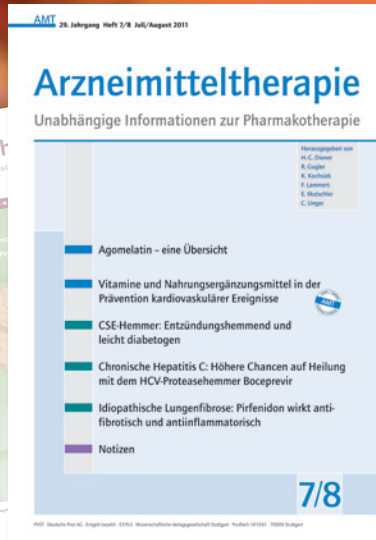


Fünf STARKE Titel - eine Rabattstaffel: AMT, CTJ, KPH, MPJ, PPT

# AMT 2012 MEDIA-INFORMATION

VORSPRUNG DURCH  
MEHR WISSEN



WVVG

Wissenschaftliche Verlagsgesellschaft Stuttgart

**Verlag:**

Wissenschaftliche Verlagsgesellschaft Stuttgart, Birkenwaldstraße 44, 70191 Stuttgart  
Postfach 10 10 61, 70009 Stuttgart, Telefon (07 11) 2582-0, Telefax (07 11) 2582-290  
anzeigen@wissenschaftliche-verlagsgesellschaft.de, www.arzneimitteltherapie.de

**Geschäftsführung:**

Dr. Christian Rotta, Dr. Klaus G. Brauer

**Redaktion:**

Dr. Heike Oberpichler-Schwenk (verantwortlich), Telefon (07 11) 2582-234, Telefax (07 11) 2582-283

**Leitung Media:**

Kornelia Wind, Telefon (07 11) 2582-245, Telefax (07 11) 2582-252  
E-Mail: kwind@wissenschaftliche-verlagsgesellschaft.de

**Mediaberatung  
und -disposition:**

Karin Hoffmann, Telefon (07 11) 2582-242, Telefax (07 11) 2582-263  
E-Mail: khoffmann@wissenschaftliche-verlagsgesellschaft.de

**Mediaberatung:**

Dr. Axel Sobek, Kurt-Schumacher-Straße 54, 50374 Erftstadt  
Telefon (02235) 7707-54, Telefax (02235) 7707-53  
E-Mail: asobek@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 in Kliniken und Krankenhausapothekenleiter  
Daneben Ärzte in der Klinik und niedergelassene Spezialisten,  
Apotheker in Krankenhaus und Offizin.  
Circa 18.000 Auflage, IVW-geprüft

### Angebot der Medienmarke Arzneimitteltherapie

- **Arzneimitteltherapie AMT:** monatlich erscheinende Fachzeitschrift, Doppelnummer im Juli/August im 30. Jahrgang
- **Beilagen:** Verlagsbeilagen im Kundenauftrag mit optionalen Fortdrucken
- **arzneimitteltherapie.de:** Website der Arzneimitteltherapie, Banner, Skyscraper, Wallpaper
- **medpharm networks:** Veranstaltungen in Kundenauftrag für pharmazeutische und/oder medizinische Zielgruppen. Zertifizierte Fortbildungen, sonstige Veranstaltungen, Media-Dienstleistungen, Corporate Publishing, Content-Lieferungen und vieles mehr...

## MEDIA-INFORMATIONEN

Titelporträt

### 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 in Kliniken und Krankenhausapothekenleiter; daneben Ärzte in der Klinik und niedergelassene Spezialisten, Apotheker in Krankenhaus und Offizin

### 4 Erscheinungsweise:

monatlich (Juli/August Doppel-Ausgabe)  
ca. am 1. des Monats

### 5 Heftformat:

210 x 297 mm, DIN A4

### 6 Jahrgang:

30. Jahrgang 2012

### 7 Bezugspreis:

#### Jahresabonnement:

€ 78,00 zzgl. Versandkosten  
Versandkosten Inland: € 21,80  
Versandkosten Ausland: € 42,00

#### Einzelpreis:

€ 11,00

### 8 Organ:

-

### 9 Mitgliedschaften:

IVW / IA-MED

### 10 Verlag:

Wissenschaftliche  
Verlagsgesellschaft Stuttgart  
Postfach 10 10 61  
70009 Stuttgart  
Telefon (07 11) 25 82-0  
Telefax (07 11) 25 82-290  
[www.wissenschaftliche-  
verlagsgesellschaft.de](http://www.wissenschaftliche-verlagsgesellschaft.de)

#### Geschäftsführung:

Dr. Christian Rotta,  
Dr. Klaus G. Brauer

### 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 Kornelia Wind  
(07 11) 25 82-245  
Telefax (07 11) 25 82-252  
E-Mail kwind@wissenschaftliche-  
verlagsgesellschaft.de

**Mediaberatung/  
-disposition:**

Telefon Karin Hoffmann  
(07 11) 25 82-242  
Telefax (07 11) 25 82-263  
E-Mail khoffmann@wissenschaftliche-  
verlagsgesellschaft.de

**Mediaberatung:**

Dr. Axel Sobek,  
Kurt-Schumacher-Straße 54,  
50374 Erftstadt  
Telefon (02235) 77 07-54  
Telefax (02235) 77 07-53  
E-Mail asobek@wissenschaftliche-  
verlagsgesellschaft.de

**13 Redaktion:**

Telefon Dr. Heike Oberpichler-Schwenk  
(Leitung), Stuttgart  
(07 11) 25 82-234  
Telefax (07 11) 25 82-283  
E-Mail amt@wissenschaftliche-  
verlagsgesellschaft.de

**14 Umfangs-Analyse 2010 = 11 Ausgaben**

Gesamtumfang:	522 Seiten	=	100,0 %
Redaktionsteil:	449 Seiten	=	86,0 %
Anzeigenteil:	73 Seiten	=	14,0 %
davon:			
Stellen- und Gelegenheitsanzeigen	0 Seiten	=	0,0 %
Verlagseigene Anzeigen	36 Seiten	=	49,3 %
Einhefter	0 Seiten	=	0,0 %
Beilagen	7 Stück		

**15 Inhalts-Analyse**

**Redaktion:** -



## MEDIA-INFORMATIONEN

### Terminplan

Unabhängige...

nerapie des polyzystischen Ovarsyndroms  
 -selbstführung und -kontrolle bei  
 Nephropathie

Terminkalender			
Nummer	Erscheinungsweise monatlich	Anzeigenschluss/ Druckunterlagenschluss	
01	06.01.2012	21.12.2011	
02	03.02.2012	18.01.2012	Deutscher Krebskongress, 22.-25.2.2012, Berlin
03	02.03.2012	15.02.2012	
04	30.03.2012	14.03.2012	DGIM 14.4.-17.4.2012, Wiesbaden
05	04.05.2012	18.04.2012	
06	01.06.2012	16.05.2012	
07/08	06.07.2012	20.06.2012	
09	31.08.2012	15.08.2012	
10	05.10.2012	19.09.2012	DGHO 19.-23.10.12, Stuttgart
11	02.11.2012	17.10.2012	
12	30.11.2012	14.11.2012	

## MEDIA-INFORMATIONEN

Preisliste Nr. 30  
Gültig ab 1.10.2011

### 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	2999,-	4407,-
2/3 Seite hoch	130 x 297	112 x 262	2005,-	3412,-
2/3 Seite quer	210 x 190	182 x 164	2005,-	3412,-
1/2 Seite hoch	105 x 297	87 x 262	1648,-	3055,-
1/2 Seite quer	210 x 148	182 x 128	1648,-	3055,-
1/3 Seite hoch	70 x 297	56 x 262	1051,-	2459,-
1/3 Seite quer	210 x 99	182 x 87	1051,-	2459,-
1/4 Seite hoch	56 x 297	42 x 262	908,-	2316,-
1/4 Seite quer	210 x 74	182 x 60	908,-	2316,-
<b>2. + 4. Umschlagseite</b>				<b>4769,-</b>

### 2 Zuschläge:

Platzierung: 2. + 4. Umschlagseite je 362,- Euro  
 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 (Beginnt 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:** Krankenhauspharmazie, Arzneimitteltherapie, Chemotherapie Journal, Psychopharmakotherapie und Medizinprodukte Journal: **5 starke Titel – ein Gesamtseitenrabatt**

## MEDIA-INFORMATIONEN

Preisliste Nr. 30  
Gültig ab 1.10.2011

### 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.

Gegenstände	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  
Tel. (07 11) 25 82-242

#### Mediaberatung

Dr. Axel Sobek  
Tel. (0 22 35) 77 07-54

### 7 Zahlungsbedingungen:

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

#### Bankverbindung:

Baden-Württembergische Bank  
(BLZ 600 501 01) Konto-Nr. 2029 845  
Postbank Stuttgart  
(BLZ 600 100 70) Konto-Nr. 27 380-703

#### Agenturprovision:

10% (nicht auf durchlaufende Posten)

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

- 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, 60er Raster,  
Rückendrahtheftung

- 3 Datenübermittlung:**  
Ankündigungen, Auskünfte, Abstimmung usw. bei Übermittlungen  
digitaler Druckunterlagen:  
Ihre Ansprechpartnerin: Karin Hoffmann  
Telefon (07 11) 2582-242  
Telefax (07 11) 2582-263  
E-Mail [khoffmann@wissenschaftliche-  
verlagsgesellschaft.de](mailto:khoffmann@wissenschaftliche-verlagsgesellschaft.de)

Per FTP-Server: auf Anfrage

- 4 Dateiformate: Wir bitten grundsätzlich um Übersendung eines  
druckfähigen PDF (composite) als Druckunterlage.** Wir bevor-  
zugen 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 Unter-  
gruppen.

PDFs dürfen keine Transparenzen enthalten.  
Bei einer Transparenzreduzierung in der Weiterverarbeitung  
kann keine Garantie übernommen werden. *Nicht* verarbeitet wer-  
den können: RGB-Bilder, LAB-Bilder, DCS-Bildformate, Duplexbil-  
der 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 Programm-  
versionen, Datei-Namen sowie Anzahl und Namen der Druckfar-  
ben 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 (PS0).**

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

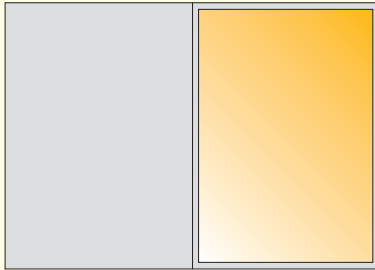
## MEDIA-INFORMATIONEN

Formate und technische Angaben

Gültig ab 1.10.2011

### 10 Beispiele der Anzeigengrößen AMT

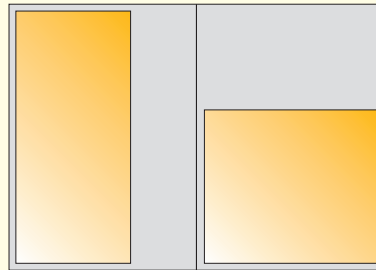
Anschnittformat zzgl. 3 mm Beschnitt allseitig



**1/1 Seite**

Satzspiegel: 182 x 262 mm

Anschnitt: 210 x 297 mm



**hoch**

**2/3 Seite**

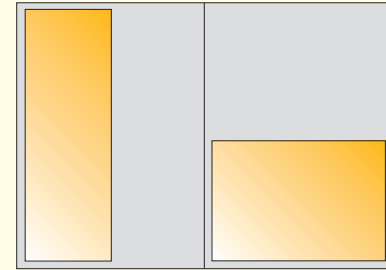
**quer**

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**

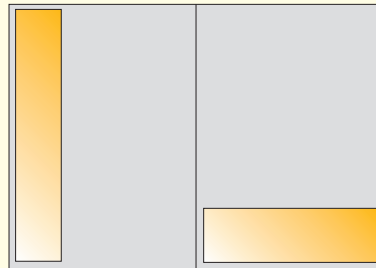
**quer**

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 (07 11) 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.

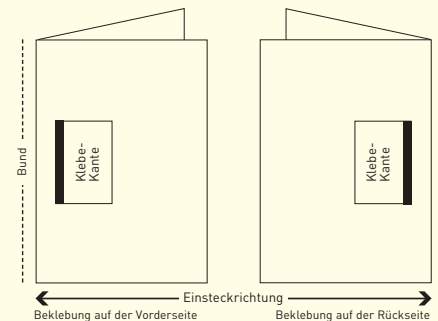
### 2 Aufgeklebte Werbemittel (nicht rabattfähig):

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.



## MEDIA-INFORMATIONEN

### Formate und technische Angaben

Gültig ab 1.10.2011

2012



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 (07 11) 3272-0  
**Liefervermerk:** Für AMT, Ausgabe ...

## MEDIA-INFORMATIONEN

**Auflagen und Verbreitungsanalyse**  
Gültig ab 1.10.2011

### 1 Auflagenkontrolle

–

### 2 Auflagen-Analyse:

Exemplare pro Ausgabe im Jahres-  
durchschnitt  
(1. Juli 2010 bis 30. Juni 2011)

Druckauflage	17.780		
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	17.157	davon Ausland	117
Verkaufte Auflage	2.384	davon Ausland	117
Abonnierte Auflage	2.334	davon Mitgliedschaften	–
Einzelverkauf	–		
Sonstiger Verkauf	–		
Freistücke	14.773		
Rest-, Beleg- und Archivexemplare	621		

### 3 Geographische Verbreitungs-Analyse

Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächlich Verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Inland	99,32	17.040
Ausland	0,68	117
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	100,00	17.157



**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.

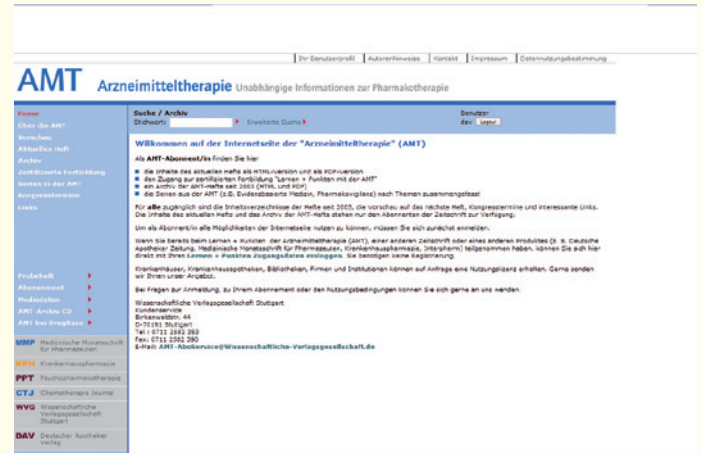
Im offenen Bereich des Portals stehen dem Nutzer die Titel und eine kurze Zusammenfassung der Hauptbeiträge des aktuellen Hefts sowie die Vorschau auf das kommende Heft zur Verfügung. Außerdem können wichtige Kongresstermine abgerufen werden.

**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 (07 11) 2582-0

**Ansprechpartner**  
**Redaktion:** Dr. Heike Oberpichler Schwenk  
Telefon (07 11) 2582-234  
E-Mail amt@wissenschaftliche-verlagsgesellschaft.de

**Ansprechpartner Online-Werbung:** siehe Punkt 12 der vorliegenden Mediadaten auf der Seite 5.



## 1 Werbeformen und Preise:

Format	Breite x Höhe in Pixel	Preis für Monats- belegung in €
Wallpaper light	728 x 90 + 160 x 600	500,-
Wide Skyscraper	160 x 600	290,-
Super Banner	728 x 90	250,-

## 2 Rabatte:

-

## 3 Optionen:

Frequency Capping      auf Anfrage  
Geo-Targeting            auf Anfrage

## 4 Buchungszeitraum:

Die Einschaltung der Werbemittel erfolgt zum gewünschten Kampagnenstarttermin ab 0:00 Uhr. Bei Mehrfachbelegung einer Werbeform werden die Werbemittel in Rotation ausgeliefert.

## 5 Zahlungsbedingungen:

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

### Bankverbindung:

Baden-Württembergische Bank  
(BLZ 600 501 01) Konto-Nr. 2029 845  
Postbank Stuttgart  
(BLZ 600 100 70) Konto-Nr. 27 380-703

### Agenturprovision:

10% (nicht auf durchlaufende Posten)

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](http://www.wissenschaftliche-verlagsgesellschaft.de/media-onlineagb)

## MEDIA-INFORMATIONEN

Website, Nutzungsdaten  
Gültig ab 1.10.2011

2012



1 **Zugriffskontrolle:**

-

- 2 **Nutzungsdaten:** Durchschnittliche monatliche Nutzungsdaten im Zeitraum vom 1. Juli 2010 bis 30. Juni 2011.  
Visits: 1.697  
Page Impressions: 7.717

## MEDIA-INFORMATIONEN

Formate und technische Angaben  
Gültig ab 1.10.2011

2012



- 1 **Dateiformate:** Displays/Banner können in den Formaten GIF, JPEG, PNG, SWF und HTML angeliefert werden. Maximale Dateigröße: jeweils 80 KB (inklusive nachzuladender Dateien, Sniffer Code, Bilder, Flash, etc.).

- 2 **Lieferadresse:** Bitte liefern Sie per E-Mail an: [onlinedispo@deutscher-apothecker-verlag.de](mailto:onlinedispo@deutscher-apothecker-verlag.de).

- 3 **Lieferfrist:** Spätestens 5 Tage vor dem vertraglich vereinbarten ersten Erscheinungstag.

**Buchungsschluss:** Der Auftrag muss schriftlich 10 Tage vor dem gewünschten ersten Erscheinungstag vorliegen.

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



## MEDIA-INFORMATIONEN

### Formate und technische Angaben

Gültig ab 1.10.2011

Bei Flash-Versionen:

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

Nur Flash Layer & Streaming Formate dürfen Ton beinhalten. Entsprechende Werbemittel müssen einen gut sichtbaren Button „Ton an/aus“, „Sound an/aus“ oder ein eindeutiges Symbol, wie z.B. einen Lautsprecher, aufweisen. Streaming Ads 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.

**MEDIA-INFORMATIONEN**

**Formate und technische Angaben**  
Gültig ab 1.10.2011

The screenshot shows a web browser window with the URL 'http://'. The browser tabs include 'Arzneimitteltherapie: Home', 'Krankenhauspharmazie', and 'Psychopharmakotherapie - Rati...'. The page content features a dark red header with the text 'Super Banner'. Below this is a large yellow area containing a table and a diagram. The table lists three banner formats: 'Wallpaper light', 'Wide Skyscraper', and 'Super Banner', each with its dimensions in pixels. To the right of the table, a diagram shows a 'Wallpaper' area at the top, a 'Wide Skyscraper' on the right side, and a 'Super Banner' at the bottom, with arrows indicating their combined use.

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

Wallpaper  
Super Banner und  
Wide Skyscraper kombiniert

Wide Skyscraper