

Mediadaten 2017
gültig ab 1. Januar 2017

apotheke + marketing

Magazin für das moderne Apothekenteam



Zielgruppe	apotheke + marketing wendet sich an das Fachpersonal in der öffentlichen Apotheke, wobei die Zeitschrift insbesondere auf das berufliche Informationsbedürfnis des Apothekenleiters eingeht.
Charakteristik	apotheke + marketing unterstützt den Apothekenleiter und sein Team mit einer stark serviceorientierten Mischung aus zielgruppenadäquat aufbereiteten Beiträgen zu Marketing, Management und Betriebswirtschaft sowie auch Pharmazie und Medizin. Ziel: Der Betrieb Apotheke soll als Gesundheits- und Beratungszentrum etabliert und damit zukunftsfähig gemacht werden. Zertifizierte Fortbildungen für den Apotheker in den Bereichen Marketing und Pharmazie runden das Angebot ab. Das Magazin und die gleichnamige Website sind stark miteinander verzahnt. Das Magazin stößt an, auf der Website findet die Verlängerung der Themen mit einer Vielzahl von geclusterten Informationen statt. Auch zwischen den Erscheinungsterminen bietet www.apotheke-und-marketing.de ständig neue Inhalte.
Homepage	www.apotheke-und-marketing.de
Erscheinungsweise	Neu ab 2017: 4 x jährlich, jeweils zum 1. des Monats. (s. Terminplan). Verbreitung gemeinsam mit DAS PTA MAGAZIN.

Verlag	Springer Medizin Springer Medizin Verlag GmbH Heidelberger Platz 3 14197 Berlin
Bereichs- und Anzeigenleitung	Marion Bornemann Telefon 06102 / 506-380 Telefax 06102 / 506-382 E-Mail marion.bornemann@springer.com
Anzeigendisposition	Birgit Neumann Telefon 06102 / 506-189 Telefax 06102 / 506-123 E-Mail birgit.neumann@springer.com
Herausgeberin	Julia Pffegel, Apothekerin
Chefredaktion	Ruth Ney, Apothekerin
Druckauflage	26.095 Exemplare
Verbreitete Auflage	25.880 Exemplare
DAS PTA MAGAZIN	IVW Durchschnitt der Quartale 3/2015 bis 2/2016
Verbreitung	Alle öffentlichen Apotheken
Reichweiten	Gesamtzielgruppe: 14,3 % LpA Zielgruppe Apothekenleiter: 47,0 % LpA Quelle: LA-PHARM 2014
Media-Untersuchung	LA-PHARM Leseranalyse der Apotheken-Fachzeitschriften  geprüft LA-PHARM 2014

Anzeigengrößen und Preise	Satzspiegel Breite x Höhe	im Anschnitt Breite x Höhe	Preis 4-farbig
1/1 Seite	176 x 242 mm	210 x 297 mm	€ 4.390,-
2/3 Seite hoch	115 x 242 mm	135 x 297 mm	€ 3.330,-
quer	176 x 165 mm	210 x 186 mm	€ 3.330,-
1/2 Seite hoch	85 x 242 mm	105 x 297 mm	€ 2.630,-
quer	176 x 126 mm	210 x 147 mm	€ 2.630,-
1/3 Seite hoch	56 x 242 mm	75 x 297 mm	€ 1.930,-
quer	176 x 80 mm	210 x 101 mm	€ 1.930,-
1/4 Seite hoch	86 x 126 mm		€ 1.420,-
quer	176 x 60 mm		€ 1.420,-
Vorzugsplatzierungen			
II. Umschlagseite	176 x 242 mm	210 x 297 mm	€ 4.640,-
IV. Umschlagseite	176 x 242 mm	210 x 297 mm	€ 4.640,-
Anzeigen auf Doppelseiten			
2 x 1/1 Seite über Bund		2 x 210 x 297 mm	€ 8.780,-
2 x 2/3 Seite über Bund	hoch	2 x 135 x 297 mm	€ 6.660,-
quer		2 x 210 x 186 mm	€ 6.660,-
2 x 1/2 Seite über Bund	hoch	2 x 105 x 297 mm	€ 5.260,-
quer		2 x 210 x 147 mm	€ 5.260,-
Sonderformate auf Anfrage			
Farbzuschläge für Sonderfarben auf Anfrage			

Zeitschriftenformat	210 mm breit x 297 mm hoch (DIN A4)		
Beschnittzugabe	3 mm je angeschnittener Rand		
Satzspiegel	176 mm breit, 242 mm hoch 2-spaltig, 86 mm je Spalte		
Druckverfahren	Rollensetdruck, Rückendrahtheftung		
Druckunterlagen	Vorzugsweise digitale Druckunterlagen; die technischen Angaben finden Sie auf dem Blatt „Digitale Druckunterlagen“ am Ende dieser pdf-Datei.		
Rabatte	Malstaffel	Mengenstaffel	
(innerhalb eines Jahres, Kalender- oder Insertionsjahr)	3 Anzeigen 3 %	1 Seite	3 %
	6 Anzeigen 5 %	3 Seiten	5 %
	12 Anzeigen 10 %	6 Seiten	10 %
	18 Anzeigen 15 %	12 Seiten	15 %
	26 Anzeigen 20 %	18 Seiten	20 %
Gemeinsame Rabattierung mit dem folgenden Springer Medizin Titel: » DAS PTA MAGAZIN			
Zahlungsbedingungen	30 Tage nach Rechnungsdatum rein netto, 14 Tage nach Rechnungsdatum 2 % Skonto, Bankeinzug und Vorauszahlung 3 % Skonto.		
Konto	Springer Medizin Verlag GmbH Deutsche Bank AG, Berlin, IBAN: DE33 1007 0000 0588 2188 00 BIC: DEUTDE33XXX		

Durchhefter	Durchhefter müssen den Postbestimmungen entsprechend so gestaltet sein, dass sie nicht mit dem Redaktionsteil verwechselt werden können. Die Platzierung ist abhängig von den technischen Möglichkeiten
Preis Durchhefter	4-seitig € 6.400,-
	Durchhefter sind nicht rabattfähig.

Format Durchhefter	2 Blatt (= 4 Seiten) unbeschnitten 432 mm breit x 305 mm hoch Beschnittzugabe oben, rechts, links 3 mm; im Bund rechts, links 3 mm, unten 5 mm Mindestpapiergewicht 100 g/m ² Anlieferung plano (Durchhefter) Anlieferung gefalzt (Einhefter), Erforderliche Konfektionierung erfolgt zum Selbstkostenpreis
---------------------------	--

Auflagen für Durchhefter, Beilagen und Beikleber	Benötigte Auflage ohne Messeausgabe: 27.000 Exemplare
	Benötigte Auflage für Messeausgabe: 28.000 Exemplare
	Messeausgabe 2017: Heft 3 (Expopharm)

Teilbelegung	Möglich
---------------------	---------

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 Beilagen	Bis 25 g Gesamtgewicht € 2.900,- weitere angefangene 5 g € 260,-
------------------------	---

zzgl. evtl. anfallende Postentgelte
Beilagen- und Versandkosten sind nicht rabattfähig.
Der Preis bezieht sich auf die Gesamtauflage.
Teilbeilage ist möglich.

Format	Standardformat 200 mm breit x 285 mm hoch Beilagen müssen in Art und Ausführung so beschaffen sein, dass eine zusätzliche Aufbereitung und Bearbeitung entfällt. Erforderliche Konfektionierung erfolgt zum Selbstkostenpreis.
---------------	---

Versandanschrift für Druckunterlagen, Ein- und Durchhefter und Beilagen	Stürtz GmbH Lager / Einfahrt 4 apotheke + marketing Alfred-Nobel-Straße 33 97080 Würzburg
--	--

Anlieferung	Anlieferung frei Haus. Bitte vermerken Sie die folgenden Angaben auf einem von außen gut sichtbaren Lieferschein: »Heftnummer + Jahr »Angelieferte Menge
--------------------	---

Beikleber Aufgeklebte Postkarten (Mindestpapiergewicht 150 g/m²), 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 € 2.025,-
Warenproben € 2.025,-
zzgl. evtl. anfallende Postentgelte
Technische Kosten und Versandkosten sind nicht rabattfähig.

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)

**Versandanschrift
und Auflagen** siehe Seite Ein-/Durchhefter und Beilagen

Online-Werbung

Strategisch Platzieren! Platzieren Sie Ihre Werbebotschaft in unseren Online-Medien!
www.springermedizin.de/mediadaten

E-Mail sabine.sommer@springer.com
Sales Manager Apotheke

E-Mail online-sales@springer.com

AdSpecials Sonderwerberformen

Mehr Werbepower für Ihr Produkt!
Titelklappe, Banderole, ausklappbare Seiten, Beikleber, Lesezeichen:
www.apotheke-und-marketing.de/verlag/mediadaten

Advertorials und Sonderpublikationen auf Anfrage.

Stellenanzeigen

Für Preise und Formate bei Stellenanzeigen für Print und Online wenden Sie sich bitte direkt an: Frank Noll
Telefon 06102 / 506-164
E-Mail frank.noll@springer.com
www.jobs.springermedizin.de

Vertrieb und Leserservice

Telefon 06102 / 506-148
Telefax 06102 / 506-44 148
E-Mail vertriebGuP@springer.com

apotheke + marketing – Themen + Termine 2017

Mediadaten Nr. 26 · gültig ab 1. Januar 2017

Ausgabe	Erscheinungs-termin	Anzeigen-schluss	Druckunter-lagenschluss	Termin DH + Beilagen	Themen
1 Frühjahr	01.02.	09.01.	11.01.	16.01.	Fortbildung Pharmazie: Unfallgefahr durch Arzneimittel Marketing: Kommunikationspolitik Management: Reklamationsmanagement
					OTC Reizhusten (Beratungsfall) Allergie/Heuschnupfen (Sortimente) Sonnenschutz (Aktionsplanung)
					Non-Pharma EDV: Kundenkarte perfekt nutzen Steuer- und Finanztipp: Geldanlage 2017 Kommissionierer: Was gibt es Neues?
2 Sommer	02.05.	31.03.	07.04.	13.04.	Fortbildung Pharmazie: Neurodermitis Marketing: Category Management Management: Personalführung konkret
					OTC Fußpilz (Beratungsfall) Sonnenschutz (Sortimente) Erkältung/Immunsystem (Aktionsplanung)
					Non-Pharma EDV: Effiziente Personaleinsatzplanung Steuer- und Finanztipp: Vererben oder Schenken? Apo-Kooperationen: Was gibt es Neues?
3 Herbst	01.09.	02.08.	09.08.	16.08.	Fortbildung Pharmazie (Sonnenschutz) Marketing: Käuferverhalten Management: Investitionsplanung
					OTC Bronchitis (Beratungsfall) Läuse (Sortimente) Zielgruppe Frauen (Aktionsplanung)
					Non-Pharma EDV + Technik: Neue Trends Steuer- und Finanztipp: Kreditvergabe Apo-Einrichtungstrends: Was gibt es Neues?
Ausgabe zur Messe Expopharm, 13.-16.09.2017, Düsseldorf					
4 Winter	01.12.	01.11.	08.11.	15.11.	Fortbildung Pharmazie: Kniegelenkarthrose Marketing: Markenführung Management: Basiswissen Steuern
					OTC Magen/Darm: Übelkeit, Erbrechen (Beratungsfall) Depressionen (Sortimente) Winterhaut (Aktionsplanung)
					Non-Pharma EDV: BWA-Daten richtig auslesen und verwalten Steuer- und Finanztipp: Richtig abschreiben Sortimente: Was gibt es Neues?

Für eine ständig aktuelle Themenübersicht print und online abonnieren Sie bitte unseren Newsletter unter www.apotheke-und-marketing.de

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 Druckdaten oder der Beilagen und Einhefter ist der Auftraggeber verantwortlich. Der Verlag gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckdaten gegebenen Möglichkeiten. Druckdaten werden auf Anforderung des Auftraggebers gelöscht.
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. Wird der Auftrag für Sonderwerbformen und Vorzugsplatzierungen ab sechs Wochen oder kurzfristiger vor Anzeigenschluss, der in den Mediadaten veröffentlicht wird, storniert, stellt der Verlag dem Kunden / der Agentur als Stornokosten 50% der vereinbarten Vergütung in Rechnung. Bei Stornierungen ab vier Wochen oder kurzfristiger werden 100 % der vereinbarten Vergütung berechnet. Bei Stornierungen von Anzeigen, Beilagen, Einheftern nach dem in den Mediadaten genannten Anzeigenschluss werden 100 % der dafür vereinbarten Vergütung berechnet.
14. Kosten für die Anfertigung bestellter Druckdaten sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.
15. Erfüllungsort und Gerichtsstand für beide Teile ist Berlin.

Springer Medizin
Springer Medizin Verlag GmbH
Heidelberger Platz 3 | 14197 Berlin

Übernahme digitaler Daten

Wenn Sie Ihre Anzeige per E-Mail oder auf den FTP-Server schicken, benötigen wir unbedingt folgende Angaben:

Absender/Firma: _____

Ansprechpartner: _____

Telefon: _____

Fax: _____

Anzeigen-Informationen für folgende Publikation:

Zeitschrift/Ausgabe: _____

Rubrik: _____

Anzeigenformat: _____

Farbigkeit: _____

Dateiname: _____

Datenübertragung per: E-Mail FTP

Anmerkung: _____

Daten-Erstellung

- Bitte liefern Sie druckfähige PDF X3-Dateien in der Größe des Anzeigenformats.
- Anzeigen, die im Beschnitt stehen (randabfallend), müssen mit 3 mm Beschnittzugabe angelegt sein.
- Wichtige Text- und Bildelemente müssen mindestens 3 mm vom beschnittenen Format entfernt sein.
- Erstellen Sie farbige Abbildungen im CMYK-Modus oder wandeln Sie diese in CMYK um.
- Der maximale Farbauftrag soll 300% nicht überschreiten.
- Bilder sollten eine Auflösung von 300 dpi haben.
- Druckprofil ISOcoated_v2_300

Support zu

- PDF X3-Erstellung
- Distiller-Joboptions
- Pitstop Settings usw.

erhalten Sie bei Bedarf unter anzeigen@stuertz.de.

Verbindungen

E-Mail: anzeigen@stuertz.de

FTP: <ftp.stuertz.de> (Login: anzeigen, Passwort: St175G)