

MEDIADATEN & THEMENSCHWERPUNKTE 2010



Erscheinungstermine 2010 **DZW** Die Zahnarzt Woche

mit Sonderseiten und Supplements **DZW** Spezial , **DZW** Orale Implantologie , **DZW** ZahnTechnik

1. Halbjahr

	DZW-Ausgabe	Erscheinungstermin	Sonderseiten	Supplements	Anzeigenschluss
Januar	1/10	06.01.10	Assistenten/ Hochschule		14.12.09
	2/10	13.01.10	Seminare & Fortbildung		30.12.09
	3/10	20.01.10			08.01.10
	4/10	27.01.10	Internet		15.01.10
Februar	5/10	03.02.10	Assistenten/ Hochschule	DZW ZahnTechnik 1-2/10	22.01.09 13.01.10
	6/10	10.02.10	Seminare & Fortbildung		29.01.10
	7/10	17.02.10		DZW Orale Implantologie 1/10	05.02.10 27.01.10
	8/10	24.02.10	Internet		12.02.10
März	9/10	03.03.10	Assistenten/ Hochschule	DZW ZahnTechnik 3/10	19.02.10 10.02.10
	10/10	10.03.10	Seminare & Fortbildung		26.02.10
	11/10	17.03.10		DZW Spezial 1/10	05.03.10 24.02.10
	12/10	24.03.10			12.03.10
	13/10	31.03.10	Internet		19.03.10

	DZW-Ausgabe	Erscheinungstermin	Sonderseiten	Supplements	Anzeigenschluss
April	14/10	07.04.10	Assistenten/ Hochschule	DZW ZahnTechnik 4/10	26.03.10 17.03.10
	15/10	14.04.10	Seminare & Fortbildung		01.04.10
	16/10	21.04.10		DZW Spezial 2/10	09.04.10 31.03.10
	17/10	28.04.10	Internet		16.04.10
Mai	18/10	05.05.10	Assistenten/ Hochschule	DZW ZahnTechnik 5/10	23.04.10 14.04.10
	19/10	12.05.10	Seminare & Fortbildung		30.04.10
	20/10	19.05.10		DZW Orale Implantologie 2/10	07.05.10 28.04.10
	21/10	26.05.10	Internet		14.05.10
Juni	22/10	02.06.10	Assistenten/ Hochschule	DZW ZahnTechnik 6-7/10	21.05.10 12.05.10
	23/10	09.06.10	Seminare & Fortbildung		28.05.10
	24/10	16.06.10		DZW Spezial 3/10	04.06.10 26.05.10
	25/10	23.06.10			11.06.10
	26/10	30.06.10	Internet		18.06.10

Jede Woche aktuelle Informationen in der DZW: Wirtschaftsthemen, Berufspolitik, Zahnmedizin, Praxis aktuell, Anwenderberichte, Gesundheit, Panorama

2. Halbjahr

	DZW-Ausgabe	Erscheinungstermin	Sonderseiten	Supplements	Anzeigenschluss
Juli	27/10	07.07.10	Assistenten/ Hochschule		25.06.10
	28/10	14.07.10	Seminare & Fortbildung		02.07.10
	29-30/10	21.07.10	Internet		09.07.10
August	31/10	04.08.10	Assistenten/ Hochschule		23.07.10
			Seminare & Fortbildung		
	32-33/10	18.08.10	Seminare & Fortbildung		06.08.10
	34/10	25.08.10	Seminare & Fortbildung		13.08.10
Internet					
			DZW Orale Implantologie Sommer-Ausgabe		auf Anfrage
September	35/10	01.09.10	Assistenten/ Hochschule		20.08.10
	36/10	08.09.10	Seminare & Fortbildung	DZW ZahnTechnik 8-9/10	27.08.10 18.08.10
	37/10	15.09.10			03.09.10
	38/10	22.09.10		DZW Spezial 10/10	10.09.10 01.09.10
	39/10	29.09.10	Internet		17.09.10

	DZW-Ausgabe	Erscheinungstermin	Sonderseiten	Supplements	Anzeigenschluss
Oktober	40/10	06.10.10	Assistenten/ Hochschule	DZW ZahnTechnik 10/10	24.09.10 15.09.10
	41/10	13.10.10	Seminare & Fortbildung		01.10.10
	42/10	20.10.10		DZW Orale Implantologie 3/10	08.10.10 29.09.10
	43/10	27.10.10	Internet		15.10.10
November	44/10	03.11.10	Assistenten/ Hochschule	DZW ZahnTechnik 11/10	22.10.10 13.11.10
	45/10	10.11.10	Seminare & Fortbildung		29.10.10
	46/10	17.11.10		DZW Spezial 5/10	05.11.10 27.10.10
	47/10	24.11.10	Internet		12.11.10
Dezember	48/10	01.12.10	Assistenten/ Hochschule	DZW ZahnTechnik 12/10	19.11.10 10.11.10
	49/10	08.12.10	Seminare & Fortbildung	DZW Spezial 6/10	26.11.10 17.11.10
	50-51/10	15.12.10	Internet		03.12.10

**Die Zahnarzt
Woche DZW**

Magazin zur Wochenzeitung **DZW Die Zahnarzt Woche** Anzeigen-Preisliste Nr. 17, gültig ab 01.01.2010

DZW
Spezial

Zeitschriftenformat:

210 mm breit x 297 mm hoch

Satzspiegel:

176 mm breit x 245 mm hoch

Spaltenzahl:

3 Spalten, Spaltenbreite 55 mm

Druckverfahren / Druckunterlagen:

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

Manuskripte und Fotos bitte an:

Redaktion DZW, Dr. Marion Marschall
Kurt-Schumacher-Straße 6 · 53113 Bonn
Tel. (02 28) 28 92 16-0
Fax (02 28) 28 92 16-20
E-Mail: redaktion@dzw.de

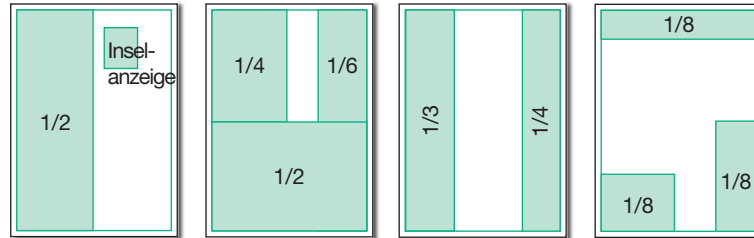
DZW Spezial erscheint 6-mal jährlich als Supplement zur *DZW* und stellt zahnmedizinische Schwerpunktthemen aktuell und umfassend dar. Anwender- und Hintergrundberichte, wissenschaftliche Fachbeiträge und Kongressartikel informieren den Zahnarzt über Entwicklungen z. B. in der Endodontie, restaurativen Zahnheilkunde oder Hygiene in der Zahnarztpraxis. Aktuelle Fragestellungen werden zeitnah aufgenommen.

Anzeigenpreise:

Format:	s/w	2-farbig*	3-farbig*	4-farbig*
	€	€	€	€
1/1 Seite	3.300,-	3.790,-	4.280,-	4.770,-
1/2 Seite	1.650,-	2.140,-	2.630,-	3.120,-
1/3 Seite	1.125,-			2.140,-
1/4 Seite	890,-			1.690,-
1/6 Seite	620,-			1.180,-
1/8 Seite	460,-			880,-

* Standardfarben nach Euroskala CMYK, Farbzuschläge nicht rabattfähig

Anzeigenformate:



1/1 Seite, 176 x 245 mm	1/2 Seite, 176 x 122 mm	1/3 Seite, 55 x 245 mm 176 x 80 mm	1/8 Seite, 40 x 122 mm 85 x 61 mm 176 x 30 mm
1/2 Seite, 85 x 245 mm	1/4 Seite, 85 x 122 mm 176 x 60 mm	1/4 Seite, 40 x 245 mm	
	1/6 Seite, 55 x 122 mm 176 x 40 mm		



mm-Grundpreis:

je mm/1-spaltig € 4,60

Inselanzeigen:

je mm/1-spaltig € 4,90

Titel:

inkl. Farbzuschlag, ohne Satzkosten € 4.500,-
Format: 162 x 162 mm
Titelwiederholung auf Seite 3: 41 x 41 mm

Zuschläge für Anzeigen im Sonderformat:

Anzeigen über Bund: 10 % Zuschlag*
angeschnittene Anzeigen: 10 % Zuschlag*
Format: oben/unten und außen je 3 mm Beschnitt
*vom Grundpreis, nicht rabattfähig

Platzierungszuschlag:

vom Grundpreis, nicht rabattfähig 10 % Zuschlag

Rabatte:

bei Abnahme innerhalb eines Jahres
3 Anzeigen = 5 %
6 Anzeigen = 10 %
9 Anzeigen = 15 %

Kombi-Rabatt:

5 %
bei Anzeigenschaltungen in der DZW innerhalb eines
Insertionsjahres

Agentur-Provision:

10 %

Erscheinungstermine und Themenschwerpunkte 2010:

Thema	ET	AS	DU	Ausgabe
Praxisführung / QM	17.03.10	24.02.10	03.03.10	1/10
Restaurative Zahnheilkunde	21.04.10	31.03.10	07.04.10	2/10
Funktionsdiagnostik und Therapie, KfO	16.06.10	26.05.10	02.06.10	3/10
Einrichtung, Hygiene, Instrumente	22.09.10	01.09.10	08.09.10	4/10
Forschung & Entwicklung	17.11.10	27.10.10	03.11.10	5/10
Parodontologie und Prävention	08.12.10	17.11.10	24.11.10	6/10

Wir informieren Sie über das aktuelle Thema der jeweiligen Ausgabe.

Rücktrittsrecht: bis Anzeigenschlusstermin

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen, Beiheter und Fremdbeilagen in Zeitungen und Zeitschriften

1. „Anzeigenauftrag“ im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungsstrebenden in einer Druckschrift zum Zweck der Verbreitung.
2. Anzeigenaufträge sind im Zweifel innerhalb eines Jahres nach Vertragsschluss abzuwickeln. Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abbruch einzelner Anzeigen eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln, sollte die erste Anzeige innerhalb der in Satz 1 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht werden.
3. Bei Abschluss ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in Ziff. 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 Rechtsansprüche, 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 Verlegers beruht.
5. Bei der Berechnung der Abnahmemengen werden Text-Millimeterzellen dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.
6. Für die Aufnahme von Anzeigen und Fremdbeilagen 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 Zeilen an den Text oder ein Foto und nicht an andere Anzeigen angrenzen. Anzeigen, die aufgrund 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 Belagenaufträge wegen des Inhalts, der Herkunft oder technischen Form nach einheitlichen Grundsätzen des Verlags abzulehnen. Auch bei rechtsverbindlich bestätigten Aufträgen können Anzeigen und Belagen zurückgewiesen werden, wenn deren Inhalt nach pflichtgemäßem Ermessen des Verlegers 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. Belagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Modells der Beläge und deren Billigung bindend. Beläge, die durch Format- oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandsteils 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 Beläge ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. Der Verlag gewährleistet die in der betreffenden Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten.
10. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unvollständigen, unrichtigen 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 Nachfrist verstreichen, so hat der Auftraggeber ein Rücktrittsrecht. Schadensersatzansprüche aus Unmöglichkeit der Leistung, aus Verzug, aus positiver Forderungserlöschung, aus Verschulden bei Vertragsabschluss und aus unerlaubter Handlung sind – auch bei vertraglicher Auftragserteilung – ausgeschlossen, es sei denn, sie beruhen auf Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit des Verlegers, seines gesetzlichen Vertreters 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.

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 innerhalb der gesetzten Frist zurück, so gilt die Genehmigung zum Druck als erteilt.
12. Sind keine besonderen Größenschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.
13. 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 aus der Preisliste ersichtlich vom Empfang der Rechnung an laufende 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 Verzugszinsen i. H. v. dem Geschäftsbedingungen sowie die Einzelstückkosten 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 offen stehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.
15. Der Verlag liefert mit 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 rechtsverbriefliche Bescheinigung des Verlegers über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.
16. Kosten für die Anfertigung von Druckunterlagen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.
17. Aus einer Aufgabeminderung kann ein Anspruch auf Preisminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdruckschritt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insensationsjahres die in der Preisliste oder auf andere Weise zugesicherte durchschnittliche Auflage oder – wenn eine Auflage nicht zugesichert ist – die durchschnittlich verkaufte (bei Fachzeitschriften gegebenenfalls die durchschnittlich tatsächlich verbreitete) Auflage des jeweiligen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Aufgabeminderung ist nur dann ein zur Preisminderung berechtigter Mangel,

wenn sie bei einer Auflage bis zu 50.000 Exemplaren 20 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. beträgt. Darüber hinaus sind etwaige Preisminderungs- 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.

18. Bei Zielformanzahlung 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 Elbrieife auf Zielformanzahlung werden nur auf normalem Postwege weitergeleitet. Die Eingänge auf Zielformanzahlung 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 eingehenden Angebote zur Ausschaltung von Missbrauch des Zielformendienstes 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 Verlegers. Gerichtsstand ist, soweit das Gesetz zwingend nichts anderes vorsieht, der Sitz des Verlags. Auch für das Mahnverfahren sowie 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 Erteilung eines Anzeigenauftrages erkennt der Auftraggeber die Allgemeinen und die Zusätzlichen Geschäftsbedingungen sowie die Preisliste des Verlags an.
- b) Der Verlag wendet bei Entgegennahme und Prüfung der Anzeigentexte die geschäftsbübliche Sorgfalt an, haftet jedoch nicht, wenn er von den Auftraggebern irreführt wird.
- c) Voraussetzung für eine Provisionszahlung an Werbungsmitarbeiter ist, dass der Auftrag unmittelbar vom Werbungsmitarbeiter erteilt wird und Text bzw. Druckunterlagen auch von ihm geliefert werden. Die Werbemittler und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit dem Werbungsstrebenden an die Preisliste des Verlags zu halten. Die vom Verlag gewährte Mittelprovision darf an den Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.
- d) Die in der Anzeigenpreisliste bezeichneten Nachlässe werden nur für die innerhalb eines Jahres erscheinenden Anzeigen eines Werbungsstrebenden gewährt. Die Frist beginnt mit dem Erscheinen der ersten Anzeige. Die Belegung von Bezirks- bzw. Teilsagen oder sonstigen Verlegersdruckschriften mit eigenen Preisen gilt als gesonderter Auftrag, für die betreffende Ausgabe oder Kombination ist ein gesonderter Abschluss zu tätigen.
- e) Der Werbungsstrebende hat rückwirkend Anspruch auf den seiner tatsächlichen Abnahme von Anzeigen innerhalb Jahresfrist entsprechenden Nachlass, wenn er zu Beginn der Frist einen Abschluss getätigt hat, der aufgrund der Preisliste zu einem Nachlass von vornherein berechtigt. Die Ansprüche auf Nachvergü-

tung oder Nachbelastung entfallen, wenn sie nicht binnen drei Monaten nach Ablauf des Abschlussjahres geltend gemacht werden.

- f) Nicht sofort erkennbare Mängel der Druckunterlagen, die erst beim Druckvorgang deutlich werden, begründen 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 Anzeigenschlusstermin, bei Belagenaufträgen wenigstens 10 Tage vor dem Streuetermin, zu übermitteln. Bei Abbestellung gehen ggf. bereits entstandene Herstellungs- oder Vorbereitungskosten zu Lasten des Auftraggebers. Bei telefonisch aufgegebenen Anzeigen, Termin- oder Ausgabeneänderungen, Textkorrekturen und Abbestellungen übernimmt der Verlag für Übermittlungfehler keine Haftung. Ebenfalls haftet der Auftraggeber für Fehler aufgrund undeutlicher schriftlicher Aufträge.
- h) Unterrläuft 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.
- i) Platzierungswünsche werden nach den gegebenen Möglichkeiten berücksichtigt. Die Auswahl bestimmter Textseiten und ein Ausschluss 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 eingesetzten Werbemittel. Er stellt dem 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 Gegenstellungen bestimmen sich die zu ersetzenden Kosten nach Maßgabe des Anzeigentextes. Ferner wird der Auftragnehmer von den Kosten zur notwendigen Rechtsverfolgung freigestellt. Der Auftraggeber ist verpflichtet, den Auftragnehmer nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverfolgung gegenüber Dritten zu unterstützen. Der Auftraggeber überträgt dem Auftragnehmer sämtliche für die Nutzung der Werbung in Print- und Online-Medien aller Art, einschließlich Internet, erforderlicher urheberrechtlicher Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, öffentliche Zugänglichmachung, Entnahme aus einer Datenbank und zum Abdruck, und zwar zeitlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrages notwendigen Umfang. Vorgenannte Rechte werden in allen Fällen örtlich unbegrenzt übertragen.
- l) Bei Fließzeitanzeigen besteht kein Anspruch auf Belegausschnitt. Bei Wiederholungsanzeigen erhält der Auftraggeber einen Anzeigenausschnitt nur von der ersten Anzeige.
- m) Änderungen der Anzeigenpreisliste 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, die gleich, ob diese vom Auftraggeber selbst oder von Dritten stammen, im Sinne des Bundesdatenschutzgesetzes zu verarbeiten.

DATENÜBERMITTLUNG



Zahnärztlicher
Fach-Verlag
Ein **Dc. Hinz** Unternehmen

INFO

Kommunikation

Kontakt

Telefon: + 49 (0) 23 23 / 59 31 49
Telefax: + 49 (0) 23 23 / 59 31 35
E-Mail: vertrieb.print@dhug.de

PROGRAMME

Mac - Apple Macintosh

Programm	Version
QuarkXpress	bis 6.5
FreeHand	bis MX
Photoshop	bis 7.0
PageMaker	bis 7.0
Illustrator	bis 9.0

+ + + WICHTIGE HINWEISE + + +

offene Daten (bevorzugt):

Bilder:

CMYK (**kein RGB**), 300 dpi

Der dpi-Wert steht im Verhältnis zur Endgröße!

Bildformate: .tif oder .eps (kein jpg, keine jpg-Kodierung, keine Druckkennlinien, kein Farbmanagement)

Grafiken (Vektorzeichnungen wie Logos/Clip-Arts etc.):

CMYK (**kein RGB**), Volltonfarben wie HKS + Pantone sind zusätzliche Sonderfarben, Überfüllungs- bzw. Überdruckenfunktionen prüfen.

Schriften:

Zeichensätze aller verwendeten Fonts beilegen oder Texte in Pfade umwandeln.

druckfähige pdfs:

Bruttoformat = Nettoformat + 20 mm in Breite und Höhe
PS-Daten mit Acrobat Distiller distillieren (pdf-Version 1.3 einstellen), Schriften einbetten

Achtung: Bitte an die gelieferten pdf-Dokumente keine ICC- bzw. LAB-Farbräume anhängen.

