

medizin-und-elektronik.de

MEDIZIN elektronik

Fachmedium für Elektronik in der Medizintechnik



MEDIA DATEN

2018

PRINT ONLINE EVENTS



Online
geprüft

Richard-Reitzner-Allee 2 · 85540 Haar · Telefon +49 89 25556-1376 · Fax+49 89 25556-1651 · media@medizin-und-elektronik.de

Mediaberatung



Christian Stadler
Gesamtanzeigenleitung
Telefon +49 89 25556-1375
cstadler@weka-fachmedien.de



Michaela Stolka
Teamassistentin
Telefon +49 89 25556-1376
Fax +49 89 25556-1651
mstolka@weka-fachmedien.de



Martina Niekrawietz
International Account,
Mediaberatung
PLZ 82 - 84
Telefon +49 89 25556-1309
mniekrawietz@weka-fachmedien.de



Petra Beck
Mediaberatung
PLZ 7
Telefon +49 89 25556-1378
pbeck@weka-fachmedien.de



Sabine Hartl
Mediaberatung
3, 5, A, CH
Telefon +49 89 25556-1377
shartl@weka-fachmedien.de



Burkhard Bock
Key Account,
Mediaberatung
PLZ 9, 86 - 89
Telefon +49 89 25556-1305
bbock@weka-fachmedien.de



Sandra Huber
Mediaberatung
PLZ 0, 1, 2, 6
Telefon +49 89 25556-1370
shuber@weka-fachmedien.de



Tanja Lewin
Mediaberatung
PLZ 4, 80 - 81, 85
Telefon +49 89 25556-1386
tlewin@weka-fachmedien.de



Antje Kien
Database Management
Telefon +49 89 25556-1303
Fax +49 89 25556-1670
akien@weka-fachmedien.de



Julia Hecker
Anzeigendisposition
Telefon +49 89 25556-1475
Fax +49 89 25556-1690
jhecker@weka-fachmedien.de



Veronika Stockmayr
Anzeigendisposition
Telefon +49 89 25556-1490
Fax +49 89 25556-1690
vstockmayr@weka-fachmedien.de



Corina Prell
Sales Manager Events
Telefon +49 89 25556-1393
cprell@weka-fachmedien.de

Redaktion



Prof. Dr.-Ing. Matthias Sturm
Herausgeber
Telefon +49 89 25556-1345
profsturm@weka-fachmedien.de



Frank Riemenschneider
Dipl.-Ing.
Chefredaktion
Telefon +49 89 25556-1714
friemenschneider@weka-fachmedien.de









Melanie Ehrhardt
B.Sc.
Redakteurin
Telefon +49 89 25556-1346
mehrhardt@weka-fachmedien.de

- 1 Titel:** MEDIZIN+elektronik
- 2 Kurzcharakteristik:** Weit über die reine Produktberichterstattung hinaus vermittelt die Fachzeitschrift MEDIZIN+elektronik in ausführlichen Fachartikeln von den Grundlagen bis zu aktuellen Applikationen wertvolles Fachwissen rund um Elektronik in medizinischen Anwendungen.
- Dadurch ist die Zeitschrift attraktiv, bleibt lange in der Hand bzw. auf dem Schreibtisch und wird auch an interessierte Kollegen weitergegeben. Der redaktionelle Inhalt richtet sich an Entscheidungsträger in der Entwicklung, im Einkauf, in der Produktion und im Management.
- Neben elektronischen und elektromechanischen Bauelementen und Baugruppen sind auch die verschiedenen Bestandteile von Systemen, Subsysteme sowie vollständige Plattformen Themen der Berichterstattung. Dazu zeigt die Redaktion Trends bei der Messtechnik, Software oder der Stromversorgung für medizinische Geräte auf.
- Das dargestellte Einsatzspektrum für Elektronik reicht von der klassischen Medizintechnik in Operationssälen und Arztpraxen über ambulante Therapie- und Diagnosesysteme für Patienten bis hin zu „Ambient Assisted Living“ und „Life Science“.
- Rund um die Uhr informiert www.medizin-und-elektronik.de über die neuesten Technologien und aktuellen Trends aus der Medizintechnik.
- 3 Zielgruppe:** MEDIZIN+elektronik richtet sich an:
- Entwickler von elektronischen Komponenten, Baugruppen, Systemen und Geräten, die in der Medizintechnik zum Einsatz kommen
 - Vertriebsingenieure und Berater für medizintechnische Geräte und Systeme
 - Hersteller und Betreiber von Medizingeräten und medizintechnischen Produkten
 - Entscheider in Entwicklung, Konstruktion, Produktion, technischem Einkauf, Qualitätssicherung und Management
 - Distributoren von Komponenten, Baugruppen, Systemen und Geräten für Medizintechnik

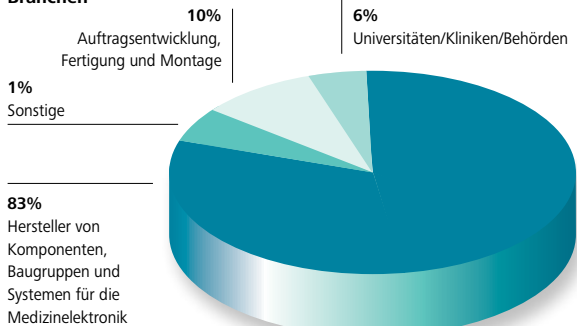
- 4 Erscheinungsweise:** 6 x jährlich
- 5 Heftformat:** A4
- 6 Jahrgang:** 9. Jahrgang 2018
- 7 Bezugspreis:**
- | | |
|--------------------------|---------|
| Jahresabonnement Inland | 50,00 € |
| Jahresabonnement Ausland | 60,00 € |
| Einzelverkaufspreis | 9,80 € |
- 8 Organ:** -
- 9 Mitgliedschaft/ Teilnahme:** IVW
- 10 Verlag:** WEKA FACHMEDIEN GmbH
Richard-Reitzner-Allee 2, 85540 Haar
Telefon +49 89 25556-1376
www.medizin-und-elektronik.de
www.weka-fachmedien.de
- 11 Herausgeber:** WEKA FACHMEDIEN GmbH
- 12 Anzeigen:** Christian Stadler, Gesamtanzeigenleitung
E-Mail: cstadler@weka-fachmedien.de
- Michaela Stolka, Teamassistentin
E-Mail: mstolka@weka-fachmedien.de
Telefon +49 89 25556-1376
- 13 Redaktion:** Frank Riemenschneider, Chefredakteur
E-Mail: friemenschneider@weka-fachmedien.de

Allgemeine Geschäftsbedingungen unter www.medizin-und-elektronik.de/agb

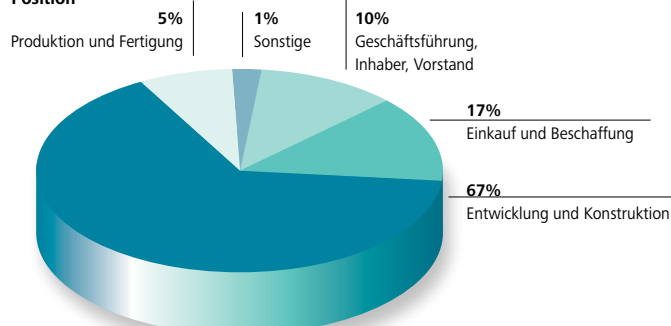
Ausgabe	Erscheinungs-termin	Anzeigen-schluss	Schwerpunktthemen		Blickpunkt	Messen
1	28.03.2018	05.03.2018	Antriebstechnik Messeausgabe Hannover Messe	Messtechnik/Sensorik Messeausgabe MEDTEC	ELEKTROMECHANIK	MEDTEC Europe: 17.04.–19.04.2018 Hannover Messe: 23.04.–27.04.2018  
2	07.05.2018	10.04.2018	Stromversorgung Messeausgabe PCIM	Embedded Systeme	Elektronikfertigung	PCIM Europe: 05.06.–07.06.2018 
3	14.06.2018	16.05.2018	Medizin 4.0	Elektromechanik	Messtechnik/Sensorik Messeausgabe SENSOR + TEST	SENSOR+TEST: 26.06.–28.06.2018  SENSOR+TEST 2018 DIE MESSTECHNIK-MESSE The Measurement Fair
4	20.07.2018	26.06.2018	Embedded Systeme	Bildverarbeitung	Antriebstechnik	
5	10.09.2018	13.08.2018	Elektromechanik	Medizin 4.0	Stromversorgung	
6	02.11.2018	05.10.2018	Messeausgabe electronica	Messeausgabe SPS IPC Drives	MESSEAusGABE COMPAMED 	COMPAMED: 12.11.–15.11.2018 electronica: 13.11.–16.11.2018 SPS IPC Drives: 27.11.–29.11.2018 

Strukturanalyse

Branchen*



Position*



* Quelle:
Empfängerdatei-Auswertung,
Juli 2017

FORMAT/FARBE	Anschnittsformate BREITE x HÖHE ¹	Satzspiegelformate BREITE x HÖHE	SW	2c	4c
1/1 Seite	210 x 297	186 x 260	3.430 €	4.120 €	4.810 €
A5 (Juniorpage)	152 x 205	137 x 190	2.020 €	2.400 €	2.820 €
1/2 Seite hoch 1/2 Seite quer	105 x 297 210 x 143	90 x 260 186 x 130	1.760 €	2.120 €	2.460 €
1/3 Seite hoch 1/3 Seite quer	70 x 297 210 x 99	58 x 260 186 x 86	1.200 €	1.440 €	1.670 €
1/4 Seite 1/4 Seite hoch 1/4 Seite quer	105 x 143 52 x 297 210 x 74	90 x 130 43 x 260 186 x 65	950 €	1.140 €	1.320 €
1/6 hoch 1/6 quer	70 x 143 210 x 50	58 x 130 186 x 43	640 €	770 €	900 €
1/8 Seite 1/8 Seite hoch 1/8 Seite quer	105 x 74 52 x 143 210 x 37	90 x 65 43 x 130 186 x 33	480 €	580 €	670 €
2. oder 4. Umschlagseite					5.300 €
mm-Preis			3,90 €	4,70 €	5,50 €
Platzierungszuschlag			10 % des Grundpreises mindestens jedoch 160 €		
BEILAGEN · EINHEFTER					
Beilagen bis 25 g (inkl. Portoanteil)		105 x 148 bis 200 x 287	3.750 €		
2-seitiger Einhefter (inkl. Portoanteil) 4-seitiger Einhefter 8-seitiger Einhefter		105 x 148 bis 210 x 297	5.320 € 5.560 € 7.410 €		
Inselanzeige / mm			15,30 €		21,50 €
Flappe			9.130 €		
Titelbild			7.700 €		

¹ zzgl. 5 mm Beschnitt an den offenen Seiten

Auflagen-Analyse:		Exemplare pro Ausgabe im Durchschnitt (1. Juli 2016 bis 30. Juni 2017)	
Druckauflage:	10.716		
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA):	10.249	davon Ausland:	159
Verkaufte Auflage:	27	davon Ausland:	–
Abonnierte Auflage:	27	davon Mitgliederstücke:	–
Einzelverkauf:	–		
Sonstiger Verkauf:	–		
Freistücke:	10.222		
Rest-, Beleg-, und Archivexemplare:	467		

Rabatte

Malstaffel ab 1/8 Seite		Mengenstaffel	
2 Anzeigen	5 %	2 Seiten	10 %
3 Anzeigen	10 %	3 Seiten	15 %
4 Anzeigen	15 %	4 Seiten	20 %

GRUNDPREISE rabattfähig nach Mal- oder Mengenstaffel, auch Farbanteile werden rabattiert.



Zahlungsbedingungen:

Bei Zahlung innerhalb 8 Tagen nach Rechnungsdatum 2 % Skonto oder 21 Tage netto.
Bei Bankeinzug gewähren wir 3 % Skonto

Technische Angaben / Abwicklung

Druckverfahren / Verarbeitung:

Umschlag:	Bogenoffset
Inhalt:	Rollenoffset
Papier:	65 Gramm aufgebessertes LWK
Weiterverarbeitung:	Rückstichheftung
Format:	Beschchnittenes Format: 210 x 297 mm 5 mm Beschchnitt an allen offenen Seiten Satzspiegel: 186 mm x 260 mm

Alle Bildelemente (u.a. Logos, QR Codes) 4 mm vom äußeren Rand positionieren. Dateien vorzugsweise als unseparierte Einzelseiten im PDF Format V1.3 oder V1.4 genaue Spezifikationen erhalten sie bei folgenden Ansprechpartnern:

Sylvia Buck, Disposition Print, Telefon +49 89 25556-1109, Fax +49 89 25556-1690, sbuck@weka-fachmedien.de

Dateinamen müssen bitte nach folgendem Muster vergeben werden:

Anzeigenkunde_m+e_Ausgabe (Beispiel: Mustermann_m+e_1_18)

Proof:	Inhalt: sind im 4 Farbmodus auf Basis des Standards: „PSO_LWC_Improved_eci.icc“ für Offsetdruck zu erstellen. Umschlag: sind im 4-Farbmodus auf Basis des Standards „ISOcoated_v2_eci.icc“ für Offsetdruck zu erstellen. Die entsprechenden Profile werden unter www.eci.org zum Download angeboten. Geringe Tonwertabweichungen sind im Toleranzbereich des Rollenoffsetdrucks begründet. Schwarzvolltonflächen sollen mit 40% Raster im cyan unterlegt werden.
---------------	---

FTP-Zugang: auf Anfrage

Beilagen / Einhefter / Einkleber / CDs

Beilagen:

Minimales Format:	105 mm Breite x 148 mm Höhe
Maximales Format:	in Höhe und Breite jeweils 10 mm kleiner als das Trägerprodukt
Minimales Gewicht:	150 g/qm für Einzelblatt
Maximales Gewicht:	auf Anfrage
Positionierung:	bestmöglich

Beilagen müssen beschnitten und gefalzt als fertige Endprodukte angeliefert werden und für die maschinelle Verarbeitung geeignet sein.

Belegungsmöglichkeiten: Druckauflage oder Teilaufgabe nach PLZ- oder Nielsen-Gebiet.

Einhefter:

Umfang:	4 Seiten (mehr Seiten auf Anfrage)
Minimales Format:	105 mm Breite x 148 mm Höhe
Maximales Format:	Format des Trägerproduktes
Angeschnittene Seiten müssen einen Beschchnitt von 5 mm aufweisen.	
Minimales Gewicht:	für 4-seitige Produkte 100 g/qm
Platzierung zwischen den verschiedenen Bogenteilen.	

Einhefter müssen gefalzt und im unbeschnittenen Format angeliefert werden und für die maschinelle Verarbeitung geeignet sein.

Einkleber:

Gefalzte Produkte müssen zum Bund hin geschlossen und für die maschinelle Verarbeitung geeignet sein. Positionierung und Formate auf Anfrage.

Belegungsmöglichkeiten: Druckauflage und Teilaufgabe der Einkleber nach PLZ- oder Nielsen-Gebieten.

CDs:

Positionierung auf Anfrage.

Anlieferungstermin und Lieferadresse für Einhefter, Beilagen, aufgeklebte Werbemittel:


Den Anlieferungstermin- und bedingungen erfragen Sie bitte bei den Ihnen bekannten Ansprechpartnern.

hofmann infocom GmbH, Emmericher Str. 10, 90411 Nürnberg

Liefervermerk: Beleger/Einhefter KUNDE, für MEDIZINGELEKTRONIK-Ausgabe xy/2018

Wide Skyscraper 1
€ 160,-

Super-/Leaderboard €320,- /250,-



Wide Skyscraper 1 € 160,-

Rectangle 300 x 200 € 190,-

Half Page € 290,-

Medium Rectangle € 380,-

Ad Words € 70,-

Flashbar € 470,-

Wide Skyscraper 2
€ 80,-

Newsletter: Themen und Termine

KW	Datum	Thema
JANUAR		
3	17.01.2018	Antriebstechnik
4	24.01.2018	Stromversorgung
5	31.01.2018	Wearables
FEBRUAR		
6	07.02.2018	Messtechnik/Sensoren
8	21.02.2018	Vorberichte embedded world
MÄRZ		
10	07.03.2018	Elektromechanik
12	14.03.2018	Bildverarbeitung
13	21.03.2018	Medizin 4.0
APRIL		
14	04.04.2018	Vorberichte MT-CONNECT
15	11.04.2018	Vorberichte Medtec
16	18.04.2018	Vorberichte Hannover Messe
17	25.04.2018	Messtechnik/Sensoren
MAI		
18	02.05.2018	Stromversorgung
20	16.05.2018	Elektronikfertigung
22	30.05.2018	Vorberichte PCIM
JUNI		
23	06.06.2018	Medizin 4.0
24	13.06.2018	Vorberichte SENSOR + TEST
25	20.06.2018	Verbindungstechnik
26	27.06.2018	Halbleiter

KW	Datum	Thema
JULI		
28	11.07.2018	Embedded Systeme
30	25.07.2018	Bildverarbeitung
AUGUST		
32	08.08.2018	Stromversorgung
34	22.08.2018	Messtechnik/Sensoren
SEPTEMBER		
36	05.09.2018	Elektronikfertigung
37	12.09.2018	Wearables
38	19.09.2018	Elektromechanik
39	26.09.2018	Medizin 4.0
OKTOBER		
40	02.10.2018	Stromversorgung
41	10.10.2018	Halbleiter
42	17.10.2018	Embedded Systeme
43	24.10.2018	Vorberichte COMPAMED
NOVEMBER		
44	07.11.2018	Vorberichte electronica
46	14.11.2018	Vorberichte SPS/IPC/Drives
48	28.11.2018	Stromversorgung
DEZEMBER		
49	05.12.2018	Passive Bauelemente
50	12.12.2018	Messtechnik/Sensoren

Einen Showroom mit allen unserer Online-Werbeformen finden Sie unter www.medin-und-elektronik.de/media/showroom

7

Newsletterwerbung

Der zweiwöchentliche medizin-und-elektronik.de-Newsletter erreicht mehr als 24.000 Empfänger (Stand 08/2017) und bietet mit aktuellen Trends, Produkten und Fachthemen eine zielgenaue Kommunikationsmöglichkeit für Werbetreibende.

Premium-Platzierung

Sonderplatzierung von Textanzeige, Wide Skyscraper oder Rectangle unter oder neben dem Editorial an erster Stelle

€ 2.090,-

Textanzeige

(max. 500 Zeichen), max. 3 Textanzeigen pro Newsletter, max. 1 Link pro Textanzeige, Firmenlogo und Produktabbildung (je 150 x 50 Pixel, max. 60 KB), Dateiformat: PNG, JPEG, GIF*

Alternativ Anlieferung der Textanzeige als fertiger Banner mit den Maßen 708 x 250 Pixel

€ 1.790,-

Termine im Newsletter

Headline mit max. 70 Zeichen, Datum und Veranstaltungsort mit je max. 35 Zeichen

€ 390,-



Leaderboard

(728 x 90 Pixel, max. 60 KB), Dateiformat: PNG, JPEG, HTML, GIF*

€ 2.090,-

Billboard

(728 x 200 Pixel, max. 60 KB), Dateiformat: PNG, JPEG, HTML, GIF*

€ 1.790,-

Ad Words mit Logo im Newsletter

Überschrift plus 2 Zeilen und Anzeigen-URL.

Pro Zeile 25 Zeichen inklusive Leerzeichen.

Logo 67 x 62 Pixel, max. 60 KB

€ 500,-

Exklusiv-Sponsoring

3 Insertionsformen nach Wahl, 3 redaktionelle Erwähnungen, Erwähnung in der Betreffzeile

€ 4.590,- (nicht rabattfähig)

Customized Newsletter

Teilempfänger Produktinteresse

Grundpreis: € 1.490,- (nicht rabattfähig)

Je Tausend Empfänger: € 280,- (nicht rabattfähig)

Exklusiv-Sponsoring € 4.590,-

3 Insertionsformen nach Wahl

+ **exklusiv**

Redaktionelle Leistungen:

- 1 Produktmeldung
- 1 Newsmeldung
- 1 Fachartikel
- Erwähnung in der Betreffzeile

(nicht rabattfähig)

Die MEDIZIN+elektronik-Redaktion behält sich das Recht vor, die Beiträge nach Absprache mit dem Kunden zu überarbeiten.

* GIF nur ohne Animation



Einen Showroom mit allen unserer Online-Werbeformen finden Sie unter www.medizin-und-elektronik.de/media/showroom



Ihre Event-Partner

Die Abteilung Events veranstaltet in enger Zusammenarbeit mit der jeweils verantwortlichen Redaktion unserer Fachmedien jährlich rund 20 nationale und internationale Fachkongresse und Intensivseminare.

Ausstellung und Sponsoring

Zu unseren Veranstaltungen bieten begleitende Fachausstellungen einzigartige Gelegenheiten, die ebenso kompetente wie interessierte Zielgruppe der Teilnehmer gezielt und ohne Streuverlust persönlich anzusprechen.

Begleiten Sie Ihre Kunden bei der Bewältigung der aktuellen technischen Herausforderungen und präsentieren Sie Ihre Produkte, Systeme und Dienstleistungen rund um das jeweilige Konferenzthema.

Diverse Sponsoringformate bieten Gelegenheit für einen maßgeschneiderten Marketingauftritt. Von Kongresstaschen, Stiften & Blöcken, Lanyards, über gesponserte Kaffee-, Mittagspausen oder ein Get-Together bis hin zu Beilagen in den Konferenzunterlagen, Online-Bannern oder „Banner-Ups“: Mit einem Sponsoring investieren Sie in Ihr Unternehmensimage!

Neben den WEKA-Eigenveranstaltungen bieten wir unsere Leistungen auch je nach Kundenwunsch modulweise oder als „Rundum-Sorglos-Paket“ (Full-Service-Konzept) genau auf Ihre Unternehmensbedürfnisse zugeschnitten an.

Ihre Vorteile auf einen Blick:

- ▶ Starke Marken!
- ▶ Qualifizierte und personalisierte Adressen im B2B-Bereich!
- ▶ Hochkarätiges Netzwerk aus Referenten, Sponsoren und Ausstellern in der Industrie, Wissenschaft und Multiplikatoren (Verbände)!
- ▶ Umfangreiches Netzwerk an Dienstleistern (wie Locations, Catering, Technik, Layout)!
- ▶ Über 20-jährige Erfahrung im Veranstaltungsmanagement!

Sprechen Sie uns an!

Kontakt: Corina Prell, Sales Manager Events
Telefon: +49 89 25556-1393
Email: cprell@weka-fachmedien.de

Die aktuellen Events und Entwicklerforen
der WEKA FACHMEDIEN GmbH finden Sie unter
www.weka-fachmedien.de/events

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen und Werbung der WEKA FACHMEDIEN GmbH (Stand: August 2017)

1. „Auftrag“ im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbenden oder sonstigen Inserenten in den Zeitschriften des Verlages zum Zwecke der Verbreitung und über die Schaltung von Online-Werbung auf Webseiten des Verlages. Diese Bedingungen gelten auch für Aufträge über Fremdleistungen in den vom Verlag herausgegebenen Zeitschriften. Von der Online-Werbung umfasst sind Werbeanbieter, Pop-Ups, Special-Interest- und Keyword-Platzierungen.
2. Abweichende, entgegenstehende oder ergänzende Allgemeine Geschäftsbedingungen von Werbekunden werden nicht Vertragsbestandteil, es sei denn, der Verlag stimmt ihrer Geltung ausdrücklich zu.
3. Der Verlag ist nicht verpflichtet, die vorliegenden Bedingungen jederzeit zu ändern. Er wird seine Kunden indes rechtzeitig, spätestens einen Monat vorher, über die Änderung unterrichten. Der Verlag ist insbesondere berechtigt, im Falle der Unwirksamkeit einer Bedingung diese mit Wirkung für bestehende Verträge zu ergänzen oder zu ersetzen und bei Änderung einer gesetzlichen Vorschrift oder höchstrichterlichen Rechtsprechung, wenn durch diese Änderung eine oder mehrere Bedingungen des Vertragsverhältnisses betroffen werden, die betroffenen Bedingungen so anzupassen, wie es dem Zweck der geänderten Rechtslage entspricht.
4. Der Auftrag kommt mit Annahme des Kundenauftrags durch den Verlag zustande. Die Annahme kann schriftlich oder per E-Mail erfolgen.
5. Wenn eine Werbeanbieter Werbeaufträge für Dritte beauftragt, kommt der Vertrag grundsätzlich mit der Werbeanbieter, nicht mit deren Auftraggeber zustande. Soll der Auftraggeber der Werbeanbieter Vertragspartner werden, muss dieser von der Agentur als Auftraggeber namentlich benannt werden und die Auftragserteilung an die Werbeanbieter schriftlich nachweisen.
6. Werbemittel und Werbeanzeigen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungsstrebenden an die Preisliste des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Vermittlungsgebühr darf an den Kunden weder ganz noch teilweise weiter gegeben werden.
7. Für die Aufnahme von Anzeigen in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Zeitschriften besteht kein Anspruch. Dem Verlag steht es frei, die Schaltung einer Anzeige an geeigneter Stelle vorzunehmen, es sei denn, die Schaltung wurde für eine bestimmte Nummer, in einer bestimmten Ausgabe oder für einen bestimmten Platz der betreffenden Zeitschrift vereinbart.
Voraussetzung hierfür ist die rechtzeitige Lieferung der Druckunterlagen und der Aufträge an einer bestimmten Position der jeweiligen Webseite. Verschiebungen der Erscheinungsdaten der Online-Werbung aus technischen oder anderen nachvollziehbaren Gründen behält sich der Verlag vor.
8. Eine Platzierung der Online-Werbung wird nach billigem Ermessen unter größtmöglicher Berücksichtigung der Interessen des Kunden vorgenommen. Der Kunde hat keinen Anspruch auf eine bestimmte Position der jeweiligen Webseite.
Verschiebungen der Erscheinungsdaten der Online-Werbung aus technischen oder anderen nachvollziehbaren Gründen behält sich der Verlag vor.
9. Der Kunde kann Werbeaufträge für Online-Werbung nach Vertragsschluss stornieren. Die Stornierung muss schriftlich erfolgen. Der Verlag wird unverzüglich nach Eingang der Stornierung die Schaltung der Online-Werbung beenden.
10. Stornobedingungen online: Eine Stornierung bis zum Auftragsbeginn ist kostenfrei möglich. Bei einer kürzerfristigen Stornierung ist der Verlag berechtigt, folgende Kosten in Rechnung zu stellen:
 - bei einer Stornierung weniger als zwei Wochen vor Schaltungsbeginn 30 % des Netto-Auftragswertes;
 - bei einer Stornierung ab einer Woche vor Schaltungsbeginn 50 % des Netto-Auftragswertes;
 - bei einer Stornierung nach Schaltungsbeginn 50 % des Netto-Auftragswertes, bis zum Zeitpunkt der Beendigung der Schaltung der Online-Werbung noch aussteht. Daneben wird der Preis für die bereits geschaltete Online-Werbung in Rechnung gestellt.Stornobedingungen print: Eine Stornierung bis zum Anzeigebisstermin ist ohne Gebühr möglich.
11. Abweichend von den vorstehenden Regelungen ist eine kostenlose Stornierung bei Terminbuchungen nur bis spätestens zwei Wochen vor dem Schaltungstermin möglich.
12. Der Verlag behält sich vor, Anzeigenaufträge – auch einzelne Schaltungen, Anzeigentexte und Beilagenaufträge wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Verlages abzuhaken, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Verfügungen verstößt, deren Veröffentlichung gegen das Verbot der Verurteilung zum Tode verstößt, gegen die Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Modells der Beilage oder deren Billigung abzuhaken. Beilagen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandsteils der Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, können vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ kenntlich gemacht werden. Soweit „Online-Werbung“ nicht offensichtlich als Werbung gekennzeichnet ist, kann der Verlag die Kennzeichnung mit dem Wort „Anzeige“ kennzeichnen und/oder redaktionellen Inhalt räumlich absetzen, um den Werberachatter zu verdeutlichen.
13. Der Kunde ist für die rechtzeitige Lieferung einwandfreier Druckunterlagen oder Beilagen bzw. für die rechtzeitige Lieferung der für die Online-Werbung erforderlichen Materialien verantwortlich. Bei der Anlieferung von digitalen Druckunterlagen ist der Kunde verpflichtet, ordnungsgemäße, insbesondere dem Format oder den technischen Vorgaben des Verlages entsprechende Vorlagen rechtzeitig zum Druckunterlagenschluss anzuliefern.
14. Sämtliche Leistungen des Verlages stehen unter dem Vorbehalt der rechtzeitigen Erfüllung und Vornahme der Pflichten und Mitwirkungsschuldungen des Kunden. Für audio- bzw. videoverlinkte Werbung (z. B. Banner, bei deren Anklicken sich ein Pop-Up-Fenster öffnet, in welchem Audio- bzw. Videoinhalte wiedergegeben werden) ist der Kunde dafür verantwortlich, dass die erforderlichen Vereinbarungen mit der GEMA oder anderen Urheberrechtsverbänden bzw. Urheberrechtlich betroffenen sind.
15. Bei der Übermittlung von mehreren zusammengehörenden Dateien hat der Kunde dafür Sorge zu tragen, dass diese Daten innerhalb eines gemeinsamen Verzeichnisses (Ordner) gesendet bzw. gespeichert werden.
16. Digitale Werbeaufträge Druckvorlagen für Farbanzeigen können nur mit einem auf Papier gelieferten Farv-Proof zuverlässig verarbeitet werden. Ohne Farb-Proof sind Farbabweichungen unvermeidlich, die keinen Preiserminderungsanspruch auslösen können. In jedem Fall ist ein Ausdruck per Fax an die Druckerei zu senden, um die sachliche Richtigkeit überprüfen zu können. Ein Korrekturfax muss vom Kunden ausdrücklich angefordert werden. Nur bei wichtiger Farbpassung ist eine farblich richtige Umsetzung in üblichen Toleranzen gewährleistet.
17. Der Kunde hat vor einer digitalen Übermittlung von Druckvorlagen dafür Sorge zu tragen, dass die übermittelten Dateien frei von eventuellen Computerviren sind. Entdeckt der Verlag auf einer per E-Mail übermittelten Datei Computerviren, wird diese Datei sofort gelöscht, ohne dass der Kunde hieraus Ansprüche geltend machen kann. Der Verlag behält sich zudem vor, den Kunden auf Schadensersatz in Anspruch zu nehmen, wenn durch solche Viren Schäden am Verlag oder an Dritten entstanden sind.
18. Werden digitale übermittelte Druckvorlagen per Datenträger an den Verlag übermittelt, werden diese nur auf besonderen Wunsch an den Kunden zurückgeschickt.
19. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen bzw. Werbemittel hat der Kunde nach Aufforderung durch den Verlag unverzüglich Ersatz zu leisten. Kosten für die Anfertigung bestellter Druckunterlagen bzw. für die Herstellung bestellter Werbemittel sowie für vom Kunden gewünschte Nacharbeiten werden dem Kunden in Rechnung gestellt. Druckunterlagen bzw. Werbemittel zu verschicken, die wesentliche erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Kunde zu tragen. Sind etwaige Mängel bei den Druckunterlagen bzw. Werbemitteln nicht sofort erkennbar, sondern werden erst beim Druckvorgang bzw. bei der Schaltung deutlich, so stehen dem Kunden bei ungenügendem Abdruck bzw. mangelhafter Schaltung keine Ansprüche zu.
20. Der Kunde versichert, dass er uneingeschränkter Inhaber aller für die Veröffentlichung und Verbreitung erforderlichen Nutzungsrechte an den Werbemitteln ist. Er stellt den Verlag insofern von allen Ansprüchen Dritter frei und gewährt dem Verlag die zur Veröffentlichung der Werbemittel erforderlichen Verwertungsrechte.
21. Der Kunde sichert zu, dass er berechtigt ist, die mit der Online-Werbung verbundenen Hyperlinks zu setzen. Der Kunde sichert ferner zu, die anwendbaren datenschutzrechtlichen Bestimmungen – insbesondere des Bundes- und Telemedienspezifischer Datenschutzgesetze – einzuhalten und diese Verpflichtung auch seinen Mitarbeitern aufzuerlegen. Sollte der Kunde durch Verwendung spezieller Techniken, wie z. B. dem Einsatz von Cookies oder Zahlplänen, Daten aus der Schaltung von Werbemitteln auf den Online-Angeboten des Verlages gewinnen oder sammeln, soll dies ebenfalls für das bei Erhebung, Verarbeitung und Nutzung von personenbezogenen Daten die Vorgaben des Telemediengesetzes (TMG) bzw. des Rundfunkstaatsvertrages (RStV) sowie des Bundesdatenschutzgesetzes (BDSG) einhalten wird.
22. Der Kunde hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder bei unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Abdruck einer einwandfreien Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beibrächtig wurde. Lässt der Verlag eine ihm hierfür gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Kunde ein Recht auf Herabsetzung der Vergütung durch Minderung oder Rückgang des Auftrages (Wandlung).
23. Bei Mängeln der Online-Werbung leistet der Verlag nach seiner Wahl zunächst Nachbesserung oder Ersatzlieferung. Schlägt die Nacherfüllung fehl, kann der Kunde nach seiner Wahl Herabsetzung der Vergütung (Minderung) oder Rückgängigmachung des Vertrages (Wandlung) verlangen.
24. Der Kunde muss offensichtliche Mängel der Online-Werbung innerhalb einer Frist von drei Werktagen ab Lifeschaltung der Online-Werbung schriftlich anzeigen; anderenfalls ist die Geltendmachung des Gewährleistungsanspruchs ausgeschlossen.
25. Im Übrigen haftet der Verlag nur, soweit ihm, seinen Erfüllungsgehilfen und/oder gesetzlichen Vertretern ein vorsätzliches oder grob fahrlässiges Verhalten zur Last fällt. Dies gilt nicht, soweit Hauptleistungspflichten des Vertrages durch den Verlag verletzt werden.
26. Im Falle leichter Fahrlässigkeit ist eine Haftung des Verlages und/oder seiner Erfüllungsgehilfen und gesetzlichen Vertretern bei Vermögensschäden hinsichtlich mittelbarer Schäden, insbesondere bei Folgeschäden, unvorhersehbarer Schäden oder untypischer Schäden sowie entgangener Gewinne ausgeschlossen. Im Übrigen ist bei Vermögensschäden im Falle leichter Fahrlässigkeit die Haftung des Verlages auf die vom Kunden zu zahlende Vergütung begrenzt. Bei Ansprüchen nach dem Produkthaftungsgesetz sowie bei einer Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit haftet der Verlag nach den gesetzlichen Vorschriften.
27. Alle Ansprüche des Kunden gegen den Verlag wegen Schlechtleistung oder Mängeln der Online-Werbung verjähren ein Jahr nach Anspruchserhebung. Bei sonstigen Ansprüchen des Kunden gegen den Verlag, insbesondere hinsichtlich des vorsätzlichen Verhaltens des Kunden, verjähren diese Ansprüche ab dem Probabzugeschluss. Der Kunde trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zugesagten Probabzüge. Der Verlag berechnigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm bis zum Druckunterlagenschluss oder innerhalb einer zwischen den Parteien vereinbarten Frist mitgeteilt werden.
29. Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.
30. Der Kunde ist schriftlich Vorauszahlung leistend, wird die Rechnung sofort, möglichst aber 14 Tage nach Veröffentlichung der Anzeige über sandt. Die Preise für die Werbemittel ergeben sich aus der jeweils gültigen Preisliste. Bei Änderungen gelten die neuen Bedingungen bei Preisreissen- konen auch für laufende Aufträge sofort, bei Preisreissen ohne einen Monat nach Bekanntgabe der jeweils gültigen Bedingungen. Soweit bei der Online-Werbung die Vergütung auf TKP-Basis berechnet wird, informiert der Verlag den Kunden auf Anforderung über die Anzahl der Adresspressen, der AdClicks sowie über die AdClick-Rate (Verhältnis von AdClicks zu AdImpressions) der Webseiten, auf denen die Online-Werbung des Kunden platziert ist bzw., soweit die Vergütung auf Pay-per-Click-Basis berechnet wird, über die Zahl der tatsächlichen Clicks.
31. Die Rechnung ist innerhalb der auf der Preisliste ersichtlichen Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall schriftlich eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt. Vereinbarte oder eingeräumte Nachlässe für die Schaltung mehrerer Werbemittel oder bei Abschluss von Rahmenaufträgen gelten nur bei Einhaltung der jeweiligen Menge und des zeitlichen Rahmens bei Nichterhaltung der vereinbarten Menge oder des zeitlichen Rahmens, in dem der Kunde berechtigt, den Nachlass anteilig nach dem Unterschied zwischen dem gewählten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass nachzubuchen.
32. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen in Höhe von 8 % über dem Basiszinssatz bzw., falls der Kunde Verbraucher im Sinne von § 13 BGB ist, in Höhe von 5 % über dem Basiszinssatz berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages und der während der Belegung des Auftrages verbleibenden restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Kunden ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Anzeigenabschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Voraussetzung des Betrages zum Anzeigenschluss und von dem Ausgleich offen stehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.
33. Der Verlag liefert auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages werden Anzeigenauschnitte, Belegexemplare oder vollständige Belegnummern geliefert. Wenn ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechts verbindliche Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.
34. Bei Ziffernanzeigen werden der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Eilbriefe auf Ziffernanzeigen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet. Die Eingänge aus Ziffernanzeigen werden vier Wochen aufbewahrt. Zuschriften, die in dieser Zeit nicht abgeholt werden, werden vernichtet.
35. Wird für konzernverbundene Unternehmen eine gemeinsame Rabattierung beansprucht, ist der schriftliche Nachweis des Konzernstatus des Kunden erforderlich. Konzernverbundene Unternehmen im Sinne dieser Bestimmung sind Unternehmen, zwischen denen eine kapitalmäßige Beteiligung von mindestens 50 % besteht. Der Nachweis muss vor Inanspruchnahme des Konzernrabatts erbracht werden. Konzernrabatte betreffen in jedem Fall der ausdrücklichen schriftlichen Bestätigung des Verlages. Die Beendigung der Konzernzugehörigkeit ist unverzüglich anzuzeigen; mit der Beendigung der Konzernzugehörigkeit endet auch die Konzernrabattierung.
36. Durch höhere Gewalt (Streik, Aussperrung, Betriebsstörungen etc.) entretende Leistungsverzögerungen sind vom Verlag nicht zu vertreten. Der Verlag kann nach Wegfall des Ereignisses Anzeigen in der nächst möglichen Ausgabe der Druckerschrift und Online-Werbemittel unverzüglich veröffentlicht oder ganz oder teilweise vom Vertrag zurücktreten. Schadensersatzansprüche stehen dem Kunden insofern nicht zu.
37. Änderungen oder Ergänzungen dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen müssen schriftlich, per Telefax oder per E-Mail erfolgen. Das gilt auch für die Preisänderungen.
38. Eine etwaige Unwirksamkeit einer Bestimmung dieser Bedingungen berührt nicht die Wirksamkeit der übrigen Bestimmungen. Unwirksame Bestimmungen sind durch solche zu ersetzen, die der beabsichtigten wirtschaftlichen Bedeutung der unwirksamen Bestimmung am nächsten kommen.
39. Gerichtsstand ist der Sitz des Verlages, wenn der Kunde Kaufmann im Sinne des Handelsgesetzbuches, juristische Person des öffentlichen Rechts oder öffentlich-rechtliches Sondervermögen ist. Gleiches gilt, soweit der Kunde bei Klageerhebung einen Sitz oder gewöhnlichen Aufenthaltsort in der Bundesrepublik Deutschland hat.
40. Es gilt das Recht der Bundesrepublik Deutschland unter Ausschluss des UN-Kaufrechts.



Medizin+elektronik,
das Fachmedium für Elektronik
in der Medizintechnik



Der aktuelle Webservice
medizin-und-elektronik.de

MEDIZIN+elektronik
Fachmedium für Elektronik in der Medizintechnik



Der Newsletter von
medizin-und-elektronik.de

Ihre crossmediale
Marke

Offizieller Medienpartner



MEDIZIN+elektronik
Fachmedium für Elektronik in der Medizintechnik

Mediaberatung MEDIZIN+elektronik

Richard-Reitzner-Allee 2 · 85540 Haar

Telefon +49 89 25556-1376

Fax +49 89 25556-1651

E-Mail: media@medizin-und-elektronik.de

www.medizin-und-elektronik.de

www.weka-fachmedien.de