



orale implantologie

01 2020

Recht: Antibiotikum-Rezept nicht ausgehändigt?

Geistlich Biomaterials: Konferenz zum Thema Reparatur-Chirurgie

Straumann Group: Mit Sofortimplantation auf der Überholspur



MEDIA DATEN 2021

Sofortimp



Print & Digital Nr. 1

Gültig ab 01. September 2020

Herausgeber

Prof. Dr. med. dent. Rolf Hinz, Herne

Verlag aller Titel

Zahnärztlicher Fach-Verlag GmbH

Geschäftsführer:

Prof. Dr. med. dent. Rolf Hinz

Dr. Ingo-Wolfram Paeske

Joachim Bohl

Friedrich der Große 64, 44628 Herne

Telefon: +49 (0) 2323 593-281

Telefax: +49 (0) 2323 593-156

E-Mail: mediateam@dzw.de

Internet: dzw.de

Redaktion

dzw – Die ZahnarztWoche

Chefredakteur: Marc Oliver Pick

Friedrich der Große 64, 44628 Herne

Telefon: +49 (0) 2323 593-350

E-Mail: redaktion@dzw.de

Ansprechpartner Print & Digital:

Lars Lehmannski

Verlagsleiter Vertrieb

E-Mail: l.lehmannski@dzw.de

Telefon: +49 (0) 2323 593-281

Mobil: +49 (0) 176 15504602

Suzan Reichberg

Vertriebsleitung

E-Mail: s.reichberg@dzw.de

Telefon: +49 (0) 2323 593-225

Mobil: +49 (0) 151 67549399

Cornelia Tockenbürger

Mediaberaterin

E-Mail: c.tockenbuenger@dzw.de

Telefon: +49 (0) 2323 593-137

Mobil: +49 (0) 151 55046740

Frank Hönicke

Mediaberater

E-Mail: f.hoenicke@dzw.de

Telefon: +49 (0) 2323 593-220

Programmheft HARANNI ACADEMIE

Schulstraße 30

44623 Herne

Telefon: +49 (0) 23 23 94 68-300

Telefax: +49 (0) 23 23 94 68-333

E-Mail: info@haranni-academie.de

prophylaxe impuls

Wissensch. Redaktion:

Prof. Dr. Stefan Zimmer

Universität Witten/Herdecke,

Abteilung für Zahnerhaltung und

Präventive Zahnmedizin

Alfred-Herrhausen-Str. 50 · 58448 Witten

Telefon: +49 (0) 2302 926660

Telefax: +49 (0) 2302 926661

E-Mail: Stefan.Zimmer@uni-wh.de

Praxis Redaktion

Hedi von Bergh hpcm GmbH

Bismarckstr. 83 · 10627 Berlin

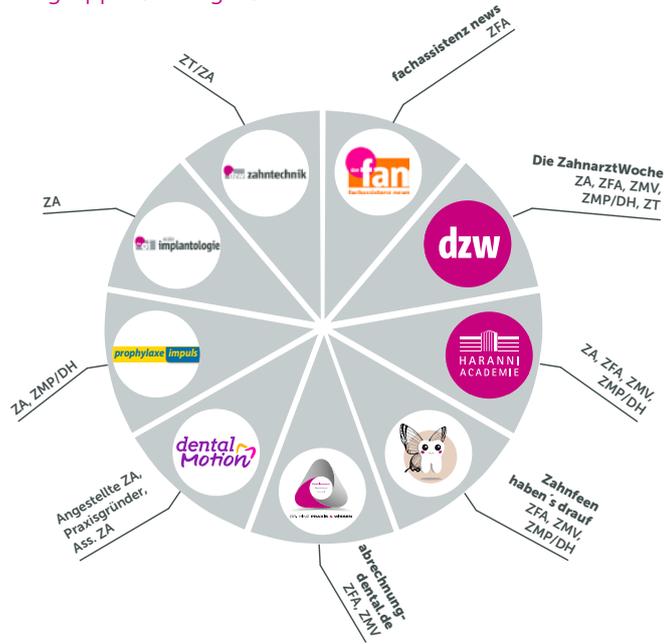
Telefon: +49 (0) 30 30127881

Telefax: +49 (0) 30 30127882

E-Mail: hpcm-hp@t-online.de

dzw family

Zielgruppen/Auflagen/Abonnenten



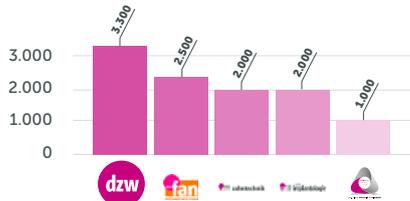
Druckauflage/
Ausgabe



Page
Impressions/
Monat



Newsletter-
Empfänger



Abonnenten



Monat	Ausgabe dzw	ET*	AS*	oi*	Monat	Ausgabe dzw	ET*	AS*	oi*
Januar	1-2/2021	13.01.2021	02.01.2021		Juli	26-27/2021	07.07.2021	25.06.2021	
	3-4/2021	27.01.2021	15.01.2021	orale implantologie Fokus: minimal-invasive Verfahren		28-30/2021	14.07.2021	02.07.2021	
Februar	5/2021	03.02.2021	22.01.2021		August	31-33/2021	11.08.2021	30.07.2021	
	6/2021	10.02.2021	29.01.2021		34/2021	25.08.2021	13.08.2021		
	7/2021	17.02.2021	05.02.2021		September	35/2021	01.09.2021	20.08.2021	
	8/2021	24.02.2021	12.02.2021		36/2021	08.09.2021	27.08.2021		
März	9/2021	03.03.2021	19.02.2021	orale implantologie Fokus: Augmentation/Membran	37/2021	15.09.2021	03.09.2021		
	10/2021	10.03.2021	26.02.2021		38/2021	22.09.2021	10.09.2021	orale implantologie Fokus: Digitale Planung	
	11/2021	17.03.2021	05.03.2021		39/2021	29.09.2021	17.09.2021		
	12/2021	24.03.2021	12.03.2021		Oktober	40/2021	06.10.2021	24.09.2021	
	13/2021	31.03.2021	19.03.2021		41/2021	13.10.2021	01.10.2021		
April	14/2021	07.04.2021	26.03.2021		42/2021	20.10.2021	08.10.2021		
	15/2021	14.04.2021	01.04.2021	orale implantologie Fokus: Implantologie – Prothetik	43/2021	27.10.2021	15.10.2021	orale implantologie Fokus: Metallfreie Versorgung	
	16-17/2021	28.04.2021	16.04.2021		November	44/2021	03.11.2021	22.10.2021	
Mai	18/2021	05.05.2021	23.04.2021		45/2021	10.11.2021	29.10.2021		
	19/2021	12.05.2021	30.04.2021		46/2021	17.11.2021	05.11.2021		
	20/2021	19.05.2021	07.05.2021		47/2021	24.11.2021	12.11.2021	orale implantologie Fokus: „Alles ohne Gewinde“	
	21/2021	26.05.2021	14.05.2021		Dezember	48-49/2021	08.12.2021	26.11.2021	
Juni	22/2021	02.06.2021	21.05.2021		50-52/2021	22.12.2021	10.12.2021		
	23/2021	09.06.2021	28.05.2021						
	24-25/2021	23.06.2021	11.06.2021						

* ET = Erscheinungstermin, AS = Anzeigenschluss,
oi = dzw – orale implantologie

dzw – orale implantologie erscheint als Themenbuch 6x jährlich in der dzw – Die ZahnarztWoche und ist in unserem 360°-Konzept (s. nächste Seite) eingebunden.

Anwenderberichte, neue Verfahren und Protokolle, Produktneuheiten, Veranstaltungsankündigungen und -nachberichte, besondere Herausforderungen und ihre Lösung durch das Team Zahnarzt/Zahntechniker, aber auch Abrechnungstipps und Juristisches bilden die Schwerpunkte im „Themenbuch dzw – orale implantologie“.



Schwerpunktthemen 2021

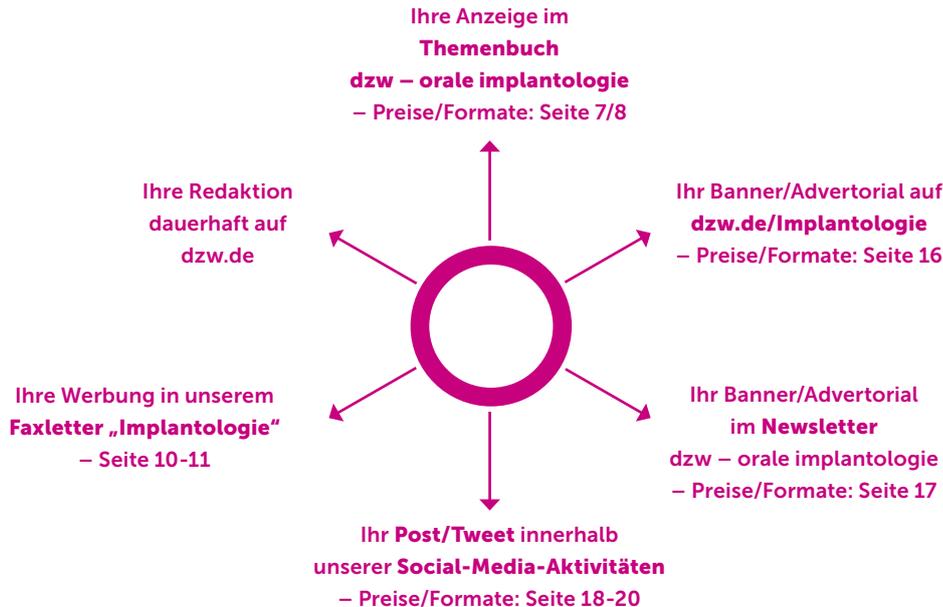
Ausgaben		ET*	AS*	Fokus
Januar	3-4/2021	27.01.2021	15.01.2021	Minimal-invasive Verfahren
März	9/2021	03.03.2021	19.02.2021	Augmentation/Membran
April	15/2021	14.04.2021	01.04.2021	Implantat-Prothetik
September	38/2021	22.09.2021	10.09.2021	Digitale Planung
Oktober	43/2021	27.10.2021	15.10.2021	Metallfreie Versorgung
November	47/2021	24.11.2021	12.11.2021	„Alles ohne Gewinde“

dzw – orale implantologie – DAS 360°-KONZEPT

Preisliste Nr. 32, gültig ab 01.09.2020

Mit 360°-Implantologie setzen wir bei den Themen der dzw – orale implantologie auf Multi-Channel-Marketing. Um im Multi-Channel-Marketing erfolgreich zu sein, ist eine gewissenhafte Planung und Verdrahtung der verschiedenen Kommunikationskanäle unumgänglich geworden. Hier setzt unser 360°-Implantologie-Konzept bei unserem Themenbuch der dzw – orale implantologie an.

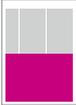
Es beinhaltet folgende Channels:



Ihr individuelles Konzept stimmen wir gerne mit Ihnen ab.

ANZEIGENPREISE/dzw – Die ZahnarztWoche inklusive dzw – orale implantologie

Preisliste Nr. 32, gültig ab 01.09.2020

	Format	Satzspiegel (B x H in mm)	Anzeigen im Anschnitt (B x H in mm) zzgl. 5 mm Beschnitt	Preis € (zzgl. MwSt.)
	Titelkopf- anzeige	104 x 30		3.500,-
	Titelfuß- anzeige rechts	104 x 90 optional auf Anfrage		3.430,-
	Titelfuß- anzeige quer	266 x 50		4.060,-
	1/1 Seite	266 x 369	300 x 430	7.290,-
	1/2 Seite hoch	131 x 369	149 x 430	4.660,-
	1/2 Seite quer	266 x 190	300 x 212	4.660,-
	Zeitschriften- format		175 x 260	4.660,-
	Panorama- format	350 x 230		7.680,-

Zuschlag für Anschnitt/
Überbundformat: 10%

Platzierungszuschlag:
10%

Rabatt Malstaffel:

3x -3 %

6x -5 %

12x -10 %

24x -15 %

40x -20 %

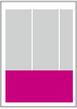
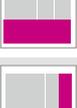
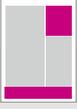
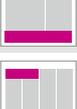
(bei Abnahme innerhalb
eines Insertions-Jahres)

Agenturprovision:

10 %

ANZEIGENPREISE/dzw – Die ZahnarztWoche inklusive dzw – orale implantologie

Preisliste Nr. 32, gültig ab 01.09.2020

	Format	Satzspiegel (B x H in mm)	Anzeigen im Anschnitt (B x H in mm) zzgl. 5 mm Beschnitt	Preis € (zzgl. MwSt.)
	2/5 Seite hoch	104 x 369	121 x 430	4.060,-
	1/3 Seite quer	266 x 126	300 x 148	3.540,-
	1/4 Seite hoch	131 x 185		2.970,-
	1/4 Seite quer	266 x 95	300 x 117	2.970,-
	1/5 Seite hoch	50 x 369		2.260,-
	1/8 Seite quer	266 x 50	300 x 70	1.590,-
	1/8 Seite hoch	104 x 120		1.590,-
	Kommentar- anzeige Seite 2	131 x 31		2.550,-

Rabatt Malstaffel:

3x -3 %

6x -5 %

12x -10 %

24x -15 %

40x -20 %

(bei Abnahme innerhalb
eines Insertion Jahres)

Agenturprovision:

10 %

BEILAGENPREISE/dzw – Die ZahnarztWoche

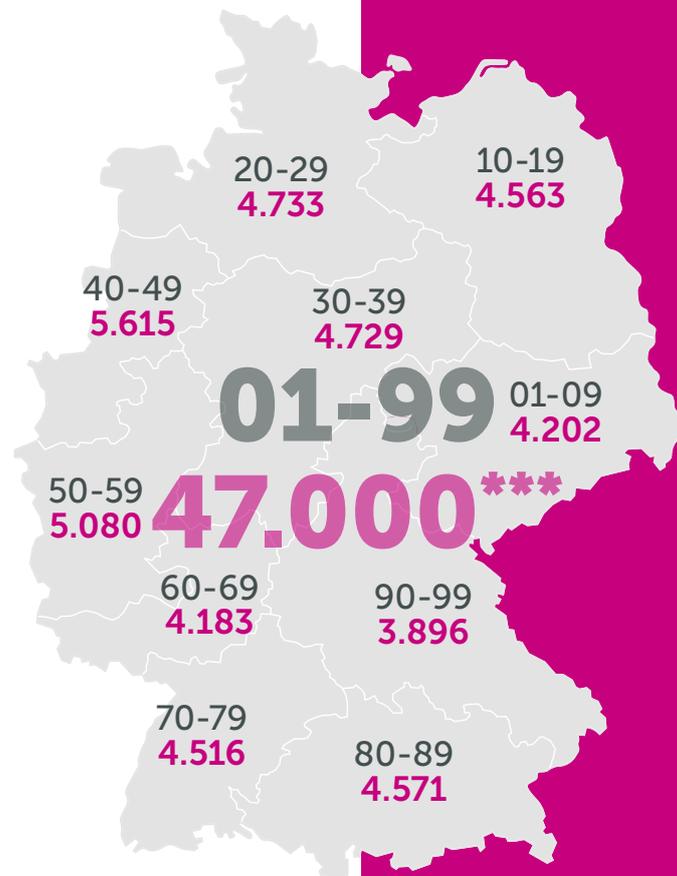
Preisliste Nr. 32, gültig ab 01.09.2020

Format	Auflage	Preis € pro Tsd. (zzgl. MwSt.)*
Beilage Höchstformat: 210 x 297 (DIN A4) Beilagengebühr je Gramm: (siehe zzgl. Preise ¹⁾ nach Gewicht inklusive gültiger Postgebühr)	Gesamt-Auflage oder mehr als 3 PLZ-Bereiche	122,-
	bis zu 3 PLZ-Bereiche	153,-
Beigeklebte Postkarte** (auf einer mindestens 1/2-seitigen Anzeige, nur im Querformat möglich)	Gesamt-Auflage oder mehr als 3 PLZ-Bereiche	66,-
	bis zu 3 PLZ-Bereiche	117,-

* zzgl. ggf. technischer Kosten

** Postkartenformat max. B 162mm x H 114mm = C6 (nur im Querformat möglich)

Preise ¹⁾ nach Gewicht/per 1.000 Stk. inklusive Postgebühr	
je Gramm	0,90 €



*** Druckauflage 47.000 Exemplare

Agenturprovision: 10 %

DIREKTMARKETING/dzw – Faxletter

Preisliste Nr. 32, gültig ab 01.09.2020

dzw

original **model-tray**-system
PRÄZISION OHNE PINS

20% Rabatt
Code MTO1/20

auf das **model-tray**®-Starterset
bis 31.01.2020

Präzision ohne Pins | 75% Zeit sparen | Passt für jeden Artikulator | Mehrfach nutzbar, BEL-strecksicher | Keine Entlastungsschicht nötig | Das klassische System im Laboralltag

Bestellung: 1 model-tray-Starterset
10 model-trays® normale Größe
5 model-trays® kleine Größe
15 Mono-Snapper zum Einarskulieren
1 model-positionierer zum Ausrichten
1 Hornhammer zum leichteren Entformen
* zzgl. Versand und MwSt. **86,00 € 76,00 €***

Name:
Straße/Hausnr.:
PLZ+Ort:
Datum/Stempel/Unterschrift:

Fax: 040-3990366-22 | online: www.model-tray.de | Tel. 0800-3381415

Der dzw – Faxletter ist ein Direkt-Marketing-Tool, bei dem Sie einen weiteren Kommunikationskanal nutzen können, um mit dem Praxisinhaber bzw. seinen Mitarbeitern in Kontakt zu treten. Nutzen Sie diese Möglichkeit, um Ihre Multichannel-Marketing-Strategie zu erweitern.

Die Mediennutzungsstudie LADent 2016 hat ergeben, dass – neben dem Internet und der E-Mail – das Fax in Zahnarztpraxen immer noch eines der wichtigsten Kommunikationsmittel ist. Ein Fax gilt als rechtssicher und lässt sich abheften. Grund genug, den dzw – Faxletter ins Leben zu rufen.

Mit den Faxletter erreichen Sie rund 19.500 Zahnärzte, darunter mehr als 6.100 Implantologen, 4.200 Kieferorthopäden und rund 2.900 Parodontologen sowie über 2.500 Dentallabore. Für den Empfänger ist der Faxletter denkbar einfach zu handhaben: Fax empfangen, Wunschangebot auswählen und ankreuzen, Praxisstempel anbringen, zurückfaxen – fertig.

Wir bieten Ihnen die Möglichkeit, mit bis zu 19.500 Zahnarztpraxen in Kontakt zu treten.

Oder Sie nutzen unsere Spezialverteiler „Zahntechnik“, „Implantologie“, „Kieferorthopädie“ oder „Parodontologie/Prophylaxe“.

Zielgruppe	Auflage	Preis € (zzgl. MwSt.)
Zahnarztpraxen allgemein	19.467	4.000,-
Zahntechnik	2.533	800,-
Implantologie	6.122	1.525,-
Kieferorthopädie	4.200	1.250,-
Parodontologie/Prophylaxe	3.289	900,-

Rabatt: 3x -5 % | 6x -10 % | 10x -15 % | 20x -20 %

Spezifikationen

Format	
Breite: 188 mm x Höhe: 262 mm, 1-seitig; Graustufen	druckreifes .pdf Version: 1.3
Bitte 14 Tage vor Versand-Datum anliefern!	

- Tipps:**
- Verwenden Sie eine deutliche Schriftart (Bsp. Arial min. 10 Punkt Größe)
 - Strichstärke Linien: min. 1 Pt.
 - Bilder mit hellen Farben oder Strichzeichnungen
 - Aufbau in Graustufen
 - Rückantwort nicht vergessen



dzw Die ZahnarztWoche

**orale
implantologie**

fan
fachassistenz news

dzw zahntechnik

prophylaxe impuls

**HARANNI
ACADEMIE**

Format:	300 x 430 mm	210 x 297 mm	210 x 297 mm	210 x 148 mm
Satzspiegel:	266 x 369 mm	183 x 245 mm	172,5 x 240 mm	
Spaltenanzahl:	5 Spalten à 50 mm	3 Spalten à 55 mm	3 Spalten à 53,5 mm	
Anzeigen-/ Druckunter- lagenschluss:	12 Tage vor Erscheinen	21 Tage vor Erscheinen	28 Tage vor Erscheinen	
Rücktrittsrecht:	bis Anzeigenschlusstermin			

Datenübermittlung Print (bitte ausschließlich an print@dhug.de)

Format: druckreifes pdf · Version: 1.3

Anzeigen im Anschnitt = Anschnittformat + 5 mm Beschnitt

Farbraum: CMYK

Auflösung der Bilder: 300 dpi

Bitte beachten Sie:

- die Schriften müssen eingebettet sein
- evtl. vorhandene Transparenzen reduzieren
- an die gelieferten pdf-Dokumente keine Profile anhängen und kein Farbmanagement verwenden.

Anforderungen an Druckunterlagen (alle Titel)

Druckverfahren: Offsetdruck, Zulieferung belichtungsfähiger Daten.

Bei Anfertigung der Druckvorlagen durch den Verlag werden die technischen Kosten gesondert nach Aufwand berechnet.

TECHNISCHE VORGABEN/Print/Zahlungsbedingungen & Bankverbindung

Eckdaten zur Anforderungen an Beilagen in der „dzw – DieZahnarztWoche“:

Formate: Mindestformat DIN A6 (105 x 148 mm); Maximalformat 210 x 290 mm

Menge: 47.000 Exemplare + 5 % Überdruck zum Einrichten der Maschine

Lieferschein: Aus dem Lieferschein und der Kennzeichnung der Palette (Palettenkarte) haben hervorzugehen: Auftragsnummer des Verlags; zu belegendes Objekt und zu belegende Ausgaben; Einsteck- bzw. Erscheinungstermin; Auftraggeber der Beilage; Beilagentitel oder Artikelnummer bzw. Motiv; Absender und Empfänger; Anzahl der Paletten; Gesamtstückzahl der gelieferten Beilagen; Stückzahl der Beilagen je Palette; Typ: Beilage | Beihefter | Beikleber. Ferner sind erforderlich: Textgleichheit des Lieferscheines zur Palettenkarte und Raum für Vermerke.

Anlieferung: Spätestens 7 Tage vor Erscheinen bis um 14.00 Uhr an die Lieferanschrift der Druckerei.

Bitte beachten: Mit Frachtbriefvermerk „Für „dzw – Die ZahnarztWoche“, Ausgabe Nr. ...“ versehen.

Zahlungsbedingungen & Bankverbindung

Zahlung innerhalb von 10 Tagen netto; bei Bankeinzug 2 % Skonto
USt-Ident-Nr. DE 125413820

Deutsche Bank AG Bochum
IBAN DE14 4307 00 61 0648 6906 00 BIC DEUTDEDE430

Kontakt Datenzulieferung

Gabriele Dittmar-Kabisch
Produktionsleitung

Telefon: +49 (0) 2323 593-144

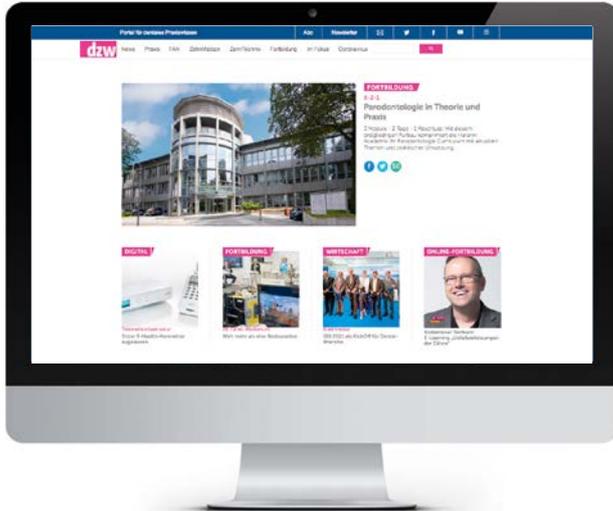
Telefax: +49 (0) 2323 593-135

E-Mail: print@dhug.de

Druckerei

Bis einschließlich 24.02.2021:
Weiss-Druck GmbH & Co. KG
Hans-Georg-Weiss-Straße 7
52156 Monschau
www.weiss-druck.de

Ab 25.02.2021:
Vogel Druck und Medienservice GmbH
Warenannahme
Leibnizstr. 5
97204 Höchberg
www.vogel-druck.de



dzw digital: Unser Online-Kanal dzw.de mit jährlich mehr als 1.793.000 Page-Impressions und mehr als 1.145.000 Nutzern ist die digitale Fortsetzung der dzw-Printausgabe und bietet eine attraktive Plattform für Ihre crossmedialen Werbeaktivitäten – auf Wunsch selbstverständlich in Kombination mit Social Media-Kanälen wie Facebook, Twitter und Instagram

Visitors/Monat > 95.432 | Visits/Monat > 113.754

Page-Impressions/Monat > 149.477

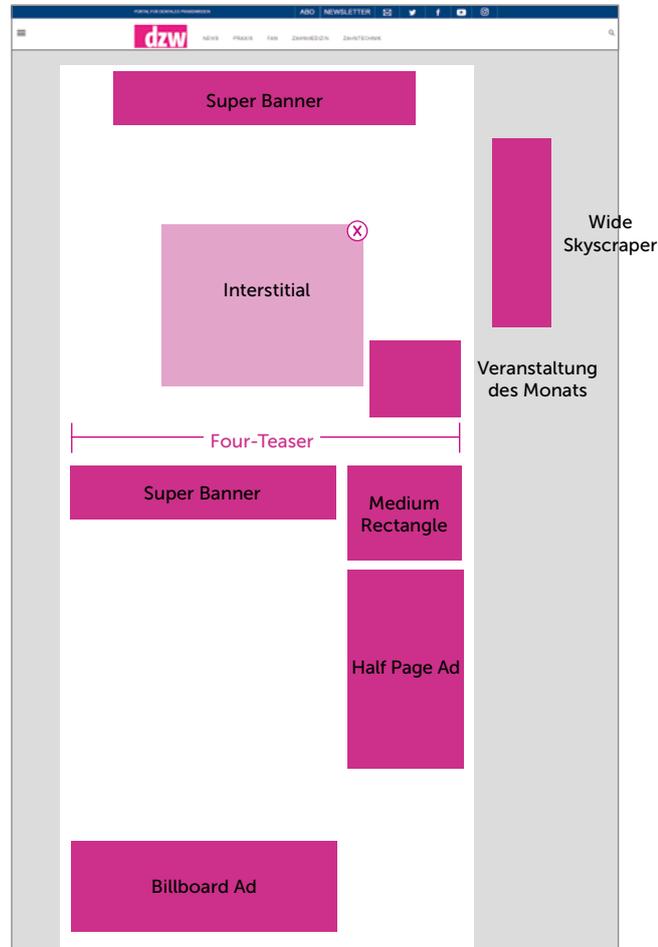
Wir versorgen Zahnmediziner, Zahntechniker sowie zahnärztliches Praxispersonal täglich mit den wichtigsten News aus der Dentalbranche. Auch das Magazin fan – fachassistenz news für das Praxispersonal hat einen festen Platz auf dzw.de.

Ob Standespolitik, Wissenschaft, Anwender und Anbieter von Produkten und Dienstleistungen sowie Abrechnungsspezialisten und Berater: dzw.de ist die Plattform für alle Akteure einer agilen Branche die etwas zu sagen oder zu präsentieren haben. Wir bieten Einblicke, Rückblicke, Ausblicke, kritische Positionen und Hintergründe, ohne den Blick für das große Ganze der Dentalwelt zu verlieren.

Google Analytics Zugriffe Durchschnitt 6/2020 **Visitors/Monat > 95.000 | Visits/Monat > 113.000 | Page-Impressions/Monat > 149.000**

BANNERFORMATE/ dzw.de

Preisliste Nr. 32, gültig ab 01.09.2020



dzw

Buchungsschluss
7 Tage vor
Erscheinen

Datenlieferung
5 Tage vor
Erscheinen

Werbeformen dzw.de

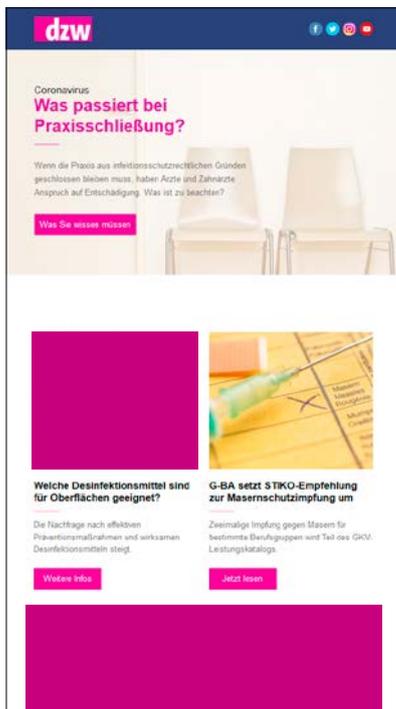
		10.000 Adimpressions/ Preis €* 1000,-	20.000 Adimpressions/ Preis €* 2000,-	50.000 Adimpressions/ Preis €* 5000,-	100.000 Adimpressions/ Preis €* 10000,-
Half Page Ad	Mobile Rectangle	1.000,-	2.000,-	5.000,-	10.000,-
+ Super Banner	Mobile Sticky Ad 6.1	1.300,-	2.600,-	6.500,-	13.000,-
Wide Skyscraper	Mobile Rectangle	1.000,-	2.000,-	5.000,-	10.000,-
+ Super Banner	Mobile Sticky Ad 6.1	1.300,-	2.600,-	6.500,-	13.000,-
Medium Rectangle	Mobile Rectangle	1.000,-	2.000,-	5.000,-	10.000,-
+ Super Banner	Mobile Sticky Ad 6.1	1.300,-	2.600,-	6.500,-	13.000,-
Billboard Ad	Mobile Rectangle	1.200,-	2.400,-	6.000,-	12.000,-
+ Super Banner	Mobile Sticky Ad 6.1	1.500,-	3.000,-	7.500,-	15.000,-
Super Banner	Mobile Rectangle	900,-	1.800,-	4.500,-	9.000,-
+ Super Banner	Mobile Sticky Ad 6.1	1.200,-	2.400,-	6.000,-	12.000,-
Interstitial	Mobile Rectangle	1.400,-	2.800,-	7.000,-	14.000,-
+ Super Banner	Mobile Sticky Ad 6.1	1.700,-	3.400,-	8.500,-	17.000,-

*zzgl. MwSt.

Format	Anmerkung	Preis*
Advertorial (Text-Bild- platzierung)	Ihr Inhalt wird mit Text und Bild eingesetzt	990,-
Video- Advertorial (Video- Teasertext)	Ihr Inhalt wird mit Text und Video eingesetzt max. 200 Zeichen inkl. Leerzeichen	990,-
Veranstaltung des Monats	Exklusiv-Platzierung	1.500,-

Formate in pixel

Half Page Ad	jpg, png	300 x 600 pixel
Wide Skyscraper	jpg, png oder gif	160 x 600 pixel
Medium Rectangle	jpg, png oder gif	300 x 250 pixel
Billboard	jpg, png	800 x 250 pixel
Super Banner	jpg, png oder gif	728 x 90 pixel
Interstitial	jpg, png	max. 500 x 500 pixel
Mobile Rectangle	jpg, png oder gif	300 x 250 pixel
Mobile Sticky Ad 6.1	jpg, png	320 x 50 pixel



dzw Newsletter-Abonnenten

3.300 Leser

orale implantologie Newsletter:

2.000 Leser

Der dzw-Newsletter wird zweimal wöchentlich dienstags und freitags (Wochenrückblick) an unsere Newsletter-Abonnenten versendet. Der Newsletter orale implantologie erscheint immer mittwochs in der Vorwoche (6x jährlich) vor dem Erscheinungstermin des Themenbuchs orale implantologie. Sie liefern aktuelle Informationen und nützliche Tipps aus Zahnmedizin und Praxisführung, Abrechnungstipps, regelmäßige Gewinnspiele und vieles mehr. Sowohl in den dzw-Newslettern als auch in den Newslettern orale implantologie steht Ihnen Platz für Ihre Bannerwerbung und/oder Ihr Advertorial zur Verfügung. Der dzw – orale implantologie Stand Alone Newsletter wird nach Ihren Wünschen und mit Ihren Inhalten einmalig an unsere Newsletter-Abonnenten verschickt. Der Versand erfolgt i.d.R. donnerstags.

Werbeformate im Newsletter

Format	Anmerkung	Preis €*
Banner	600 x 200 px ¹	500,-
Advertorial (Text-Bildplatzierung)	Ihr Inhalt wird mit Text und Bild eingesetzt ¹	600,-
Stand Alone Newsletter	Der dzw Newsletter wird einmalig mit Ihrem Inhalt verschickt. Inhalte werden von Ihnen geliefert (mit Kennzeichnung) ²	2.360,- inkl. vier anzuliefernder Elemente, 125,- für jedes weitere Element

* je Aussendung, nicht rabattfähig, zzgl. MwSt.

¹ Buchungsschluss: 7 Tage vor Erscheinen | Dateianlieferung: 5 Tage vor Erscheinen

² Buchungsschluss: 14 Tage vor Erscheinen | Dateianlieferung: 10 Tage vor Erscheinen

Desktop-Ansicht



Mobile-Ansicht



Post Es gibt aktuell 3 Möglichkeiten, Facebook-Posts bei uns zu buchen:

- **Bild-Post** **Dateityp:** jpg oder png (empfohlen)
Empfohlene Auflösung: mind. 1.200 x 630 Pixel
Formate: 16:9 Landscape, 1:1 Quadrat
Text Empfehlung: 175 Zeichen, Call to Action, Hashtags
- **Link-Post** **Link URL:** Lange Links z.B. inkl. Trackingcode werden verkürzt mit bit.ly
Text Empfehlung: 175 Zeichen, Call to Action, Hashtags
- **Video-Post** **Dateityp:** mp4, mov
Empfohlene Auflösung: mind. 1.280 x 720 Pixel
Formate: 16:9 Landscape, 9:16 Hochformat, 1:1 Quadrat Max. Dateigröße 4 GB
Text Empfehlung: 175 Zeichen, Call to Action, Hashtags

Follower > 8.770
990,-€
zzgl. MwSt.

Buchungsschluss
7 Tage vor
Erscheinen

Datenlieferung
5 Tage vor
Erscheinen

Wir markieren den Post idealerweise als Branded Content verknüpft mit Ihrer Fanpage, oder mit dem Hashtag #werbung, #sponsored o.Ä.



Instagram Es gibt aktuell 2 Möglichkeiten, Instagram-Posts bei uns zu buchen:



• Bild-Post

Dateityp:

jpg oder png (empfohlen)

Empfohlene Auflösung:

mind. 1.080 x 1.080 Pixel

Formate:

1:1 Quadrat oder
16:9 Landscape

Text Empfehlung:

175 Zeichen, Hashtags

Link URL:

keine nativen Links möglich,
Kürzung für bessere
Lesbarkeit mit bit.ly

**Follower
> 3.156**
550,-€
zzgl. MwSt.



• Video-Post

Dateityp:

mp4, mov

Empfohlene Auflösung:

mind. 1.080 x 1.080Pixel

Formate:

1:1 Quadrat oder
16:9 Landscape

Text Empfehlung:

175 Zeichen, Hashtags
Max. Dauer: 60 sek.

Buchungsschluss
7 Tage vor
Erscheinen

Datenlieferung
5 Tage vor
Erscheinen

Wir markieren den Post
idealerweise als Branded
Content verknüpft mit Ihrer
Fanpage, oder mit dem
Hashtag #werbung,
#sponsored o.Ä.



Tweet Es gibt aktuell 3 Möglichkeiten, Twitter-Tweets bei uns zu buchen:



• Tweet

Text Empfehlung:

120 Zeichen, Call to Action, Hashtag

Link URL:

Lange Links z.B. inkl. Trackingcode werden verkürzt mit bit.ly

• Bild-Tweet

Dateityp: jpg oder png

Empfohlene Auflösung:

1.024 x 512 Pixel

Link URL:

Lange Links z.B. inkl. Trackingcode werden verkürzt mit bit.ly

Text Empfehlung:

120 Zeichen, Call to Action, Hashtag

• Video-Tweet

Dateityp: mp4, mov

Empfohlene Auflösung:

mind. 1.280 x 720 Pixel

Formate:

16:9 Landscape,
9:16 Hochformat, Quadrat

Link URL:

Lange Links, z.B. inkl. Trackingcode, werden verkürzt mit bit.ly
Max. Dauer: 140 sek.
Max. Dateigröße 512 MB

Buchungsschluss **7 Tage vor Erscheinen**

Datenlieferung **5 Tage vor Erscheinen**

Wir markieren den Post mit dem Hashtag #werbung, #sponsored o.Ä., um diesen als Werbung zu kennzeichnen.



Online			Größe (b x h) in Pixel	Datei- format*	Datei- gewicht in kB	dzw.de	prophylaxe- impuls.de
Banner	Desktop	Superbanner	728 x 90	jpg, png, gif (Animation möglich)	max. 50	+	+
		Rectangle	300 x 250			+	+
		Skyscraper	160 x 600			+	+
		Halfpage	300 x 600			+	-
		Billboard	800 x 250	jpg, png (keine Animation)		+	-
		Interstitial	flexibel, max. 500 x 500	+		-	
	Mobile	Mobile Rectangle	300 x 250	jpg, png, gif (Animation möglich)		+	-
		Mobile Sticky Ad	320 x 50	+		-	
Advertorial	Desktop + Mobile	Text + Bild	Spezifikationen finden Sie im Formular „Advertorial“ unter: www.dzw.de/technischedatendigital				
Video Advertorial	Desktop + Mobile	Text + Bild + Verlinkung zum Video	Spezifikationen finden Sie im Formular „Video-Advertorial“ unter: www.dzw.de/technischedatendigital				
Veranst- tung des Monats	Desktop + Mobile	Bild + Verlinkung zur Veranstaltung	360 x 360	jpg, png	max. 50	+	-

Dateneingang muss spätestens 5 Werktage vor Erscheinen erfolgen, Daten an online-banner@dhug.de

*andere Dateiformate nur nach Absprache und Prüfung durch die Fachabteilung

Social Media

				Bild (Empfehlungen)		Text (Empfehlungen)		Video (Empfehlungen)			
				Auflösung (in Pixel)	Datei-format	Textlänge	Sonstiges	Auflösung (in Pixel)	Datei-format	Max. Dauer (in Sek.)	Datei-gewicht
Post/ Tweet	Desktop + Mobile	Facebook	Bild-Post Link-Post Video-Post	mind. 1.200 x 630 - -	jpg, png	175 Zeichen	Call to Action, Hashtags, lange Links werden verkürzt mit bit.ly	mind. 1.280 x 720	mp4, mov	-	max. 4 GB
		Twitter	Bild-Tweet Tweet Video-Tweet	1.024 x 512 - -		120 Zeichen				140	max. 512 MB
		Instagram	Post Video-Post	1.080 x 1.080		175 Zeichen				mind. 1.080 x 1.080	60
Dateneingang muss spätestens 10 Werktage vor Erscheinen erfolgen, Daten an online-banner@dhug.de											

Newsletter

Banner			Advertorial
Größe (B x H) in Pixel	Dateiformat*	Dateigewicht in kB	
600 x 200	jpg, png (keine Animation)	max. 50	Spezifikationen finden Sie im Formular „Newsletter Advertorial“ unter: www.dzw.de/technischedatendigital

ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN für das Werbegeschäft in allen Print- und Digital-Medien

1. „Anzeigenauftrag“ im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungstreibenden in einer Druckschrift zum Zweck der Verbreitung. Es wird die drucktechnisch einwandfreie Wiedergabe der Anzeigen entsprechend den zur Verfügung gestellten Unterlagen gewährleistet. Gerüfugige Abweichungen im Druck und Farbausfall bleiben in jedem Falle vorbehalten und gelten nicht als Mängel i.S.v. § 633 BGB. Es gilt ein ausdrücklicher Haftungsausschluss bei drucktechnischen Problemen, sofern Anzeigen als einfarbige Fläche angelegt sind bzw. angefertigt wurden.
2. Anzeigenaufträge sind im Zweifel innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzuwickeln. Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abruf einer Anzeige eingeräumt, so ist der Auftraggeber innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln, sofern die erste Anzeige innerhalb der in Satz 1 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht wird.
3. Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in Ziff. 2 genannten Frist auch die im Auftrag genannte Anzeigenmenge hinaus weitere Anzeigen abzurufen.
4. Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber umschiedet 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. Bei der Errechnung der Abnahmemengen werden Text-Millimeterzeiten dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.
6. Für die Aufnahme von Anzeigen und Fremdbelegungen in bestimmten Nummern, 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. Bei rubrizierten Anzeigen gewährleistet der Verlag den Abdruck in der jeweiligen Rubrik, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.
7. Textteil-Anzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens drei Seiten an dem Text oder ein Foto und nicht an andere Anzeigen angrenzen. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, sind als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.
8. Der Verlag behält sich vor, Anzeigenaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – und Belegaufträge wegen des Inhalts, der Herkunft oder technischer Mängel aus dem Vertrag grundsätzlich des Verlages abzulehnen. Auch bei rechtsverbindlich bestätigten Aufträgen können Anzeigen und Belege zurückgewiesen werden, wenn deren Inhalt nach pflicht- gemäßem Ermessen des Verlages gegen Gesetze, behördliche Bestimmungen oder die guten Sitten verstößt, oder deren Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist. Dies gilt für Aufträge, die bei Geschäftsstellen, Annahmestellen oder Vertretern aufgegeben werden. Belegaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Musters der Belege und deren Billigung bindend. Belege, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandes der Zeitung oder Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.
9. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckerunterlagen oder der Belege ist der Auftraggeber verantwortlich. Ein Anzeigenauftrag ist für den Auftraggeber rechtsverbindlich, wenn er persönlich, telefonisch, schriftlich, per Telefax oder E-Mail erteilt wird. Macht der Auftraggeber von

10. einem ihm eingeräumten Rücktrittsrecht Gebrauch, so sind Verlag oder Anzeigenermittlung hiervon mindestens 8 Wochen vor dem festgelegten Zeitraum zu verständigen. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckerunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. Der Verlag gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckerunterlagen gegebenen Möglichkeiten.
11. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder bei unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanfrage, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Lässt der Verlag eine ihm hierfür gestellte angemessene Nachfrist verstreichen, so hat der Auftraggeber ein Rücktrittsrecht. Schadensersatzansprüche aus Unmöglichkeit der Leistung, aus Verzug, aus positiver Forderungsverletzung, aus Verschulden bei Vertragsabschluss und aus unerlaubter Handlung sind – auch bei telefonischer Auftragserteilung – ausgeschlossen, es sei denn, sie beruhen auf Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit des Verlegers, seines Geschäftsführers oder eines Erfüllungsgehilfen. Weitergehende Haftungen für den Verlag sind ausgeschlossen. Reklamationen müssen innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.
12. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Sendet der Auftraggeber den ihm rechtzeitig übermittelten Probeabzug nicht innerhalb der gesetzten Frist zurück, so gilt die Genehmigung zum Druck als erteilt.
13. Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die in der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.
14. Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, werden Rechnung und Beleg sofort, möglichst aber vierzehn Tage nach Veröffentlichung der Anzeige übersandt. Die Rechnung ist innerhalb der von der Preisliste ersichtlichen vom Empfang der Rechnung an laufenden Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.
15. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Verzugszinsen lt. Geschäftsbedingungen 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 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 Betrags und von dem Ausgleich offener stehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.
16. Der Auftraggeber liefert mit Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages werden Anzeigengauschnitte, Belegexemplare oder vollständige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages über die Veranlassung und Verbrütung der Anzeige.
17. Kosten für die Anfertigung von Druckerunterlagen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.
18. An einer Aufgabenerminderung kann ein Anspruch auf Preiserminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die in der Preisliste oder auf andere Weise zugesicherte durchschnittliche Auflage oder – wenn eine Auflage nicht zugesichert ist – die durchschnittlich verkaufte Belegzahl durchschnittlich geschichtlich tatsächlich (verbreitete) Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Aufgabenerminderung ist nur dann ein zur Preiserminderung berechtigender Mangel, wenn sie bei einer Auflage bis zu 50.000 Exemplaren 10 v.H.

bei einer Auflage bis zu 100.000 Exemplaren 15 v.H. bei einer Auflage bis zu 500.000 Exemplaren 10 v.H. bei einer Auflage über 500.000 Exemplaren 5 v.H.

19. Darüber hinaus sind etwaige Preiserminderungs- und Schadensersatzansprüche 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.
20. Bei Finanzanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Er übernimmt darüber hinaus keine Haftung. Einschreibebriefe und Eilbriefe auf Finanzanzeigen werden nur auf normalem Postwege weitergeleitet. Die Eingänge auf Finanzanzeigen werden vier Wochen aufbewahrt. Zuschriften, die in dieser Frist nicht zugestellt werden können, werden vernichtet. Wertvolle Unterlagen sendet der Verlag zurück, ohne dazu verpflichtet zu sein. Der Verlag behält sich im Interesse und zum Schutz des Auftraggebers das Recht vor, die Anzeigen eingehenden Angebote zur Ausschaltung von Missbrauch des Zifferndienstes zu Prüfzwecken zu öffnen. Zur Weiterleitung von geschäftlichen Anpreisungen und Vermittlungsangeboten ist der Verlag nicht verpflichtet.
21. Druckerunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrags.
22. Erfüllungsort ist der Sitz des Verlegers. Gerichtsstand ist, soweit das Gesetz zwingend nichts anderes vorsieht, der Sitz des Verlags. Auch für das Mahnverfahren ist für den Fall, dass der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt ist, als Gerichtsstand der Sitz des Verlags vereinbart.

Zusätzliche Geschäftsbedingungen

- a. Mit der Erstellung eines Anzeigenauftrages erkennt der Auftraggeber die Preisliste und die Zusätzlichen Geschäftsbedingungen sowie die Allgemeinen des Verlags an.
- b. Der Verlag wendet bei Entgegennahme und Prüfung der Anzeigentexte die geschäftliche Sorgfalt an, haftet jedoch nicht, wenn er von den Auftraggebern in gerechtfertigter Weise abweicht.
- c. Voraussetzung für eine Provisionszahlung an Werbungsmitarbeiter ist, dass der Auftrag unmittelbar vom Werbungsmitarbeiter erteilt wird und Text bzw. Druckerunterlagen auch von ihm geliefert werden. Die Werbemitarbeiter und Werbepartnern sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungstreibenden an die Preisliste des Verlags zu halten. Die vom Verlag gewährte Mittelprovision darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.
- d. Die in der Anzeigenpreisliste bezeichneten Nachlässe werden nur für die innerhalb eines Jahres erscheinenden Anzeigen eines Werbungstreibenden gegeben. Die Frist beginnt mit dem Erscheinen der ersten Anzeige. Die Belegung von Bezirks- bzw. Teilausgaben oder sonstigen Verlagsdruckschriften mit eigenen Preisen gilt als gesonderter Auftrag, für die betreffende Ausgabe oder Kombination ist ein gesonderter Abschluss zu tätigen.
- e. Der Werbungstreibende hat rückwirkend Anspruch auf den seiner tatsächlichen Abnahme von Anzeigen innerhalb Jahresfrist entsprechenden Nachlass, wenn er zu Beginn der Frist einen Abschluss ergötigt hat, der aufgrund der Preisliste ein Nachlass von vornherein berechtigt. Die Ansprüche auf Nachvergütung oder Nachbelastung entfallen, wenn sie nicht binnen drei Monaten nach Ablauf des Abschlussjahres geltend gemacht werden.
- f. Nicht sofort erkennbare Mängel der Druckerunterlagen, die erst beim Druckbeginn festgestellt werden, sind grundsätzlich für die Auftraggeber keinen Anspruch auf Zahlungsminderung oder Ersatz wegen ungenügenden Abdrucks.
- g. Änderungen oder Stornierungen sind schriftlich mit genauer Angabe des Textes und der Ausgabe spätestens bis zum Anzeigenschluss-

- min, bei Belegaufträgen wenigstens 10 Tage vor dem Streutermen, zu übermitteln. Bei Abstellung gehen ggf. bereits entstandene Herstellungs- oder Vorbereitungskosten zu Lasten des Auftraggebers.
- h. Bei telefonisch aufgegebenen Anzeigen, Termin- oder Ausgabeneränderungen, Textkorrekturen und Abstellungen übernimmt der Verlag für Übermittlungfehler keine Haftung. Ebenfalls haftet der Verlag nicht für Fehler aufgrund undeutlicher schriftlicher Aufträge.
- i. Untertüft bei der Wiederholung einer Anzeige der gleiche Fehler wie in der ersten Veröffentlichung, so sind Ansprüche auf Zahlungsminderung oder Ersatz ausgeschlossen, wenn der Auftraggeber nach der ersten Veröffentlichung nicht sofort reklamiert hat.
- j. Platzierungszuschüsse bedeuten einen Aufschlag v. 10 % auf den 4c-Listenpreis und werden nach den gegebenen Möglichkeiten berücksichtigt. Die Auswahl bestimmter Textstellen und Ausschuss von Wettbewerbsanzeigen können nicht verbindlich vereinbart werden.
- k. 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 zugelierten Werbemittel. Er stellt den Auftragnehmer im Rahmen des Anzeigenauftrages von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der Verletzung gesetzlicher Bestimmungen oder aufgrund presserechtlicher Vorschriften entstehen können. Bei Veröffentlichung von Gegenständen bestimmen sich die zu ersetzenden Kosten nach Maßgabe des Anzeigentarifs. Ferner wird der Auftragnehmer von den Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung freigestellt. Der Auftraggeber ist verpflichtet, den Auftragnehmer nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen. Der Auftraggeber überträgt dem Auftragnehmer sämtliche für die Nutzung der Werbung in Print- und Online-Medien aller Art, einschließlich Internet, erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, öffentliche Zugänglichkeitsmachung, Entnahme aus einer Datenbank und zum Abzug, und zwar zeitlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrages notwendigen Umfang. Vorgemerkte Rechte werden in allen Fällen östlich unbefehret übertragen.
- l. Bei Filet-Anzeigen besteht kein Anspruch auf Belegaus- schnitt. Bei Wiederholungsanzeigen erhält der Auftraggeber einen Anzeigengauschnitt nur von der ersten Anzeige.
- m. Änderungen der Anzeigenspezifika werden mit dem Zeitpunkt des Inkrafttretens auch für laufende Aufträge wirksam, sofern nicht ausdrücklich eine andere Vereinbarung getroffen ist.
- n. Der Verlag ist berechtigt, die bezüglich der Geschäftsbedingungen erforderlichen Daten, gleich, ob diese vom Auftraggeber selbst oder von Dritten stammen, im Sinne des Bundesdatenschutzgesetzes zu verarbeiten.

ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN für das Werbegeschäft in Digitalen-Medien

OZW

- Werbefauftrag**
Werbefauftrag im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Schaltung eines Werbemittels oder mehrerer Werbemittel in Informations- und Kommunikationsdiensten, insbesondere dem Internet, zum Zwecke der Verbreitung.
Für den Werbefauftrag gelten ausschließlich die Allgemeinen Geschäftsbedingungen sowie die Preisliste des Anbieters, die einen wesentlichen Vertragsbestandteil bildet. Die Gültigkeit etwaiger Allgemeiner Geschäftsbedingungen des Auftragnehmers oder sonstiger Inserenten ist, soweit sie mit diesen allgemeinen Geschäftsbedingungen nicht übereinstimmen, ausdrücklich ausgeschlossen. Bei Aufträgen für Werbeschaltungen, die sich auf Online-Medien und andere Medien beziehen, gelten die jeweiligen Allgemeinen Geschäftsbedingungen für das betreffende Medium entsprechend.
- Werbemittel**
Ein Werbemittel im Sinne dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen kann zum Beispiel aus einem oder mehreren der genannten Elemente bestehen:
aus einem Bild und/oder Text, aus Tonfolgen und/oder Bewegtbildern (u. a. Banner), aus einer sensiblen Fläche, die bei Anklicken die Verbindung mittels einer vom Auftragnehmer genannten Online-Adresse zu weiteren Daten herstellt, die im Bereich des Auftragnehmers liegen (z. B. Link).
Werbemittel, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht als solche erkennbar sind, werden als Werbung deutlich kenntlich gemacht.
- Vertragschluss**
Vorbehaltlich entgegenstehender individueller Vereinbarungen kommt der Vertrag grundsätzlich durch schriftliche oder durch E-Mail erfolgende Bestätigung des Auftrags zustande. Auch bei mündlichen oder fernmündlichen Bestätigungen liegen die Allgemeinen Geschäftsbedingungen zugrunde.
Soweit Werbegagenturen Aufträge erteilen, kommt der Vertrag im Zweifel mit der Werbegagentur zustande, vorbehaltlich anderer schriftlicher Vereinbarungen. Soll ein Werbungtreibender Auftraggeber werden, muss er von der Werbegagentur namentlich benannt werden. Die Anbieter sind berechtigt, von den Werbementoren einen Mandatsnachweis zu verlangen.
Werbung für Waren oder Leistungen von mehr als einem Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten innerhalb eines Werbeauftrags (z. B. Banner-, Pop-up-Werbung etc.) bedürfen einer zusätzlichen schriftlichen oder durch E-Mail geschlossenen Vereinbarung.
- Abwicklungspflicht**
Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht des Auftraggebers zum Abruf einzelner Werbemittel eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Vertragsabschluss abzuwickeln.
- Auftragserweiterung**
Bei Abschlüssen über Auftraggeber bzw. innerhalb der vereinbarten bzw. der in Ziffer 4 genannten Frist unter dem Vorbehalt vorhandener Kapazität auch über die im Auftrag genannte Menge hinaus weitere Werbemittel abzurufen.
- Nachlasserstattung**
Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Anbieter nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschiedsbetrag zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Anbieter zu erstatten.
Der Auftraggeber hat, wenn nichts anderes vereinbart, rückwirkend Anspruch auf den seiner tatsächlichen Abnahme von Werbemitteln innerhalb eines Jahres entsprechenden Nachlass, wenn er zu Beginn der Frist einen Vertrag abgeschlossen hat, der aufgrund der Preisliste zu einem Nachlass von vornherein berechtigt.
Der Anspruch auf den Nachlass erlischt, wenn er nicht innerhalb von drei Monaten nach Ablauf der Jahresfrist geltend gemacht wird.
- Datenauflieferung**
Der Auftraggeber ist verpflichtet vollständige, fehler- und virenefreie sowie ordnungsgemäße, insbesondere dem Format oder technischen Vorgaben des Auftragnehmers entsprechende Werbemittel recht-

zeitig, das heißt spätestens 6 Werktage vor dem Schaltungstermin anzuliefern. Macht der Auftraggeber auf Anlieferung, aber vor Schaltung der Werbemittel Änderungsungen in Bezug auf den Zeitpunkt oder die Dauer der Schaltung oder den Austausch des Werbementors geltend, wird der Auftragnehmer diesen Änderungswünschen nach Möglichkeit nachkommen, sofern die Änderungsungen schriftlich bei dem Auftragnehmer eingegangen sind und kein unzumutbarer Mehraufwand oder Schaden entsteht.
Wird ein Vertrag durch den Auftragnehmer nicht oder falsch durchgeführt, weil der Auftraggeber seine Mitwirkungspflichten verletzt, das heißt die Daten nicht rechtzeitig oder fehlerhaft abgeliefert hat, so besteht der vereinbarte Vergütungsanspruch des Auftragnehmers fort.
Kosten des Auftragnehmers für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen des Werbemittels hat der Auftraggeber zu tragen. Für die redaktionelle Abstimmung benennen die Parteien jeweils eine verantwortliche Person.
Die Pflicht des Auftragnehmers zur Aufbewahrung des Werbemittels endet drei Monate nach seiner letztmaligen Verbreitung.
Chiffrefreubung
Für den Fall, dass Chiffrefreubung geschaltet werden kann, werden die eingänge vier Wochen aufbewahrt und gespeichert. Zuschriften, die in dieser Zeit nicht abgeholt oder abgerufen wurden, werden vernichtet bzw. gelöscht.
Briefe, die das zulässige Format DIN A 4 (Gewicht 50 g) überschreiten, sowie Waren-, Bücher-, Katalogsendungen und Päckchen werden nicht entgegengenommen. Eingehende E-Mails werden nur bis zu einer Datenmenge von 200 Kilobyte per E-Mail weitergeleitet.
Ablehnungsbefugnis
Der Anbieter behält sich vor, Werbeaufträge - auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses - abzulehnen bzw. zu sperren, wenn:
• deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder
• deren Inhalt vom Deutschen Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde oder
• deren Veröffentlichung für den Anbieter wegen des Inhalts, der Herkunft oder der techn. Form unzumutbar ist.
Insbesondere kann der Anbieter ein bereits veröffentlichtes Werbemittel zurückziehen, wenn der Auftraggeber nachträglich Änderungen der Inhalte des Werbemittels selbst vornimmt oder die Daten nachträglich verändert werden, auf die durch einen Link zu weiteren Daten und/oder hierdurch die Voraussetzungen des Absatzes 1 erfüllt werden. Der Auftragnehmer ist zu einer Prüfung der Werbung vor der Schaltung und Veröffentlichung des Werbemittels nicht verpflichtet.- Pflichten des Auftraggebers/ Rechtsgewährleistung**
Der Auftraggeber versichert, dass die von ihm zur Verfügung gestellten Daten so ausgestaltet sind, dass sie nicht gegen gesetzliche Bestimmungen verstoßen. Würde der Auftraggeber wegen des Inhalts eines Werbemittels bereits abgemahnt oder hat er eine Unterlassungsverpflichtung abgeben, so hat er den Auftragnehmer hiervon schriftlich darüber zu informieren.
Der Auftraggeber gewährleistet, dass er alle zur Schaltung des Werbemittels erforderlichen Rechte besitzt. Der Auftraggeber stellt den Anbieter im Rahmen des Werbeauftrags von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der Verletzung gesetzlicher Bestimmungen entstehen können. Ferner wird der Anbieter von den Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung freigestellt. Der Auftraggeber ist verpflichtet, den Anbieter nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen.
Der Auftraggeber überträgt dem Anbieter sämtliche für die Nutzung der Werbemittel aller Art, einschließlich Internet, erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, Entnahme aus einer Datenbank und Abruf, und zwar zeitlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrags notwendigen Umfang. Vorgenannte Rechte werden

in allen Fällen örtlich unbegrenzt übertragen und berechtigen zur Schaltung mittels aller bekannten technischen Verfahren sowie aller bekannten Formen der Online-Medien.- Gewährleistung des Anbieters**
Der Anbieter gewährleistet im Rahmen der vorhersehbaren Anforderungen an dem jeweils üblichen technischen Standard entsprechende, bestmögliche Weitergabe des Werbemittels. Dem Auftraggeber ist jedoch bekannt, dass es nach dem Stand der Technik nicht möglich ist, ein von Fehlern vollkommen freies Programm zu erstellen. Die Gewährleistung gilt nicht für unwesentliche Fehler.
Ein unwesentlicher Fehler in der Darstellung der Werbemittel liegt insbesondere vor, wenn er hervorgerufen wird
• durch die Verwendung einer nicht geeigneten Darstellungslösung und/oder Hardware (z. B. Browser) oder
• durch Störung der Kommunikationsnetze anderer Betreiber oder
• durch Rechneerausfall aufgrund Systemversagens
• durch unvollständige und/oder nicht aktualisierte Angebote auf so genannten Proxies (Zwischensystemen) oder
• durch einen Ausfall des Ad-Servers, der nicht länger als 24 Stunden (fortlaufend oder addiert) innerhalb von 30 Tagen nach Beginn der vertraglich vereinbarten Schaltung andauert.
Bei einem Ausfall des Ad-Servers über einen erheblichen Zeitraum (mehr als 10 Prozent der gebuchten Zeit) im Rahmen einer zeitbegrenzten Festbuchung entfällt die Zahlungspflicht des Auftraggebers für den Zeitraum des Ausfalls. Weitere Ansprüche sind ausgeschlossen.
Bei ungenügender Wiederabgleichqualität des Werbemittels hat der Auftraggeber Anspruch auf Zahlungsminde rung oder eine einwandfreie Ersatzwerbung, jedoch nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck des Werbemittels beeinträchtigt wurde. Bei Fehlschlägen oder Unzumutbarkeit der Ersatzwerbung, hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminde rung oder Rückgangsminderung des Auftrags. Sind etwaige Mängel bei der Werbungunterlegung nicht offenkundig, so hat der Auftraggeber bei ungenügender Wiederholung keine Ansprüche. Das gleiche gilt bei Fehlern in wiederholten Werbeschaltungen, wenn der Auftraggeber nicht vor Veröffentlichung der nachfolgenden Werbeschaltung auf den Fehler hinweist.
- Leistungsstörungen**
Fällt die Durchführung eines Auftrags aus Gründen aus, die der Anbieter nicht zu vertreten hat (etwa softwarebedingt oder aus anderen technischen Gründen), insbesondere wegen Rechneerausfalls, höherer Gewalt, Streik, aufgrund gesetzlicher Bestimmungen, Störungen auf dem Verantwortungsbereich von Dritten (z. B. anderen Providern), Netzbetreibern oder Leistungsanbietern oder aus vergleichbaren Gründen, so wird die Durchführung des Auftrags nach Möglichkeit nachgeholt. Bei Nachholung in angemessener und für den Auftraggeber zumutbar Zeit nach Beseitigung der Störung bleibt der Leistungsanspruch des Anbieters bestehen.
- Haftung**
Schadensersatzanspruch aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsschluss und unerlaubter Handlung bestehen nur bei Vorsatz und grober Fahrlässigkeit des Anbieters, seines Vertreters oder Erfüllungsgeldhefen. Dies gilt nicht für die Haftung für zugesicherte Eigenschaften und für die Verletzung wesentlicher Vertrags- pflichten, im letzten Fall ist die Haftung auf den vorhersehbaren Schaden beschränkt.
Schadensersatzansprüche aus Unmöglichkeit der Leistung und Verzug sind bei leichter Fahrlässigkeit beschränkt auf Ersatz des vorhersehbaren Schadens.
Bei grober Fahrlässigkeit des einfachen Erfüllungsgeldhefen ist die Haftung gegenüber Unternehmern dem Umfang nach für den vorhersehbaren Schaden beschränkt. Die Haftung gilt nicht für die Verletzung von Leben, Gesundheit oder Eigentum Dritter.
Die Haftung für Schäden aus der Verletzung von Leben, Körper, Gesundheit und die Haftung nach dem Produkthaftungsgesetz bleibt unberührt; diese richtet sich nach den gesetzlichen Vorschriften.

- Preisliste**
Es gilt die im Zeitpunkt der Auftragserteilung veröffentlichte Preisliste. Gleicher Unternehmen bleibt eine Änderung vorbehalten.
Für vom Anbieter bestätigte Aufträge sind Preisänderungen allerdings nur wirksam, wenn sie vom Anbieter mindestens einen Monat vor Veröffentlichung des Werbemittels angekündigt werden.
Im Falle einer Preisänderung stellt dem Auftraggeber ein Rücktrittsrecht zu. Das Rücktrittsrecht muss innerhalb von 14 Tagen nach Erhalt der Mitteilung über die Preisänderung ausgeübt werden.
Nachlässe bestimmen sich nach der jeweils gültigen Preisliste. Werbegagenturen und sonstige Werbemittler sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungstrebenden an die Preislisten des jeweiligen Anbieters zu halten.
- Zahlungsverzug**
Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen und Einziehungskosten berechnet. Der Anbieter kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrags bis zur Zahlung zurückstellen und für die restliche Schaltung Vorauszahlung verlangen.
Objektiv begründete Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers berechtigen den Anbieter, auch während der Laufzeit des Vertrages, das Erscheinen weiterer Werbemittel ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgang offestehender Rechnungsbeiträge abhängig zu machen.
- Auftragsstornierung**
Der Auftraggeber kann das Vertragsverhältnis nach dessen Zustandekommen, wobei die Stornierung schriftlich gegenüber dem Auftragnehmer erfolgen muss, als eine kostenfreie Stornierung ist bis zu einer Woche vor Beginn der vereinbarten Leistungserbringung möglich. Wird diese Stornierungsfrist nicht eingehalten, erhält der Auftragnehmer eine Ausfallpauschale in Höhe von 15 % des Nettoauftragswertes zuzüglich der auf diesen Betrag anfallenden gesetzlichen Mehrwertsteuer. Die Ausfallpauschale wird mit der Stornierung fällig. Nach Beginn der Leistungserbringung durch den Auftragnehmer ist eine Stornierung ausgeschlossen.
- Laufzeit/Kündigung**
Der Vertrag endet nach der zwischen den Parteien vereinbarten Vertragslaufzeit.
• (2) Sofern eine ausdrückliche Vertragslaufzeit nicht vereinbart wurde, sind die Schaltungen der Werbemittel im Zweifel innerhalb eines Jahres seit Vertragsabschluss vom Auftraggeber abzurufen.
• (3) Das Recht zur außerordentlichen Kündigung aus wichtigem Grund bleibt unberührt. Kündigungen von Werbeaufträgen müssen schriftlich oder per E-Mail erfolgen.
- Datenschutz**
Der Werbeauftrag wird unter Berücksichtigung der geltenden datenschutzrechtlichen Bestimmungen abgewickelt.
- Vertraulichkeit**
Die Parteien verpflichten sich, über alle Einzelheiten des Vertragsverhältnisses sowie über Geschäftsgeheimnisse, über die sie im Rahmen der Durchführung dieses Vertrags Kenntnis erhalten, Stillschweigen zu bewahren. Die Verpflichtung besteht auch nach der Beendigung des Vertragsverhältnisses fort.
- Erfüllungsort/Gerichtsstand**
Erfüllungsort ist der Sitz des Anbieters.
Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichem Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand der Sitz des Anbieters. Soweit Ansprüche des Anbieters nicht im Mehrverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nicht-Kaufleuten nach deren Wohnsitz. Es gilt deutsches Recht.
- Wahl der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers, wenn der 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 Anbieters vereinbart, wenn der Vertrag schriftlich geschlossen wurde.**

MEDIA DATEN 2021

dzw oi **orale implantologie** 01 2020

Recht: Antibiotikum-Rezept nicht ausgehändigt?

Geistlich Biomaterials: Konferenz zum Thema Reparatur-Chirurgie 36

Straumann Group: Mit Sofortimplantation auf der Überholspur 42



dzw oi **orale implantologie**

Print & Digital Nr. 1
Gültig ab 01. September 2020