb der in Satz 1 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht wird. Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in den Sätzen 1 und 2 genannten Fristen auch über die im Auftrag genannte Anzeigenmenge hinaus weitere Anzeigen abzurufen.

Ziffer 3 Die Anzeigenpreise ergeben sich aus der bei Vertragsschluss gültigen Anzeigenpreisliste des Verlags. Ändert sich der Anzeigentarif nach Vertragsschluss, ist der Verlag berechtigt, den Preis nach der zum Zeitpunkt der Veröffentlichung gültigen Preisliste zu berechnen; dies gilt nicht im Geschäftsverkehr mit Nicht-kauleuten, sofern zwischen dem Vertragsschluss und dem Zeitpunkt der Veröffentlichung nicht mehr als vier Monate vergangen sind.

Ziffer 4 Wird ein Auftrag aus Umständen nicht vollständig 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 Verlags beruht.

Ziffer 5 Aufträge für Anzeigen, Fremdbeilagen und andere Werbemittel, die auf Grund besonderer Vereinbarung ausschließlich in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig beim Verlag eingehen, dass dem Auftraggeber noch vor Anzeigenschluss mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht auszuführen ist. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.

Ziffer 6 Anzeigen, die auf Grund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.

Ziffer 7 Eine Stornierung einmal erteilter Anzeigenaufträge ist nur bis 12:00 Uhr mittags am Anzeigenschlussstermin möglich. Der Verlag behält sich ohne Anerkennung einer Rechtspflicht vor, Anzeigenaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – und Beilagenaufträge wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Verlages abzulehnen, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder deren Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist. Dies gilt auch für Aufträge, die bei Vertretern aufgegeben werden. Werbemittel, die Werbung Dritter oder für Dritte enthalten (Verbundwerbung), bedürfen in jedem Einzelfall der vorherigen schriftlichen Annahmeerklärung des Verlages. Diese berechtigt den Verlag zur Erhebung eines Verbundauf-

schlages. Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Modells der Beilage und deren Billigung bindend. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

Ziffer 8 Für die rechtzeitige Lieferung einwandfreier, den Vorgaben des Verlages entsprechender Druckunterlagen, Fremdbeilagen oder anderer Werbemittel ist allein der Auftraggeber verantwortlich. Der Verlag gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. Können Mängel an den Druckunterlagen nicht sofort erkannt werden, sondern stellen sie sich erst beim Druck heraus, so hat der Auftraggeber bei ungenügendem Abdruck keine Ansprüche.

Ziffer 9 Für Fehler aus telefonischer Übermittlung jeder Art übernimmt der Verlag keine Haftung.

Ziffer 10 Entspricht die Veröffentlichung der Anzeige nicht der vertraglich geschuldeten Beschaffenheit bzw. Leistung, so hat der Auftraggeber Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige bzw. Ersatzveröffentlichung des anderen Werbemittels nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Der Verlag hat das Recht, eine Ersatzanzeige bzw. Ersatzveröffentlichung zu verweigern, wenn der Aufwand hierzu nach Treu und Glauben in einem groben Missverhältnis zu dem Leistungsinteresse des Auftraggebers steht oder diese dem Verlag nur mit unverhältnismäßigen Kosten möglich wäre. Lässt der Verlag eine ihm hierfür gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages, sofern die Mängel nicht unwesentlich sind.

Ziffer 11 Der Verlag haftet für sämtliche Schäden, gleich ob aus vertraglicher Pflichtverletzung oder aus unerlaubter Handlung nach Maßgabe der folgenden Bestimmungen: Bei grober Fahrlässigkeit beschränkt sich die Haftung im kaufmännischen Verkehr auf den Ersatz des typischen vorhersehbaren Schadens; diese Beschränkung gilt nicht, soweit der Schaden durch gesetzliche Vertreter oder leitende Angestellte des Verlages verursacht wurde. Bei einfacher Fahrlässigkeit haftet der Verlag nur, wenn eine wesentliche Vertragspflicht verletzt wurde. In solchen Fällen ist die Haftung auf den typischen vorhersehbaren Schaden beschränkt. Bei Ansprüchen nach dem Produkthaftungsgesetz sowie bei einer Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit haftet der Verlag nach den gesetzlichen Vorschriften. Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb von vier Wochen nach Veröffentlichung geltend gemacht werden. Alle gegen den Verlag gerichteten Ansprüche aus vertraglicher Pflichtverletzung verjähren in einem Jahr ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn, sofern sie nicht auf vor-sätzlichem Verhalten beruhen.

Ziffer 12 Reklamationen jeglicher Art müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln, bei denen eine Frist von einem Jahr ab gesetzlichem Verjährungsbeginn gilt – innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.

Ziffer 13 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.

Ziffer 14 Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.

Ziffer 15 Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung sofort, möglichst aber 14 Tage nach Veröffentlichung der Anzeige übersandt. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen vom Empfang der Rechnung an laufenden Frist zu bezahlen, sofern nicht im Einzelfall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.

Ziffer 16 Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden bankübliche Zinsen sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen. Bei begründeten Zweifeln 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.

Ziffer 17 Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Auftrages werden Anzeigenausschnitte, Belegseiten oder vollständige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.

Ziffer 18 Kosten für die Anfertigung bestellter Zeichnungen, Filme und Dateien sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.

Ziffer 19 Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage oder – wenn eine Auflage nicht genannt ist – die durchschnittlich tatsächlich verbreitete Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisminderung berechtigender Mangel, wenn sie

- bei einer Auflage bis zu 50000 Exemplaren 20 v.H.,
- bei einer Auflage bis zu 100000 Exemplaren 15 v.H. beträgt.

Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preisminderungsansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Vertrag zurücktreten konnte.

Ziffer 20 Bei Ziffernanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Die Eingänge auf Ziffernanzeigen – auch solche, die als Einschreibebriefe und Eilbriefe eingehen – werden vier Wochen aufbewahrt und dann auf normalem Postwege versandt. Zuschriften, die nach dieser Frist eingehen, können vernichtet werden. Wertvolle Unterlagen sendet der Verlag zurück, ohne dazu verpflichtet zu sein. Briefe, die das zulässige Format DIN C4 (Gewicht 500 g) überschreiten, sowie Waren-, Bücher-, Katalogsendungen und Päckchen sind von der Weiterleitung ausgeschlossen und werden nicht entgegengenommen. Eine Entgegennahme und Weiterleitung kann dennoch ausnahmsweise für den Fall vereinbart werden, dass der Auftraggeber die dabei entstehenden Gebühren/Kosten übernimmt.

Ziffer 21 Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages.

Ziffer 22 Für den Auftragsauftrag gilt deutsches Recht. Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages. Gerichtsstand für Kaufleute und vergleichbare Rechtsträger ist der Sitz des Verlages. Soweit Ansprüche des Verlages nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nicht-Kaufleuten nach deren Wohnsitz. Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers, auch bei Nicht-Kaufleuten, im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragsschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart.

Ziffer 23 Der Auftraggeber gewährleistet, dass er alle zur Schaltung der Anzeige erforderlichen Rechte besitzt. Der Auftraggeber trägt allein die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Insertion zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen sowie der zugelieferten Werbemittel. Er stellt den Verlag im Rahmen des Auftragsauftrags von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der Verletzung gesetzlicher Bestimmungen oder auf Grund presserechtlicher Vorschriften entstehen können. Bei Veröffentlichung von Gendarstellungen bestimmen sich die zu ersetzenden Kosten nach Maßgabe des Anzeigentarifs. Ferner wird der Verlag von den Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung freigestellt. Der Auftraggeber ist verpflichtet, den Verlag nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen. **09/07**

20 Ansprechpartner

**Anzeigenleitung
u. Anzeigenverkauf
NON-PHARMA**

Reinald Korte
Tel +49 6104 606-114
Fax +49 6104 606-117
r.korte@keplermediengruppe.de

**Anzeigenverkauf
PHARMA**

Zentraleinkauf ANZAG
Tel +49 69 79203 – 303 oder – 328
Fax +49 69 79203 – 261
vive@anzag.de

