

Fünf starke Titel - eine Rabattstaffel: AWA, AZ, DAZ, MMP, PTAheute

MMP 2012 MEDIA-INFORMATION VORSPRUNG DURCH MEHR WISSEN



Deutscher Apotheker Verlag



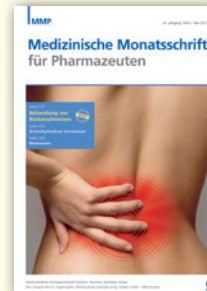
Die Medienmarke:

Zielgruppe: Apotheker, primär in öffentlichen Apotheken, ca. 7.100 Exemplare Auflage, ca. 5.800 Abonnenten, IVW-geprüft

Themenspektrum / Rubriken: Vor allem medizinische Themen, aufbereitet für den interessierten Pharmazeuten. Übersichten zur Anatomie, Physiologie und Pathophysiologie, Pharmakologie einer Substanz- oder Indikationsgruppe und zur Behandlung eines Krankheitsbilds. Zertifizierte Fortbildung, Pharmakologie Aktuell, Fallberichte, Fragen aus der Praxis, Literaturreferate wichtiger Publikationen aus der internationalen Fachliteratur sowie Berichte von Kongressen und anderen Fortbildungsveranstaltungen. Die MMP steht für fundierte Fortbildung in Pharmakologie, Medizin und klinischer Pharmazie.

Angebot der Medienmarke MMP:

- **MMP:** monatliche Fachzeitschrift im 35. Jahrgang, Anzeigenschaltungen und Supplementbuchungen möglich. Sie ist ideal für die Ansprache von Pharmazeuten zu verschreibungspflichtigen, ethischen Präparaten
- **medmopharm.de:** der Internetauftritt der MMP mit Online-Fragebögen zur zertifizierten Fortbildung und einem elektronischen Archiv
- **INTERPHARM:** größter pharmazeutischer Fortbildungskongress Europas mit Industriemesse
- **medpharm networks:** Veranstaltungen im Kundenauftrag für pharmazeutische und/oder medizinische Zielgruppen. Zertifizierte Fortbildungen, sonstige Veranstaltungen, Media-Dienstleistungen, Corporate Publishing, Content-Lieferungen und vieles mehr ...



Medizinische Monatsschrift für Pharmazeuten

Inhalt:

Fachzeitschrift:

- 4-5 **1** Titelporträt
- 6 **T** Terminplan
- 7-9 **P** Preisliste
- 10-14 **F** Formate und technische Angaben
- 15 **2** Auflagen-Analyse

Website:

- 16 **1** Porträt
- 17 **P** Preise Werbeformen
- 18 **N** Nutzungsdaten
- 18-20 **F** Formate und technische Angaben

1 Titel: Medizinische Monatsschrift für Pharmazeuten

2 Kurzcharakteristik:

Die Medizinische Monatsschrift für Pharmazeuten (MMP) richtet sich an Apotheker, die die Zeitschrift abonniert haben. Die meisten Abonnenten sind in öffentlichen Apotheken oder Krankenhausapotheken tätig. Ein weiterer, kleiner Anteil der Abonnenten sind Pharmazeuten, die an Universitäten, in der pharmazeutischen Industrie, bei Krankenkassen oder in der Verwaltung arbeiten. Die MMP ist Organ der Deutschen Gesellschaft für klinische Pharmazie e.V. (DGKPha).



Von anderen pharmazeutischen Fachzeitschriften unterscheidet sich die MMP durch den vergleichsweise großen Anteil medizinischer Themen. Ein weiterer Schwerpunkt liegt auf der klinischen Pharmazie. Feste Bestandteile der Zeitschrift sind Übersichten, die zertifizierte Fortbildung, Literaturreferate wichtiger Publikationen aus der internationalen Fachliteratur sowie Berichte von Kongressen und anderen Fortbildungsveranstaltungen.

Die MMP ist damit unentbehrlich für eine kontinuierliche Fortbildung in Pharmakologie, Medizin und klinischer Pharmazie. Sie ist die Grundlage für eine fundierte Beratung von Patienten und Ärzten.

3 Zielgruppe: Primär Apotheker in öffentlichen Apotheken, daneben Krankenhausapotheker

4 Erscheinungsweise: monatlich

5 Heftformat: 210 x 297 mm, DIN A4

6 Jahrgang: 35. Jahrgang 2012

7 Bezugspreis Jahresabonnement:

Inland € 139,00 zzgl. Versandkosten
 Ausland € 181,00 inkl. Versandkosten
 Einzelverkaufspreis € 16,00
 Versandkosten € 18,00

8 Organ: Deutsche Gesellschaft für klinische Pharmazie e. V. (DGKPha)

9 Mitgliedschaften: IVW/LA-MED

10 Verlag: Deutscher Apotheker Verlag
 Postfach 10 10 61
 70009 Stuttgart
 Telefon (07 11) 25 82-0
 Telefax (07 11) 25 82-290
www.deutscher-apotheker-verlag.de

Geschäftsführung: Dr. Christian Rotta,
 Dr. Klaus G. Brauer

11 Herausgeber: -

12 Leitung Media: Kornelia Wind
 Telefon (07 11) 25 82-245
 Telefax (07 11) 25 82-252
 E-Mail kwind@deutscher-apotheker-verlag.de

Mediaberatung: Thomas Christ
Telefon (07 11) 25 82-241
Telefax (07 11) 25 82-263
E-Mail tchrist@deutscher-apotheker-verlag.de

Irene Nowak
Telefon (0 52 41) 23 46 88-0
Telefax (0 52 41) 23 46 88-8
E-Mail inowak@deutscher-apotheker-verlag.de

Marcus Pfeffinger
Telefon (07 11) 25 82-210
Telefax (07 11) 25 82-263
E-Mail mpfeffinger@deutscher-apotheker-verlag.de

Stefan Rapp
Telefon (07 11) 25 82-288
Telefax (07 11) 25 82-263
E-Mail srapp@deutscher-apotheker-verlag.de

Anzeigenvertretung Süd (Bayern & Baden-Württemberg)

Verlagsbüro Eva Sagemüller,
Lindenstraße 33, 88450 Berkheim/Illertal

Mediaberatung: Eva Sagemüller
Telefon (083 95) 928-28
Telefax (083 95) 928-88
E-Mail sagemueller@verlagsbuero-sagemueller.de

Manfred Moosherr
Telefon (083 95) 928-10
Telefax (083 95) 928-88
E-Mail moosherr@verlagsbuero-sagemueller.de

Anzeigendisposition: Ilona Kern
Telefon (07 11) 25 82-229
Telefax (07 11) 25 82-263
E-Mail ikern@deutscher-apotheker-verlag.de

13 Redaktionsleitung: Dr. Heike Oberpichler-Schwenk
Telefon (07 11) 25 82-234
Telefax (07 11) 25 82-283
E-Mail mmpf@deutscher-apotheker-verlag.de

14 Umfangs-Analyse 2010 = 12 Ausgaben

Gesamtumfang:	532 Seiten	=	100,0 %
Redaktionsteil	482 Seiten	=	90,6 %
Anzeigenteil	50 Seiten	=	9,4 %
davon:			
Stellen- und Gelegenheitsanzeigen	0 Seiten	=	0,0 %
Verlagseigene Anzeigen	39 Seiten	=	78,0 %
Einhefter	0 Seiten	=	0,0 %
Beilagen	2 Stück		

15 Inhalts-Analyse: -

MEDIA-INFORMATIONEN

Terminplan

Terminkalender

Nummer, Monat	Erscheinungstermin (1 Ausgabe pro Monat)	Anzeigenschluss	Druckunterlagenschluss
1, Januar	06.01.2012	16.12.2011	19.12.2011
2, Februar	03.02.2012	17.01.2012	20.01.2012
3, März	02.03.2012	14.02.2012	17.02.2012
4, April	30.03.2012	13.03.2012	16.03.2012
5, Mai	04.05.2012	17.04.2012	20.04.2012
6, Juni	01.06.2012	15.05.2012	18.05.2012
7, Juli	29.06.2012	12.06.2012	15.06.2012
8, August	03.08.2012	17.07.2012	20.07.2012
9, September	31.08.2012	14.08.2012	17.08.2012
10, Oktober	28.09.2012	11.09.2012	14.09.2012
11, November	02.11.2012	16.10.2012	19.10.2012
12, Dezember	30.11.2012	13.11.2012	16.11.2012

1 Anzeigenformate und Preise:

Allen Preisen ist der jeweils gültige gesetzliche Mehrwertsteuersatz hinzuzurechnen. Rabattstafel: siehe Ziffer 3

Format	Breite x Höhe Anschnitt in mm*	Breite x Höhe Satzspiegel in mm	Anzeigenpreis in € (rabattfähig)	
			Grundpreis s/w	ISO-Skala 4c
1/1 Seite	210 x 297	177 x 255	1790,-	3240,-
2/3 Seite hoch	130 x 297	112 x 255	1250,-	2700,-
2/3 Seite quer	210 x 190	177 x 164	1250,-	2700,-
1/2 Seite quer	210 x 148	177 x 128	940,-	2390,-
1/3 Seite hoch	70 x 297	56 x 255	630,-	2075,-
1/3 Seite quer	210 x 99	177 x 87	630,-	2075,-
1/4 Seite quer	210 x 74	177 x 60	470,-	1915,-
2. + 4. Umschlagseite je				3410,-

* zzgl. 3 mm Beschnitt ringsum

2 Zuschläge:

Platzierung	2. und 4. Umschlagseite in 4c: je € 170,00
Farbe	Genannte Preise gelten s/w und 4c im CMYK-Modus nach ISO-Skala. Farbzuschläge sind rabattfähig. Preise für Sonderfarben, Metall-, Leucht- und Duftfarben auf Anfrage
Format	Es wird kein Anschnittzuschlag erhoben

3 Rabatte: bei Abnahme innerhalb von 12 Monaten

(Kalender- oder Insertionsjahr)

Malstaffel		Mengenstaffel		
3 -maliges	Erscheinen	3%	3 Seiten	5%
6 -maliges	Erscheinen	5%	6 Seiten	10%
12 -maliges	Erscheinen	10%	12 Seiten	15%
18 -maliges	Erscheinen	15%	18 Seiten	20%
26 -maliges	Erscheinen	20%	24 Seiten	25%
38 -maliges	Erscheinen	25%	ab 30 Seiten	30%
ab 52 -maligem	Erscheinen	30%		

Durchhefter, Beilagen und technische Kosten sind nicht rabattfähig

Kombinationen: Apotheken-Kombi
(DAZ, AZ, PTA*heute*, MMP, AWA) = eine gemeinsame Rabattstaffel

Bonus-Produktanzeigen: DAZ-Inserenten mit mindestens drei ganzseitigen Anzeigen pro Jahr erhalten bis zu derselben Menge an kombinierten ganzseitigen Anzeigen in verfügbaren Ausgaben der **MMP** zum Sonderpreis von **€ 900,-** und/oder der **AZ** zum Sonderpreis von **€ 1700,-** je zzgl. MwSt. Bonus-Produktanzeigen sind nicht rabattfähig und gehen nicht in die Mal- und Mengenstaffel ein.

4 Stellen-/Rubrikanzeigen:

Anzeigenpreise und Formate auf Anfrage.
Ihr Ansprechpartner ist Rainer Siegesmund
Tel.: (0711) 25 82-243
E-Mail: rsiegesmund@deutscher-apotheker-verlag.de

5 Sonderwerbeformen:

Sonderpublikationen: auf Anfrage
Sonderdrucke: auf Anfrage

Vor Auftragsannahme und -bestätigung der nachfolgenden Sonderwerbeformen **Durchhefter, Beilagen und aufgeklebte Werbemittel** ist die **Vorlage eines verbindlichen Musters**, notfalls eines Blindmusters oder Aufrisses mit Größen- und Gewichtsangabe **erforderlich** (PDF-Versand ausreichend).

Die Sonderwerbeformen müssen so gestaltet sein, dass sie als Werbung erkennbar sind und nicht mit dem Redaktionsteil verwechselt werden können. Die Platzierung der Sonderwerbeformen ist abhängig von den technischen Möglichkeiten.

Durchhefter:

2 Blatt = 4 Seiten DIN A4 + 3 mm Beschnitt an allen Seiten,
Papiergammatur mindestens 100 g/m²
Preis 4-seitig: € 6480,- (pro Seite: € 1620,-)

Technische Daten, Beschnittschema, Anlieferadresse:
siehe Modul F, Formate.

Beilagen:

Preise inkl. Postgebühren* für Gesamtbelegung, Teilbelegung nicht möglich. Beilagen sind nicht rabattfähig.
Beilagen bis zum Format 200 x 295 mm:
Bis 25 g € 1390,-
Je weitere angefangene 5 g € 130,-

Oversize-Beilagen:

sind exklusiv nur einmal je Ausgabe möglich und ragen oben über das Heft hinaus. Format 200 x 315 mm
Bis 25 g € 1525,-
Je weitere angefangene 5 g € 145,-

Technische Daten, Mengen und Anlieferadresse:
siehe Modul F, Formate.

Aufgeklebte Werbemittel:

Postkarten: € 800,-

Bereits auf Durchhefter aufgeklebte Werbemittel: € 535,-

Booklet, Post-It, Warenprobe, CD: auf Anfrage nach Vorlage eines Musters.

Technische Daten, Mengen und Anlieferadresse siehe Modul F, Formate.

Zusätzlich zu den hier abgebildeten, nicht rabatt-, AE- und skontofähigen technischen Kosten für die Verarbeitung fallen auch die Kosten für das Trägermedium in Form eines Durchhefters oder einer ganzseitigen Anzeige an.

Allen hier genannten Preisen ist der jeweils gültige gesetzliche Mehrwertsteuersatz hinzuzurechnen.

*Postgebühren: Unter drei Millimeter Dicke werden für Beilagen und aufgeklebte Werbemittel keine zusätzlichen Postkosten berechnet. Diese entstehen dann, wenn die Beilage bzw. das Werbemittel zwischen 3 und 30 mm dick ist.

Dicke		Cent pro Stück
3,0 mm	bis 5,4 mm	5,00
5,5 mm	bis 10,4 mm	7,50
10,5 mm	bis 30,0 mm	10,00

6 Kontakt Auftragsbearbeitung:

Anzeigendisposition, Datenlieferung, Belege:

Ilona Kern

Telefon (07 11) 25 82-229

Telefax (07 11) 25 82-263

E-Mail ikern@deutscher-apotheker-verlag.de

Stellen-/**Rubrikanzeigen:** Rainer Siegesmund

Telefon (07 11) 25 82-243

Telefax (07 11) 25 82-294

E-Mail rubrik@deutscher-apotheker-verlag.de

7 Zahlungsbedingungen:

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

Bankverbindung:

Baden-Württembergische Bank

(BLZ 600 501 01) Konto-Nr. 2 149 079

Postbank Stuttgart

(BLZ 600 100 70) Konto-Nr. 17 463 709

Agenturprovision:

10% (nicht auf durchlaufende Posten)

Unsere allgemeinen Geschäftsbedingungen für Anzeigen und Fremdbeilagen in Zeitungen und Zeitschriften finden Sie im Internet unter: www.deutscher-apotheker-verlag.de/media-agb

- 1 Zeitschriftenformat:** DIN A4
 B 210 x H 297 mm beschnitten
 B 216 x H 303 mm unbeschnitten
 3 mm Beschnitt je Anschnittkante

Satzspiegel: B 177 x H 255 mm

- 2 Druck- und Bindeverfahren:** Offset, 60er Raster,
 Rückendrahtheftung

- 3 Datenübermittlung:** Für Ankündigungen, Auskünfte,
 Abstimmung usw. bei Übermittlungen digitaler Druckunterlagen
 ist Ihre Ansprechpartnerin **Frau Ilona Kern:**

Telefon (07 11) 25 82-229
 E-Mail ikern@deutscher-apotheker-verlag.de
 Hausanschrift Deutscher Apotheker Verlag,
 Birkenwaldstr. 44, 70191 Stuttgart
 Postanschrift Deutscher Apotheker Verlag, Postfach
 101061, 70009 Stuttgart

Per FTP-Server: auf Anfrage

- 4 Datenformate:** Wir bitten grundsätzlich um Übersendung eines
 druckfähigen PDF (composite) als Druckunterlage. Wir bevorzugen
 hierbei das Format PDF-X1a, da hier nur CMYK-Bilder eingestellt
 werden können. PDF-X3-Formate mit CMYK-Bildern (ohne RGB-
 Bilder) können ebenfalls weiter verarbeitet werden. Alle Schriften
 müssen im PDF eingebunden sein, bitte ohne Untergruppen.

PDFs dürfen keine Transparenzen enthalten. Bei einer Transparenzreduzierung in der Weiterverarbeitung kann keine Garantie übernommen werden. Nicht verarbeitet werden können: RGB-Bilder, LAB-Bilder, DCS-Bildformate, Duplexbilder mit Sonderfarben, Haarlinien.

In Ausnahmefällen können auf Anfrage auch offene Daten für Mac verarbeitet werden. Bitte stimmen Sie sich unbedingt vorher mit uns ab! Einen Mehraufwand stellen wir gegebenenfalls in Rechnung.

Datenträger/-empfänger:

E-Mail (bei Datenmenge unter 30 MB)

CD-Rom, DVD

FTP-Server auf Anfrage

Zusammen mit dem Datenträger bzw. der FTP-Übermittlung werden alle Informationen über Zeitschrift/Titel/belegte Ausgabe, Absender/Firma/Kunde, Betriebssystem, verwendete Programmversionen, Datei-Namen sowie Anzahl und Namen der Druckfarben benötigt.

Grafiken/Auflösung:

Rasterabbildungen sollten eine Auflösung zwischen 250 und 300 dpi haben, Strichabbildungen Minimum 600 dpi.

Preise:

Für die Übernahme digitaler Anzeigen gelten die nachfolgenden Preise. Fehlbelichtungen aufgrund von unvollständigen oder fehlerhaften Dateien, falschen Einstellungen oder unvollständigen Angaben werden berechnet. Das gilt gleichermaßen für zusätzliche Satz- oder Lithoarbeiten sowie für die Erstellung fehlender Proofs.

Erstellung eines digitalen Proofs:
bis Format DIN A4 € 33,-
bis Format DIN A3 € 65,-

Stundensatz für DTP-Arbeiten:

Erkannte Datei-Fehler werden auf Wunsch des Kunden und nach Absprache des erforderlichen Arbeitsaufwandes soweit wie möglich bearbeitet. Eingriffe werden nach Zeitaufwand pro Stunde berechnet mit € 90,-, mindestens mit € 25,-.

Alle anderen Arbeiten im Bereich der Druckvorstufe nach Aufwand auf Anfrage.

- 5 Farben:** Druckfarben (CMYK) nach ISO 12647-2 (PSO). Sonderfarben sind in Absprache möglich. Für Anzeigen mit Sonderfarben (Pantone, HKS) wird zum farbverbindlichen Proof zusätzlich ein Ausdruck des Sonderfarbenkanals mit den genauen Farbbezeichnungen benötigt.

- 6 Proof:** Ein Proof mit Medienkeil nach ISOcoated_v2.icc FOGRA39 ist **unbedingt erforderlich!** Von jeder zu belichtenden Seite wird ein verbindlicher Proof benötigt. Proof und digitale Druckunterlagen müssen identisch sein. Farbdrucke vom Farbkopierer oder PC-Drucker sind nicht druckverbindlich.

- 7 Datenarchivierung:** Daten werden archiviert, unveränderte Wiederholungen sind daher in der Regel möglich. Eine Datengarantie wird jedoch nicht übernommen.

- 8 Gewährleistung:** Nur was auf dem Datenträger vorhanden ist, kann belichtet werden. Für Abweichungen in Texten, Abbildungen und insbesondere Farben übernimmt der Verlag keine Haftung. **Der Druck von Farbanzeigen ohne druckverbindliches Proof und ohne Medienkeil erfolgt ohne Gewährleistung.** Reklamationen sind somit ausgeschlossen. Dies gilt auch, falls Proof und Druckunterlagen nicht identisch sind. Wir gehen davon aus, dass es sich bei den uns zugeleiteten und übergebenen Dateien um Kopien handelt und übernehmen für deren Bestand keine Haftung.

- 9 Kontakt:** Ihre Ansprechpartnerin in der Anzeigendisposition ist **Frau Ilona Kern:**

Telefon	{07 11} 25 82-229
E-Mail	ikern@deutscher-apotheker-verlag.de
Postanschrift	Deutscher Apotheker Verlag, Postfach 101061, 70009 Stuttgart

MEDIA-INFORMATIONEN

Formate und technische Angaben
Gültig ab 1.10.2011

10 Beispiele der Anzeigengrößen MMP

Anschnittformat zzgl. 3 mm Beschnitt rundum



1/1 Seite

Anschnitt: 210 x 297 mm
Satzspiegel: 177 x 255 mm



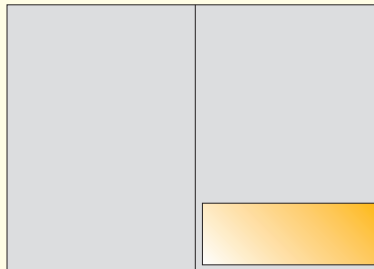
2/3 Seite Anschnitt: Satzspiegel:
hoch: 130 x 297 mm 112 x 255 mm
quer: 210 x 190 mm 177 x 164 mm



1/2 Seite Anschnitt: Satzspiegel:
quer: 210 x 148 mm 177 x 128 mm



1/3 Seite Anschnitt: Satzspiegel:
hoch: 70 x 297 mm 56 x 255 mm
quer: 210 x 99 mm 177 x 87 mm



1/4 Seite Anschnitt: Satzspiegel:
quer: 210 x 74 mm 177 x 60 mm

Für alle nachfolgenden Sonderwerbformen Durchhefter, Beilagen und aufgeklebte Werbemittel gilt:

Vor Auftragsannahme und -bestätigung ist die Vorlage eines verbindlichen Musters, notfalls eines Blindmusters mit Größen und Gewichtsangabe erforderlich. Bei Beilagen in Papierform ist ein PDF-Versand ausreichend. Durchhefter und Beilagen müssen so gestaltet sein, dass sie als Werbung erkennbar sind und nicht mit dem Redaktionsteil verwechselt werden können. Die Platzierung dieser Sonderwerbformen ist abhängig von den technischen Möglichkeiten.

Benötigte Liefermenge: jeweils Druckauflage der belegten Ausgabe + 3% Zuschuss

Anlieferungstermin: jeweils 7 Tage vor Erscheinen

Lieferanschrift für alle nachfolgenden Sonderwerbformen:

W. Kohlhammer Druckerei GmbH & Co. KG
Augsburger Str. 722
70329 Stuttgart (Obertürkheim)

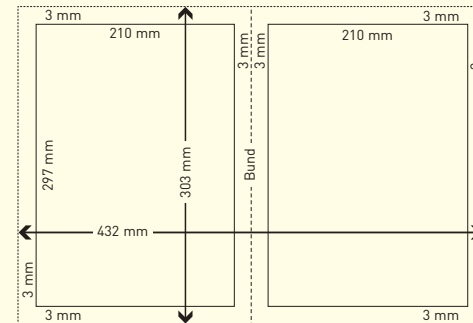
Bitte zwingend mit Liefervermerk: Für MMP, Ausgabe...

11 Durchhefter (nicht rabattfähig):

Formate: 2 Blatt = 4 Seiten DIN A4 + 3 mm Beschnitt an allen Seiten (Papierstärke mind. 100 g/m²)

Technische Daten: Durchhefter sind unbeschnitten und abgesetzt auf Palette, ohne Umkartonierung oder Banderolierung anzuliefern. Die Vorderseite des Durchhefters ist zu kennzeichnen. In der Art und Ausführung müssen Durchhefter so beschaffen sein, dass eine zusätzliche Aufbereitung und Bearbeitung nicht erforderlich ist. Erschwernisse und zusätzliche Falz- und Klebearbeiten werden gesondert in Rechnung gestellt.

Beschnittschema:



12 Beilagen: (nicht rabattfähig)

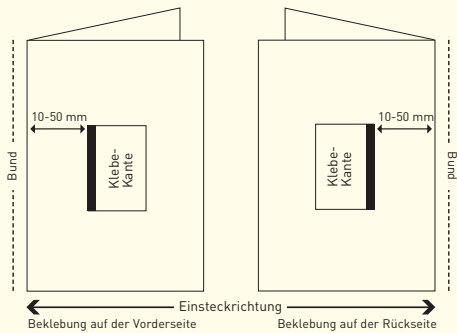
Technische Daten: Beilagen sind abgesetzt auf Palette, ohne Umkartonierung oder Banderolierung anzuliefern. Sie werden lose eingelegt, müssen aus einem Stück und so beschaffen sein, dass eine zusätzliche Bearbeitung entfällt. Erschwernisse bei der Verarbeitung und zusätzliche Arbeiten werden gesondert in Rechnung gestellt. Beilagen, die auf einem anderen Werkstoff als Papier gedruckt sind, können nur nach Vorlage eines verbindlichen Musters zur Prüfung der Möglichkeiten von Verarbeitung und Versand angenommen werden.

Formate: Normalgröße max. bis B 200 x H 295 mm.

Oversize-Beilagen im Format bis zu B 200 x H 315 mm sind nur einmalig pro Ausgabe möglich.

13 Aufgeklebte Werbemittel: (nicht rabatt-, AE- und skontofähig)
Bei aufgeklebten Werbemitteln (Postkarten, Prospekte, Warenproben, CDs o. Ä.) auf Durchheftern oder ganzseitigen Anzeigen werden zusätzlich zu den Kosten für die technische Verarbeitung die Kosten für das Trägermedium berechnet.

Technische Daten: Bei aufgeklebten Postkarten oder Warenmustern müssen die Klebekanten parallel zum Bund und zum Bund hin liegen. Bei aufzuklebenden Objekten muss der Stand der Klebekante mindestens 10 und höchstens 50 mm vom Bund entfernt sein.



MEDIA-INFORMATIONEN

Auflagen- und Verbreitungsanalyse
 Gültig ab 1.10.2011

1 Auflagenkontrolle



2 Auflagen-Analyse:

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

Druckauflage	7.106		
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	6.514	davon Ausland	72
Verkaufte Auflage	5.754	davon Ausland	72
Abonnierte Auflage	5.754	davon Mitgliedschaften	-
Einzelverkauf	-		
Sonstiger Verkauf	-		
Freistücke	760		
Rest-, Beleg- und Archivexemplare	593		

3 Geographische Verbreitungs-Analyse

Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächlich Verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Inland	98,9	6.442
Ausland	1,1	72
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	100,00	6.514

1 **Web-Adresse (URL):** www.medmopharm.de

2 **Kurzcharakteristik:**

medmopharm.de bietet den Besuchern die Inhaltsverzeichnisse aller MMP-Ausgaben seit 2003 bis zum aktuellen Heft. Eine Stichwortsuchfunktion, Kongresstermine und interessante Links ergänzen das Angebot. Im passwortgeschützten Bereich haben MMP-Abonnenten Zugang zu den Volltexten der redaktionellen Artikel und den direkten Link zur von vielen Abonnenten intensiv genutzten zertifizierten Fortbildung. Im Online-Archiv finden sie über die Volltextsuche rasch die relevanten Artikel aus der MMP für ihr aktuelles Beratungsproblem oder können in Rubriken wie "Pharmakologie aktuell" oder "Fragen aus der Praxis" stöbern. medmopharm.de ist eine ideale Ergänzung zur Druckausgabe.

3 **Zielgruppe:** Abonnenten der MMP und weitere Pharmazeuten.

4 **Verlag:** Deutscher Apotheker Verlag
Postfach 10 10 61
70009 Stuttgart
Telefon (07 11) 25 82-0
Telefax (07 11) 25 82-290

Geschäftsführung: Dr. Christian Rotta,
Dr. Klaus G. Brauer

Ansprechpartner

Redaktion: Dr. Heike Oberpichler-Schwenk

Ansprechpartner Online-Werbung: siehe Punkt 12 auf den Seiten 4 bis 5 der vorliegenden Mediadaten.

The screenshot shows the homepage of the 'Medizinische Monatsschrift für Pharmazeuten' (MMP) website. At the top, there is a navigation bar with links for 'Zur Startseite', 'Autoren-Anzeige', 'Kontakt', 'Impressum', and 'Datenverarbeitung'. Below this is the MMP logo and the title 'Medizinische Monatsschrift für Pharmazeuten'. A search bar is present with a 'Suche / Archiv' dropdown and a search button. To the right of the search bar is a login section with fields for 'Benutzername' and 'Passwort'. A large red banner with the text 'Super Banner' is overlaid on the top right of the page. Below the search and login area, there is a welcome message: 'Willkommen auf der Internetseite der Medizinischen Monatsschrift für Pharmazeuten (MMP)'. The main content area contains several paragraphs of text, including a welcome message to subscribers and information about the website's content. On the right side of the page, there is a vertical sidebar with a red background and the text 'Wide Sky-scraper'. At the bottom of the page, there is a footer with contact information for the 'Deutscher Apotheker Verlag' in Stuttgart, including phone and fax numbers and an email address.

1 Werbeformen und Preise:

Format	Breite x Höhe in Pixel	TKP* in € Gesamtauftritt
Wallpaper light	728 x 90 + 160 x 600	50,-
Wide Skyscraper	160 x 600	30,-
Super Banner	728 x 90	25,-

* Tausender-Kontakt-Preis = Preis pro 1000 Ad Impressions

2 Rabatte:

-

3 Optionen: Frequency Capping und Geo-Targeting auf Anfrage.**4 Buchungszeitraum:** Die Einschaltung der Werbemittel erfolgt zum gewünschten Kampagnenstarttermin ab 0:00 Uhr. Bei Mehrfachbelegung einer Werbeform werden die Werbemittel in Rotation ausgeliefert.**5 Zahlungsbedingungen:**

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

Bankverbindung:

Baden-Württembergische Bank
(BLZ 600 501 01) Konto-Nr. 2 149 079
Postbank Stuttgart
(BLZ 600 100 70) Konto-Nr. 17 463 709

Agenturprovision:

10% (nicht auf durchlaufende Posten)

Unsere allgemeinen Geschäftsbedingungen für Online-Werbung auf den Websites und Informationsdiensten der DAV-Verlagsgruppe finden Sie im Internet unter:

www.deutscher-apotheker-verlag.de/media-onlineagb

MEDIA-INFORMATIONEN

Website, Nutzungsdaten
Gültig ab 1.10.2011

2012

N



1 Zugriffskontrolle: -

- 2 Nutzungsdaten:** Durchschnittliche monatliche Nutzungsdaten im Zeitraum vom 1. Juli 2010 bis 30. Juni 2011.
Visits: 2.047
Page Impressions: 11.704

MEDIA-INFORMATIONEN

Formate und technische Angaben
Gültig ab 1.10.2011

2012

F



- 1 Dateiformate:** Displays/Banner können in den Formaten GIF, JPEG, PNG, SWF und HTML angeliefert werden. Maximale Dateigröße: jeweils 80 KB.

- 2 Lieferadresse:** Bitte liefern Sie per E-Mail an: onlinedispo@deutscher-apotheker-verlag.de. Ihre Ansprechpartnerin ist Frau Ilona Kern, Telefon: (07 11) 25 82-229.

- 3 Lieferfrist:** Spätestens 7 Tage vor dem vertraglich vereinbarten ersten Erscheinungstag.

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

4 Benötigte Informationen:

- Bei der Anlieferung benötigen wir:
- Kundename
 - Kampagnenname
 - Buchungszeitraum
 - Belegte Site
 - Werbeformat
 - Ansprechpartner für Rückfragen
 - Motivname (optional)
 - Klick-URL



Bei Flash-Versionen:

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

Nur Flash Layer & Streaming Formate dürfen Ton beinhalten. Entsprechende Werbemittel müssen einen gut sichtbaren Button „Ton an/aus“, „Sound an/aus“ oder ein eindeutiges Symbol, wie z.B. einen Lautsprecher, aufweisen. Streaming Ads dürfen ausschließlich mit „Ton aus“ starten. Erst durch eine eindeutige User-Aktion (Klick oder MouseOver) darf der Sound aktiviert werden. Darüber hinaus muss jederzeit die Möglichkeit bestehen, den Sound durch einen Klick bzw. MouseOut zu deaktivieren.

- 5 Reporting:** Sie erhalten auf Wunsch eine Auswertung der Ad Impressions und Ad Clicks.

The screenshot shows a web browser window with a dark maroon header. Below the header, there are three banner formats: a 'Super Banner' at the top, a 'Wallpaper light' on the left, and a 'Wide Skyscraper' on the right. The 'Wallpaper light' and 'Wide Skyscraper' are combined. A table in the center lists the dimensions for each format.

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

Super Banner

Wallpaper light
Super Banner und
Wide Skyscraper kombiniert

Wide Skyscraper