

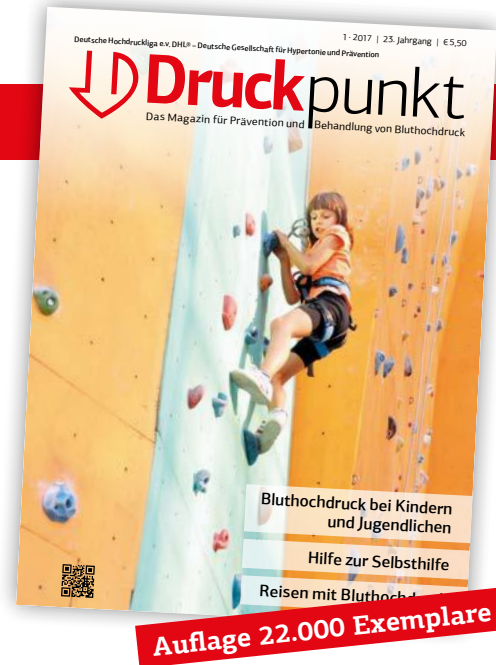
Druckpunkt

Das Magazin für Prävention und Behandlung von Bluthochdruck

Anzeigenpreisliste 2017

Inhalt

- 2 Titelporträt & Zielgruppe
- 3 Themenplan & Termine
- 4 Anzeigenpreise
- 5 Anzeigenformat & Druckdaten
- 6 Verlagsangaben
- 7 Allgemeine Geschäftsbedingungen



Deutsche Hochdruckliga e.v. DHL®
Deutsche Gesellschaft für
Hypertonie und Prävention



Titelporträt & Zielgruppe

Die Deutsche Hochdruckliga gibt eine eigene Zeitschrift für Prävention und Behandlung des Bluthochdrucks und seiner Folgen heraus: das Gesundheitsmagazin **Druckpunkt**. Es dient der Aufklärungs- und Präventionsarbeit, einer der Schwerpunkte der Hochdruckliga.

Ärztliche und wissenschaftliche Mitglieder der Deutschen Hochdruckliga schreiben im **Druckpunkt** regelmäßig über aktuelle Themen aus Forschung und Praxis. Die Artikel sind laienverständlich geschrieben und evidenzorientiert. Jede Ausgabe enthält außerdem praxisnahe Hinweise und Tipps zur Lebensstiländerung. Dabei liegt der Schwerpunkt bei den Themen Bewegung, Entspannung und Ernährung als nichtmedikamentöse Behandlungsmaßnahmen der Hypertonie. Ergänzt wird jede Ausgabe mit aktuellen Kurzmeldungen aus Politik und Wissenschaft sowie festen

Rubriken wie die Beantwortung von Leserbriefen, ein Kreuzworträtsel verbunden mit einem Preisausschreiben sowie Rezepten.

Die Zielgruppe

Der **Druckpunkt** erscheint viermal im Jahr mit einer Auflage von jeweils 22.000 Exemplaren. Er wird an alle Mitglieder der Deutschen Hochdruckliga, Hypertensiologen DHL[®], Hypertonieassistenten DHL[®] und Interessensvertreter verschickt sowie in Kliniken, Praxen, bei Gesundheitstagen, auf Messen und bei Vorträgen verteilt.

Themenplan & Erscheinungstermine

	AUSGABE 1/2017 ET 17.02.2017 AS 17.01.2017 DU 24.01.2017	AUSGABE 2/2017 ET 28.04.2017 AS 28.03.2017 DU 04.04.2017	AUSGABE 3/2017 ET 27.07.2017 AS 21.06.2017 DU 28.06.2017	AUSGABE 4/2017 ET 03.11.2017 AS 03.10.2017 DU 10.10.2017
Schwerpunkt	Ältere/ Hochbetagte	Der Mensch im Mittelpunkt	Herausforderung Lebensstil	Das metabolische Syndrom, das tödliche Quartett
Weitere Themen	<ul style="list-style-type: none"> • „Therapietreue“ • Medikationsmanagement – erste Erfahrung nach Umsetzung des eHealth Gesetzes • „Gesund alt werden, wie kann das gelingen?“ • Neues aus der Welt der Hypertonie 	<ul style="list-style-type: none"> • Brauchen wir bessere Medikamente, eine bessere Versorgung, eine bessere Behandlung oder treuere Patienten? • „Achtsamkeit & Resilienz“ • Vom Vorsatz zur Tat – Therapietreue aus Patientensicht • Hypertonie und Compliance eine ärztliche Herausforderung • Hypertonie und Rheuma 	<ul style="list-style-type: none"> • Ganzheitliche Behandlung von Hypertonie • Alternativen zu blutdrucksenkenden Medikamenten – natürliche Blutdrucksenker • Bewegung bei Hypertonie und Organbelastungen • Tabak- und Alkoholkonsum nicht nur für Hypertoniker ungesund • Welche Bluthochdruckmedikamente passen zu mir? • Bluthochdruck und Psyche 	<ul style="list-style-type: none"> • Entwicklung in der Diabetes-therapie für Hypertoniker • Erfahrungen der sektorenübergreifenden IT-gestützten Versorgung in Mecklenburg Vorpommern • fetale und frühkindliche Prägung als Hypertonie- und Diabetesrisiko • Hypertonie und Stoffwechselstörungen • Laborwerte verstehen, Bedeutung der Langzeitblutdruckmessung und Pulswellengeschwindigkeit • Diabetes und Hypertonie: (k)ein Thema des Einkommens?

ET = Erscheinungstermin

AS = Anzeigenschluss

DU = Druckunterlagenschluss

• Änderungen der Termine vorbehalten

• Abweichungen sind möglich wegen Wochenend- und Feiertagen.

Anzeigenformate und -preise

Anzeigenformate	Satzspiegel Breite x Höhe	im Anschnitt Breite x Höhe	Preis 4-farbig
1/1 Seite	175 x 240 mm	210 x 279 mm	€ 2.050,-
2/3 Seite hoch	115 x 240 mm	135 x 279 mm	€ 1.450,-
quer	175 x 157 mm	210 x 175 mm	€ 1.450,-
1/2 Seite hoch	85 x 240 mm	105 x 279 mm	€ 1.240,-
quer	175 x 115 mm	210 x 135 mm	€ 1.240,-
1/3 Seite hoch	55 x 240 mm	75 x 279 mm	€ 740,-
quer	175 x 78 mm	210 x 96 mm	€ 740,-
1/4 Seite hoch	85 x 117 mm	100 x 135 mm	€ 620,-
quer	175 x 56 mm	210 x 74 mm	€ 620,-
Kleinanzeigen	55 x Mindesthöhe 40 mm Preis je mm		€ 4,-

Vorzugsplatzierungen

II. Umschlagseite	175 x 240 mm	210 x 279 mm	€ 2.850,-
III. Umschlagseite	175 x 240 mm	210 x 279 mm	€ 2.850,-
IV. Umschlagseite	175 x 240 mm	210 x 279 mm	€ 3.250,-

Beilagen / Teilbeilagen

bis 25 g	€ je ‰	60,-
26 – 50 g	€ je ‰	75,-
51 – 100 g	€ je ‰	90,-
101 – 200 g	€ je ‰	110,-

Eingeklebte Postkarte

Technische Kosten: € 49,00 je ‰.
Die Postkarte kann nur auf einer Anzeige ab 1/2 Seite Größe aufgeklebt werden.

Preise inklusive Postgebühren bei Anlieferung von 22.500 Exemplaren.

Erscheinungsweise:

viermal jährlich
Bitte beachten Sie für den Anzeigenschluss den Terminplan auf Seite 4

Nachlässe / Malstaffel

Ab 2 Anzeigen 5 %
Ab 4 Anzeigen 10 %

Zahlungsbedingungen

14 Tage netto
2% Skonto innerhalb 7 Tagen

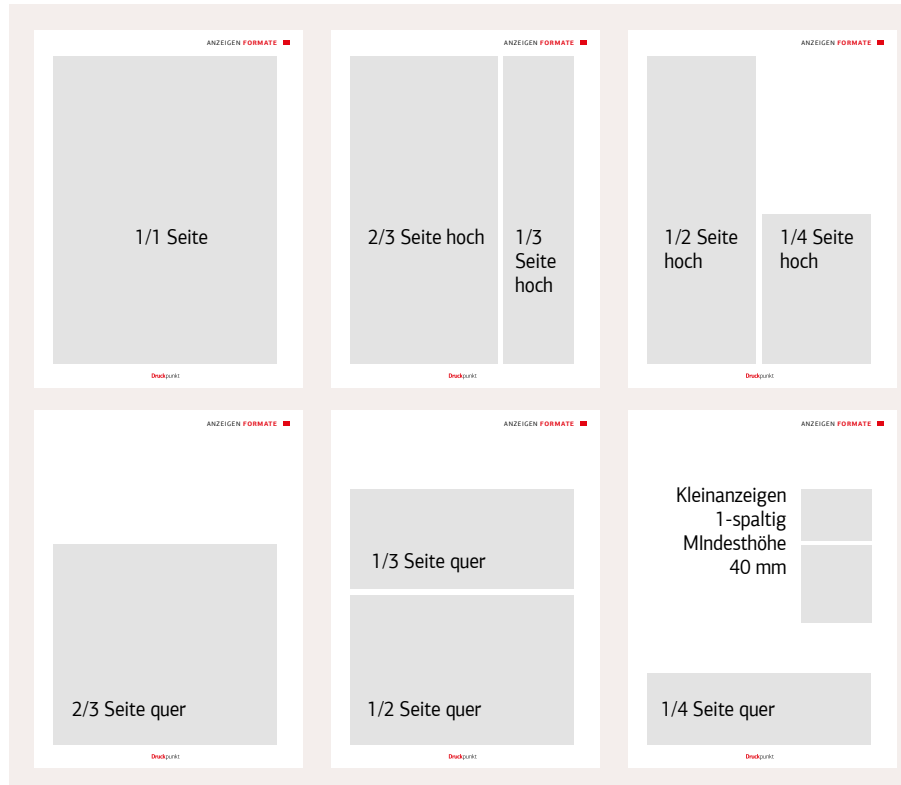
Umsatzsteuer-ID PACs Verlag

DE 142213411

Alle Preise verstehen sich zzgl. der gesetzlichen Mehrwertsteuer.

Anzeigenformate

Druckdaten



Heftformat: 210 x 279 mm

Druckverfahren: Rollen-Offset Euroskala

Druckunterlagen: Digitale Druckdaten bevorzugt PDF-X/3, CMYK, Mindestauflösung von Bildern 300dpi, offene Daten nach Rücksprache in Adobe CC InDesign/Illustrator inkl. aller Bilder und Schriften.

Beschnittzugabe: 3 mm an allen angeschnittenen Seitenrändern

Proof: ohne farbverbindliches Proof sind Reklamationen wegen Farbabweichungen ausgeschlossen. Reklamationen auf Grund nicht korrekter Druckunterlagen werden vom Verlag nicht anerkannt.

Datenübertragung:

E-Mail an druckpunkt@pacs-online.com
FTP-Server-Zugangsdaten auf Anforderung an o.g. E-Mail

Anzeigenannahme: PACs Verlag GmbH
Innere Neumatten 9, 79219 Staufen
Tel. 07633/933 20-0, Fax 07663/933 20-20

Verlagsangaben

Herausgeber:

Deutsche Hochdruckliga e.V. DHL®
Deutsche Gesellschaft für Hypertonie
und Prävention
Berliner Str. 46, 69120 Heidelberg
Telefon 06221/ 5 88 55-0
Telefax 06221/ 5 88 55-25
E-Mail: info@hochdruckliga.de

Verantwortlich:

Mark Grabfelder (Geschäftsführer)

Redaktion:

Dr. Rolf-Günther Sommer
E-Mail: sommer@pacs-online.com

Schriftleitung:

Prof. Dr. med. Joachim Hoyer
Prof. Dr. med. Martin Paul

Verlagsanschrift:

PACs Verlag GmbH
Innere Neumatten 9, 79219 Staufen
Telefon: 0 76 33/933 20-0
Telefax: 0 76 33/933 20-20
E-Mail: pacs@pacs-online.com

Ansprechpartner Anzeigen:

PACs Verlag GmbH
Christoph Knüttel
Telefon: 0 76 33/933 20-12
Telefax: 0 76 33/933 20-20
E-Mail: christoph.knuettel@pacs-online.com

Druckauflage:

22.000 Exemplare

Zahlungsbedingungen:

14 Tage netto
2% Skonto innerhalb 7 Tagen

Bankverbindung:

Sparkasse Staufen-Breisach
IBAN: DE77 6805 2328 0009 2221 00
Swift: SOLADES1 STF

Allgemeine Geschäftsbedingungen

1. „Anzeigenauftrag“ im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungstreibenden oder sonstigen Inserenten in einer Druckschrift zum Zweck der Veröffentlichung.
 2. Der erteilte Auftrag wird erst nach schriftlicher Bestätigung durch den Verlag rechtsverbindlich. Bei Erteilung des Auftrages mündlich getroffene Absprachen werden erst durch ausdrückliche schriftliche Bestätigung des Verlages rechtsverbindlich.
 3. Anzeigenaufträge 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. Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. in Satz 1 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. Für die Aufnahme von Anzeigen in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift wird keine Gewähr geleistet. Der Verlag wendet bei Entgegennahme und Prüfung der Anzeigentexte die geschäftsübliche Sorgfalt an, haftet aber nicht, wenn er vom Auftraggeber irreführt oder getäuscht wird.
 6. Bei der Errechnung der Abnahmemengen werden Text-Millimeterzeilen dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeterzeilen umgerechnet.
 7. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht. Das gleiche gilt sinngemäß für Anzeigen (Mindestgröße 1/3 Seite), die seitenhohen oder blattbreiten Textschluss haben.
 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. 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 ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen – sofern vor Abdruck erkennbar – fordert der Verlag ohne Verzug Ersatz an.
 10. Der Auftraggeber hat bei unleserlichem, unrichtigem oder unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Weitergehende Haftungen für den Verlag sind ausgeschlossen. Fehlende oder fehlerhaft gedruckte Kontrollangaben ergeben keinen Anspruch für den Auftraggeber. Reklamationen können nur innerhalb von 30 Tagen nach Rechnungsempfang berücksichtigt werden.
 11. 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 fristgemäß zurück, so gilt die Genehmigung zum Druck als erteilt.
 12. Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die tatsächliche Abdruckhöhe berechnet.
 13. Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlungen leistet, wird die Rechnung sofort, spätestens aber vierzehn Tage nach Veröffentlichung der Anzeige übersandt. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen Frist zu bezahlen, sofern nicht eine kürzere Frist oder Vorauszahlung vereinbart worden ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.
 14. Bei Zahlungsverzug treten automatisch die dementsprechenden gesetzlichen Regelungen in Kraft. Die Verpflichtung zur Zahlung von Verzugszinsen bleibt auch bei Gewährung von Stundung bestehen.
 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 erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen und für Lieferung bestellter Druckstöcke, Matern und Zeichnungen hat der Auftraggeber zu bezahlen.
 17. Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet 3 Monate nach Erscheinen der Anzeige.
 18. 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% 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.
19. Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages. Gerichtsstand ist, soweit das Gesetz zwingend nichts anderes vorsieht, der Sitz des Verlages; auch für das Mahnverfahren sowie für den Fall, dass der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt ist, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart.
- ### Zusätzliche Geschäftsbedingungen des Verlages
- a) Bei Änderungen der Anzeigen- und Beilagenpreise treten die neuen Bedingungen auch für laufende Verträge sofort in Kraft.
 - b) Im Falle höherer Gewalt erlischt jede Verpflichtung des Verlages auf Erfüllung von Aufträgen oder Leistungen von Schadenersatz. Insbesondere wird auch kein Schadenersatz für nicht veröffentlichte oder nicht rechtzeitig veröffentlichte Anzeigen geleistet.
 - c) Bei Betriebsstörungen oder Eingriffen durch höhere Gewalt (z.B. Streik, Beschlagnahme u.dgl.) hat der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen, wenn die Aufträge mit 80% der Auflage erfüllt sind. Geringere Leistungen sind nach dem Tausender-Seitenpreis zu bezahlen.
 - d) Nach dem Rücktrittstermin sind Sistierungen, nach dem Anzeigenschluss Änderungen von Größen, Formaten und der Wechsel von Farben nicht mehr möglich. Bei fermündlich aufgegebenen Anzeigen oder fermündlich erteilten Korrekturen haftet der Verlag nicht für die Richtigkeit der Wiedergabe.

Deutsche Hochdruckliga e.v. DHL® – Deutsche Gesellschaft für Hypertonie und Prävention

