

Mediadaten



Anzeigen-Preisliste Nr. 18 gültig ab 1. Januar 2012

CO·MED Verlags GmbH · Rüdesheimer Str. 40 · 65239 Hochheim
Telefon (06146) 9074-0 · Fax (06146) 9074-44
verlag@comedverlag.de · www.comedverlag.de · www.comed-online.de



geprüft
2. Quartal 2011

Verlag

CO'MED Verlags GmbH
Rüdesheimer Str. 40 · 65239 Hochheim
Telefon (06146) 9074-0 · Fax (06146) 9074-44
verlag@comedverlag.de · www.comedverlag.de · www.comed-online.de

Bankverbindungen

Frankfurter Volksbank eG · Konto 301 298 889 · BLZ 501 900 00
Postbank Frankfurt · Konto 664 987 602 · BLZ 500 100 60
Nassauische Sparkasse · Konto 159027234 · BLZ 51050015

Zahlungsbedingungen

Zahlbar sofort nach Rechnungserhalt ohne Abzug
Bei Vorauszahlung oder Einzugsermächtigung 2 % Skonto

Format · Satzspiegel · Spalten

Format 210 mm breit, 297 mm hoch
Satzspiegel 185 mm breit, 260 mm hoch
Anschnitt 4 mm auf allen angeschnittenen Seiten
Spalten Anzeigen: 4 zu je 44 mm; Text: 3 zu je 56 mm

Druckverfahren

Offsetdruck · Euroskala · Raster 60 Linien/cm = 150 lpi

Bindung

Rückendrahtheftung

Wir sind für Sie da:

	Telefon	E-Mail
<u>Anzeigenleitung</u>		
Christina Rais	(06146) 9074-41	christina.rais@comedverlag.de
<u>Anzeigenverkauf</u>		
Christiane Müller	(06146) 9074-43	christiane.mueller@comedverlag.de
Martina Eiffinger	(06146) 9074-42	martina.eiffinger@comedverlag.de
<u>Grafik & Layout</u>		
Jürgen Bücken	(06146) 9074-22	grafik@comedverlag.de
<u>Redaktion</u>		
Nadja Schmidt	(06146) 9074-12	redaktion@comedverlag.de

Kurzcharakteristik

CO'MED bietet als feste Größe unter den naturheilkundlichen Fachzeitschriften mündigen Therapeuten das geeignete Forum, sich regelmäßig über aktuelle Entwicklungen im Bereich der Komplementär-Medizin auszutauschen und bestehende Konzepte zu erweitern. Ob traditionelle Naturheilkunde oder energetische Regulationsverfahren, ob ergänzend oder als Alternative zu konventioneller Medizin angewandt – erst die Verbindung in Diagnose und Therapie kann das komplexe System Mensch in seiner Individualität erfassen und passende Lösungen bieten. CO'MED leistet somit einen ausschlaggebenden Beitrag zur Bewusstseinsveränderung in der Medizin und gibt dem sich wandelnden Gesundheitssystem neue Orientierungspunkte.

Zielgruppe

Heilpraktiker sowie komplementär-medizinisch arbeitende Ärzte, Zahnärzte und sonstige Therapeuten (Näheres siehe „Leserschaftsdaten“ ab Seite 5)

Erscheinungsweise

monatlich in der zweiten Monatshälfte

Vertrieb

CO'MED wird ausschließlich auf dem Postweg an Einzeladressen und auf medizinischen Fachmessen vertrieben.

CO'MED ist Mitteilungsorgan

- des FVDH (Freier Verband deutscher Heilpraktiker e. V.)
- des BDHN (Bund Deutscher Heilpraktiker und Naturheilkundiger e. V.)
- der B.I.T.-Ärztegesellschaft
- der GTH/I-GTH (Gesellschaft für therapeutische Hypnose und Hypnoseforschung e. V.)
- der AVH + AHK (Arbeitgebervereinigung der Heilberufe e. V.)
- des Europäischen Verbandes für Kinesiologie e. V. (gemeinnützig)
- der DGEIM (Deutsche Gesellschaft für energetische und Informationsmedizin e. V.)
- der IGKMed (Internationale Gesellschaft für Komplementärmedizin e. V.)

Druck

12.500 Exemplare*

Abonnenten gesamt

9.431 Exemplare*, davon ca. 20 % Ärzte und Zahnärzte
70 % Heilpraktiker
10 % Sonstige Therapeuten

Sonstiger Verkauf

295 Exemplare* über den Fachbuchhandel in Deutschland und der Schweiz, auf Messen, Tagungen, Ausstellungen und Congressen.

Freistücke

2.372 Exemplare*



geprüft 2. Quartal 2011

Überzeugen Sie sich davon, dass CO'MED, das Fachmagazin für Complementär-Medizin, **der starke und kompetente Partner für Sie** ist:

1. Erfolgreiches Fachmedium für Complementär-Medizin in Anzeigen- und Abo-Entwicklung

In den letzten Jahren gegen den Branchentrend deutliche Steigerung des Anzeigenvolumens. Durch die Gewinnung verschiedener Verbände und durch die ungebrochene Entwicklung im Bereich der Einzel-Abos liegt derzeit die Druckauflage bei 12.500 Exemplaren, wovon 9.726 verkauft sind (IVW geprüft 2. Quartal 2011).

2. Hervorragende Abonnentenstruktur

Unsere Abonnenten sind überwiegend in eigener Praxis tätig. Zu ihnen zählen ca. 2.000 Ärzte und Zahnärzte sowie ca. 6.500 Heilpraktiker. Die übrige verkaufte Auflage verteilt sich auf die unterschiedlichsten Fachberufe wie Psychologen, Physiotherapeuten, Ergotherapeuten etc. Darüber hinaus verbreiten wir ca. 2.500 Exemplare als Freistücke.

3. Maßgebend im Inhalt

Die thematische Ausrichtung entspricht der sich wandelnden Schwerpunktsetzung in der Complementär-Medizin.

4. Maßgebend in Layout und Gestaltung

Die Magazinform mit mehr Farbigkeit, Übersichtlichkeit und klarer Struktur macht CO'MED für den Leser / die Leserin attraktiv und lesefreundlich.

5. Bevorzugter Partner vieler ärztlicher und naturheilkundlicher Organisationen (siehe Seite 3)

6. Fachübergreifend

Unsere Leserschaft setzt sich sowohl aus Ärzten als auch aus Zahnärzten und Heilpraktikern zusammen.

7. Hohe Akzeptanz bei Leserinnen und Lesern

8. Hohe Effizienz für Inserenten

9. Hohe Attraktivität für Autoren

10. Absolute wirtschaftliche und ideelle Unabhängigkeit



geprüft
2. Quartal 2011

Eine im Sommer 2009 durchgeführte Befragung* zeigt, dass sich **CO·MED** in seiner Zielgruppe etabliert hat und zu einem unverzichtbaren **Informationsmedium mit hoher Leser-Blatt-Bindung** geworden ist.

Auf Basis einer akzeptierten crossmedialen Verknüpfung des Print-Magazins mit dem Internet-Auftritt www.comed-online.de sowie einer erheblichen Weiterempfehlungsrate stellt CO·MED eine attraktive Werbeplattform dar und steht dem werbenden Unternehmen somit als **planungssicheres Akquise- und Marketinginstrument** zur Verfügung.

Geschlecht

58 % Frauen, 42 % Männer

Alter

73 % sind zwischen 30 und 59 Jahre alt, davon 55 % in der besonders aktiven und damit attraktiven Altersklasse zwischen 30 und 49 Jahren.

Beruf

56 % Heilpraktiker/in, 21 % Arzt / Ärztin bzw. Zahnarzt / Zahnärztin, 23 % andere therapeutische Berufe

* Basis: 217 Befragungen von Abonnenten und Lesern mit standardisiertem, vollstrukturiertem Fragebogen. Durchführendes Institut: Infomarketing, Frankfurt am Main.

Exklusivität

Die Hälfte der besonders attraktiven Zielgruppe der CO·MED Leser im Alter zwischen 30 bis 49 Jahren liest keine andere themenrelevante Zeitschrift.

Bekanntheit

Über die Hälfte der Befragten (52 %) kennt / abonniert CO·MED schon über 5 Jahre. Von diesen Langzeitlesern wurden 32 % über Freunde / Bekannte auf CO·MED aufmerksam.

Die Leser, die CO·MED erst seit 2005 oder später kennen / abonnieren (48 %), vertrauen zu 36 % auf die Empfehlung von Freunden / Bekannten.

Reichweite

Mit einem für Fachzeitschriften beachtlichen LpN-Wert (2,60) erreichen Sie 30.700 Leser/innen.

Anmutung

92 % der Befragten gefällt die Zeitschrift gut bis sehr gut.

Qualität

Die Heftqualität, das Layout und die Übersichtlichkeit wurden ausschließlich mit gut bis sehr gut beurteilt.

Informationsgehalt

Sowohl der redaktionelle Teil als auch die Anzeigen werden positiv bewertet, das bedeutet eine hohe Akzeptanz für Werbebotschaften.

Reaktion auf Anzeigenangebot

77 % der Befragten reagieren auf Anzeigenangebote. Insbesondere die Werbeinhalte (59 %), gefolgt von Preis / Aktionen mit 44 % und den Antwortmöglichkeiten mit 30 %, sind die entscheidenden Kriterien.

Weiterempfehlung

76 % der Befragten würden die Zeitschrift unabhängig von der Erfahrungsdauer mit sehr hoher Wahrscheinlichkeit weiterempfehlen.

Das bedeutet auch, dass sowohl Neuabonnenten als auch Langzeitleser, besonders auch ohne selbst durch eine Empfehlung auf CO'MED aufmerksam geworden zu sein, von CO'MED überzeugt sind.

Crossmedial: CO'MED und CO'MED ONLINE

Nahezu die Hälfte (48 %) der Befragten würde sich mit sehr hoher Wahrscheinlichkeit in die Therapeuten-Datenbank auf www.comed-online.de eintragen.

74 % der Befragten orientieren sich bei ihrer Terminplanung neben der Veranstaltungsrubrik im CO'MED Fachmagazin auch im Internet.

Dies spricht für eine akzeptierte Verknüpfung von Print- und Online-Medium sowie eine hohe Internet-Affinität der CO'MED-Leser.

Vorteile für Leser sind Vorteile für Inserenten und umgekehrt

Über CO'MED ONLINE werden zusätzliche Interessenten auf das CO'MED Fachmagazin und somit auch auf Ihre Print-Anzeige aufmerksam.

CO'MED ONLINE ergänzt als Plattform speziell für kurzfristig planbare Werbung (z. B. Termine und Aktionen) Ihren Auftritt im Printbereich.



infomarketing GmbH
www.infomarketing.de

Ausgabe	Erscheinen	Redaktions- schluss	Anzeigen- schluss	Druckunterlagen/ Beihefter + Beilagen	Schwerpunktt Themen (Änderungen vorbehalten)
1/2012	24.01.12	02.12.11	04.01.12	06.01.12	Biophysikal. Test- und Therapieverfahren; Spagyrik; Was ist Prävention (für mich)?
2/2012	27.02.12	06.01.12	03.02.12	10.02.12	Angststörungen; Ganzheitliche Zahnheilkunde; Allergien / Autoaggressive Erkrankungen
3/2012	21.03.12	28.01.12	02.03.12	09.03.12	Ausleitung und Entgiftung; Natürlich schlafen; Vorsätze umsetzen – aber wie?
4/2012	26.04.12	04.03.12	30.03.12	05.04.12	Kinderwunsch und Schwangerschaft; Richtig essen / Gewichtsregulation; Wohnen und Gesundheit
5/2012	23.05.12	01.04.12	27.04.12	04.05.12	Homöopathie; Völlig erschöpft – was tun?; Labordiagnose;
6/2012	20.06.12	29.04.12	01.06.12	08.06.12	Phytotherapie / Heilmittel aus der Natur; Auf Reisen / Infektionskrankheiten; Verdauung und Unverträglichkeiten
7/2012	25.07.12	03.06.12	29.06.12	06.07.12	Wasser; Stoffwechsel: Zelle und Matrix; Männer und Frauen in der Naturheilkunde
8/2012	22.08.12	01.07.12	03.08.12	10.08.12	Schmerztherapie; Chinesische Medizin / Akupunktur; Gesundheitspädagogik
9/2012	26.09.12	05.08.12	31.08.12	07.09.12	Biologische Krebstherapie; Unfallfolgen und Behinderung / Traumata; Praxis: Neueröffnung und Einrichtung
10/2012	24.10.12	02.09.12	28.09.12	05.10.12	Ernährung / Vitalstoffe; Stoffwechsel: Das Nervensystem; Hören und Sehen
11/2012	21.11.12	30.09.12	02.11.12	09.11.12	Der alternde Patient; Bewegung und Beweglichkeit; Burnout und Depression
12/2012	19.12.12	28.10.12	30.11.12	07.12.12	Umweltmedizin; Manuelle Therapien; Religion und Rituale

Ständige Rubriken: Ernährung / Nahrungsergänzung, Entgiftung, Gerätemedizin, Ganzheitliche Zahnheilkunde, Gesundheitspolitik, Homöopathie, Kinder- und Jugendheilkunde, Manuelle Therapien, Medizin und Bewusstsein, Phytotherapie, Psychotherapie, Schmerztherapie, Praxis-Tipps, Tierheilkunde

Größe in

Seitentilen

	schwarz / weiß	Farben jeweils Euroskala	
		1 Zusatzfarbe	vierfarbig
1/1 Seite	2.480,- EUR	2.715,- EUR	3.185,- EUR
2/3 Seite	1.670,- EUR	1.880,- EUR	2.300,- EUR
1/2 Seite	1.275,- EUR	1.465,- EUR	1.845,- EUR
1/3 Seite	850,- EUR	1.020,- EUR	1.360,- EUR
1/4 Seite	650,- EUR	785,- EUR	1.055,- EUR
1/6 Seite	450,- EUR	575,- EUR	825,- EUR
1/8 Seite	350,- EUR	455,- EUR	665,- EUR
1/16 Seite	185,- EUR	260,- EUR	410,- EUR

Alle Preise jeweils zuzüglich gesetzlicher Mehrwertsteuer.

Farbzuschlag für Sonderfarben*

(HKS, Pantone) je Farbe 395,- EUR

Sonderplatzierungen*

Platzierungswunsch im Heft	10 % Zuschlag
2. und 3. Umschlagseite (nur 1/1)	10 % Zuschlag
4. Umschlagseite (nur 1/1)	20 % Zuschlag

Anschnitt und Satzspiegelüberschreitungen*

(ab 1/3 Seite aufwärts möglich) 10 % Zuschlag auf den Schwarz-Weiß-Preis

*nicht rabattfähig

Preise für „Branchenübersicht“ und „Aus- und Fortbildung“

siehe Seite 10

Sonderformate und Anzeigenstrecken

auf Anfrage

Nachlässe

bei Abnahme innerhalb von 12 Monaten (Insertionsjahr)

Malstaffel		Mengenstaffel	
2 Anzeigen	5 %	2 Seiten	5 %
4 Anzeigen	10 %	4 Seiten	10 %
8 Anzeigen	15 %	6 Seiten	15 %
12 Anzeigen	20 %	8 Seiten	20 %
		12 Seiten	25 %

Die für den Inserenten günstigste Staffel wird angewendet. Gutscheine / Nachbelastungen werden nach der tatsächlich abgenommenen Menge am Ende des Dispositionsjahres abgerechnet.

Agenturprovision 15 %

Satzkosten

Alle anfallenden Arbeiten (Anzeigensatz, Konvertierungsarbeiten etc.) werden mit 40,- EUR pro angefangene 1/2 Stunde berechnet.

Ansprechpartner

siehe Seite 2

Anzeigenschlusstermine

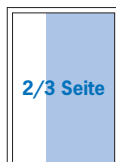
siehe Termin- und Redaktionsplan Seite 7



S 185 x 260 mm
A 210 x 297 mm

1/1 Seite

1c: 2.480,- €
2c: 2.715,- €
4c: 3.185,- €



S 122 x 260 mm
A 136 x 297 mm

2/3 Seite

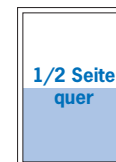
1c: 1.670,- €
2c: 1.880,- €
4c: 2.300,- €



S 91 x 260 mm
A 105 x 297 mm

1/2 Seite hoch

1c: 1.275,- €
2c: 1.465,- €
4c: 1.845,- €



S 185 x 127 mm
A 210 x 137 mm

1/2 Seite quer

1c: 1.275,- €
2c: 1.465,- €
4c: 1.845,- €



S 59 x 260 mm
A 75 x 297 mm

1/3 Seite hoch

1c: 850,- €
2c: 1.020,- €
4c: 1.360,- €



S 185 x 85 mm
A 210 x 95 mm

1/3 Seite quer

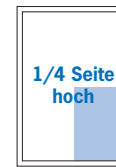
1c: 850,- €
2c: 1.020,- €
4c: 1.360,- €



S 44 x 260 mm

1/4 Seite 1spaltig

1c: 650,- €
2c: 785,- €
4c: 1.055,- €



S 91 x 127 mm

1/4 Seite hoch

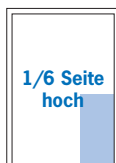
1c: 650,- €
2c: 785,- €
4c: 1.055,- €



S 185 x 62 mm

1/4 Seite quer

1c: 650,- €
2c: 785,- €
4c: 1.055,- €



S 59 x 127 mm

1/6 Seite hoch

1c: 450,- €
2c: 575,- €
4c: 825,- €



S 44 x 127 mm

1/8 Seite hoch

1c: 350,- €
2c: 455,- €
4c: 665,- €



S 91 x 62 mm

1/8 Seite 2spaltig

1c: 350,- €
2c: 455,- €
4c: 665,- €



S 185 x 31 mm

1/8 Seite quer

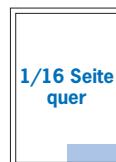
1c: 350,- €
2c: 455,- €
4c: 665,- €



S 44 x 62 mm

1/16 Seite hoch

1c: 185,- €
2c: 260,- €
4c: 410,- €



S 91 x 31 mm

1/16 Seite quer

1c: 185,- €
2c: 260,- €
4c: 410,- €

S = Satzspiegel

A = Anschnitt

(Anzeigenmaß + 4 mm
Beschnitt umlaufend)

jeweils Breite x Höhe

Größe in Seitenteilen	Preis	Format
1/8 Seite	295,- EUR	Hochformat (44 x 127mm)
1/16 Seite	160,- EUR	Hochformat (44 x 62 mm)
1/32 Seite	90,- EUR	Hochformat (44 x 31mm)

schwarz / weiß, mit Zusatzfarbe oder vierfarbig
(Farben jeweils Euroskala)

Fließtextanzeige

35 Zeichen pro Zeile inkl. Leerzeichen,
Rubrik wählbar

6,- EUR pro Zeile

Termineintrag

max. 200 Zeichen inkl. Leerzeichen,
Rubrik wählbar

15,- EUR pro Eintrag

Exklusive Seiten für Schulen, Institute & Seminarhäuser

Logo (42 x 42 mm)
+ Text (1.150 Zeichen inkl. Leerzeichen)

299,- EUR

Alle Preise jeweils zuzüglich gesetzlicher Mehrwertsteuer.

Agenturrabatte bzw. Nachlässe

keine, da bereits ermäßigte Grundpreise in der Branchenübersicht und den Aus- & Fortbildungsseiten gewährt werden

Sonderformate

auf Anfrage

Satzkosten

Alle anfallenden Arbeiten (Anzeigensatz, Konvertierungsarbeiten etc.) werden mit 40,- EUR pro angefangene 1/2 Stunde berechnet.

Anzeigenschlusstermine

siehe Termin- und Redaktionsplan Seite 7

Für eine individuelle Beratung rufen Sie uns einfach direkt an oder schreiben Sie eine E-Mail an:

Ihre Ansprechpartnerin

Martina Eiffinger
Tel.: (06146) 9074-42 · Fax: (06146) 9074-44
martina.eiffinger@comedverlag.de

CO'MED wird auf PC-System gesetzt.

Nicht PC-optimierte Daten verursachen Probleme und können unter Umständen zu unerwünschten Druckergebnissen führen.

Alle anfallenden Mehrarbeiten durch Konvertierungsarbeiten werden nach Aufwand mit 40,- EUR pro angefangener 1/2 Stunde berechnet.

Voraussetzungen zur einwandfreien Übernahme und Weiterverarbeitung von Anzeigendaten aus Windows- oder MAC OS-Applikationen:

Datenformate

Aus folgenden Programmen (nur PC) können wir Daten direkt übernehmen:

QuarkXpress 6.5, Adobe Photoshop CS 4.0, Adobe Illustrator CS 4.0, Adobe Indesign CS 4.0, Acrobat (PDF-Dateien), Corel Graphics Suite 11.

Datenaufbereitung

Bild-Dateien: TIF, EPS, JPG
Farbmodus: CMYK
Auflösung: 300 dpi
Schriften: EPS-Dateien, als Pfade umgewandelt
Verknüpfungen: alle Dateien und Schriften mitliefern
Virenprüfung: muss erfolgt sein
Datenvergleich: Ausdruck der Anzeige als Fax an:
(06146) 9074-44

Datenträger

3,5 Zoll-Disketten HD 1,44 MB
und CD-ROM
DOS/Windows Formate

Digitaler Datenaustausch

via E-Mail: grafik@comedverlag.de (max. Größe 8 MB)

Rückfragen

Bitte wenden Sie sich direkt an unsere Grafikabteilung,
Tel.: (06146) 9074-20 · Fax: (06146) 9074-44

Beilagen: sind der Zeitschrift lose beigefügte Drucksachen.
Sie müssen maschinell zu verarbeiten sein.

Druckauflage: 12.500 Exemplare

Teilbelegung: möglich, auf Anfrage

Mindestformat: 105 x 148 mm (DIN A6)

Höchstformat: 200 x 270 mm (gefalzt)

Preis: (je angefangene Tausend Exemplare)
bis 25 g Gesamtgewicht 115,- EUR
zuzüglich Postgebühren und Mehrwertsteuer

Beilagen mit höherem Gewicht auf Anfrage

Nachlässe: auf Anfrage

Agenturprovision: 10 %

Bei Auftragserteilung sind 5 Muster erforderlich.

Versandanschrift: A&O GmbH, Waldstraße 70, 63128 Dietzenbach

Einhefter: sind fest in die Zeitschrift eingehaftete Drucksachen.
Sie müssen maschinell zu verarbeiten sein.

Druckauflage: 12.500 Exemplare

Teilbelegung: nicht möglich

Höchstformat: 210 x 297 mm beschnitten
Kopfbeschnitt 4 mm
Seiten- und Fußbeschnitt 4 mm

Anlieferung: fertig gefalzt, nicht geheftet

Preis: vierseitig 298,- EUR pro Tausend zuzüglich Mehrwertsteuer

Nachlässe: auf Anfrage

Agenturprovision: 10 %

Bei Auftragserteilung sind 5 Muster erforderlich.

Versandanschrift: WVD Westdeutsche Verlags- und Druckerei GmbH,
Kurahessenstr. 4-6, 64546 Mörfelden-Walldorf

Sie möchten Ihre Werbung auf www.comed-online.de präsentieren? Gerne!

Folgende Möglichkeiten der Bannerschaltung bieten wir Ihnen an:

Bannergröße	Startseite	Unterseite
Konstant		
220 x 200 (B x H)	149,- EUR	129,- EUR
220 x 400 (B x H)	209,- EUR	189,- EUR
220 x 600 (B x H)	269,- EUR	249,- EUR

Bannergröße	Startseite	Unterseite
Wechsel		
220 x 200 (B x H)	99,- EUR	79,- EUR
220 x 400 (B x H)	159,- EUR	139,- EUR
220 x 600 (B x H)	219,- EUR	199,- EUR

Linktipp des Monats (max. 300 Zeichen)
plus Verlinkung auf die Homepage 79,- EUR

Alle Preise verstehen sich für eine Laufzeit von einem Monat.

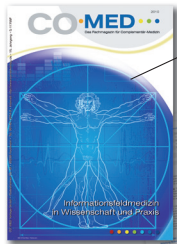
Ihr Banner können Sie an folgende E-Mail senden:
online@comedverlag.de.



Sie haben noch kein fertiges Banner vorliegen?

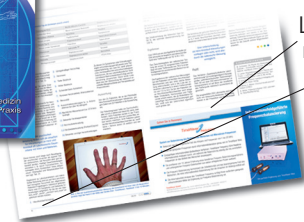
Unser Grafiker hilft Ihnen gerne bei der Gestaltung (Gestaltungskosten auf Anfrage).

Bei Fragen steht Ihnen Frau Christina Rais aus unserem COMED-ONLINE-Team telefonisch unter (06146) 9074-41 zur Verfügung.



CO'MED – glaubwürdig und kompetent

Gestaltung mit und ohne Titelseite



Layout ohne Fremdanzeigen o. mit passender Eigenanzeige

Angepasste Paginierung

Auf Wunsch mit eigenem Logo und Adresse

Unterstützen Sie Ihr Marketingkonzept mit hochwertigen und für Sie individuell produzierten Sonderdrucken unserer Fachbeiträge.

Das CO'MED Fachmagazin liefert Ihnen als kompetenter und starker Partner glaubwürdige und verlässliche Informationen zu aktuellen Themen der Komplementär-Medizin.

Ihr optimales Werbemittel

- Für PR-Aktivitäten jeglicher Art
- Zur Verbreitung auf Kongressen, Messen und sonstigen Veranstaltungen
- Als Follow-Up nach Kundenanfragen
- Als Handout bei hochwertigen Kundenkontakten
- Zur Unterstützung Ihrer Vertriebsmitarbeiter

Ihre Vorteile auf einen Blick

- Hochwertiges Druckerzeugnis
- Günstiges Preis-Leistungs-Verhältnis
- Repräsentatives Design
- Professionelle und zeitnahe Abwicklung
- Parallele Produktion zur Zeitschrift auf Anfrage möglich

Druck

4-farbig auf 115 g/m²-Papier

Auflagen und Umfänge (Beispiele)

Stückzahl	4-seitig	6-seitig	8-seitig
3.000	1.500,- EUR	1.850,- EUR	2.100,- EUR
5.000	1.700,- EUR	2.150,- EUR	2.300,- EUR
10.000	2.200,- EUR	2.700,- EUR	3.300,- EUR
20.000	2.900,- EUR	4.000,- EUR	4.800,- EUR

Kleinere / größere Auflagen und Umfänge auf Anfrage möglich.

Zusatzkosten

Transportkosten nach Aufwand. Satz und Belichtung werden mit 40,- EUR pro angefangene 1/2 Stunde berechnet.

Fragen Sie nach aktuellen Aktionen

Redaktion CO'MED Fachmagazin (Nadja Schmidt)
Tel.: (06146) 9074-12, Fax: (06146) 9074-44
nadja.schmidt@comedverlag.de

1. Anzeigenauftrag im Sinn der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten in einer Druckschrift zum Zweck der Verbreitung.
2. Anzeigen sind im Zweifel zur Veröffentlichung innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzurufen. Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen eingeräumt, so ist der Auftrag 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 Ziffer 2 genannten Frist auch über 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, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Verlag zu erstatten. Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht.
5. Bei der Errechnung der Abnahmemengen werden Text-Millimeterzeilen dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.
6. Aufträge für Anzeigen und Fremdbeilagen, die erklärtermaßen ausschliesslich in bestimmten Nummern, Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig beim Verlag eingehen, dass dem Auftraggeber noch vor Anzeigenschluss mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht auszuführen ist. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.
7. Anzeigen, die auf Grund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden 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 Beilagenaufträge wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Verlages abzulehnen, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstösst oder deren Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist. Dies gilt auch für Aufträge, die bei Geschäftsstellen, Annahmestellen oder Vertretern aufgegeben werden. Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Musters der Beilage und deren Billigung bindend. Beilagen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils 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 Druckunterlagen oder der Beilagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. Der Verlag gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten.
10. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder bei unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Lässt der Verlag eine ihm hierfür gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Schadenersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsabschluss und unerlaubter Handlung sind – auch bei telefonischer Auftragserteilung – ausgeschlossen. Schadenersatzansprüche aus Unmöglichkeit der Leistung und Verzug sind beschränkt auf Ersatz des vorhersehbaren Schadens und auf das für die betreffende Anzeige oder Beilage zu zahlende Entgelt. Dies gilt nicht für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit des Verlegers, seines gesetzlichen Vertreters und seines Erfüllungsgehilfen. Eine Haftung des Verlages für Schaden wegen des Fehlens zugesicherter Eigenschaften bleibt unberührt. Im kaufmännischen Geschäftsverkehr haftet der Verlag darüber hinaus auch nicht für grobe Fahrlässigkeit von Erfüllungsgehilfen, in den übrigen Fällen ist gegenüber Kaufleuten die Haftung für grobe Fahrlässigkeit dem Umfang nach auf den voraussehbaren Schaden bis zur Höhe des betreffenden Anzeigenentgelts beschränkt. Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.
11. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Der Verlag berücksichtigt

- sichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden. Dies gilt nur für Anzeigen, die der Verlag erstellt hat.
12. Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zu Grunde gelegt.
13. Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung sofort, möglichst aber vierzehn Tage nach Veröffentlichung der Anzeige übersandt. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen vom Empfang der Rechnung an laufenden Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.
14. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Anzeigenabschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.
15. Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages werden Anzeigenausschnitte, Belegseiten oder vollständige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.
16. Kosten für die Anfertigung bestellter Druckunterlagen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.
17. Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage oder – wenn eine Auflage nicht genannt ist – die durchschnittlich verkaufte (bei Fachzeitschriften gegebenenfalls die durchschnittlich tatsächlich verbreitete) Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisminderung berechtigender Mangel, wenn sie bei einer Auflage bis zu 50.000 Exemplaren 20 %
bei einer Auflage bis zu 100.000 Exemplaren 15 %
bei einer Auflage bis zu 500.000 Exemplaren 10 %
bei einer Auflage über 500.000 Exemplaren 5 %
beträgt.
- Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preisminderungsansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Vertrag zurücktreten konnte.
18. Bei Ziffernanzeigen wendet 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 auf Ziffernanzeigen werden vier Wochen aufbewahrt. Zuschriften, die in dieser Frist nicht abgeholt sind, 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 eingehenden Angebote zur Ausschaltung von Missbrauch des Zifferndienstes zu Prüfzwecken zu öffnen. Zur Weiterleitung von geschäftlichen Anpreisungen und Vermittlungsangeboten ist der Verlag nicht verpflichtet.
19. Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages.
20. Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages.
- Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand der Sitz des Verlages. Soweit Ansprüche des Verlages nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nicht-Kaufleuten nach deren Wohnsitz. Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers, auch bei Nicht-Kaufleuten, im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragsschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart.