

# MEDIADATEN & THEMENSCHWERPUNKTE 2010



# Anzeigen-Preisliste Nr. 4, gültig ab 01.01.2010

## Druckauflage:

8.000 Exemplare

## verbreitete Auflage:

6.500 Exemplare

(Verlagsangabe)

## Herausgeber:

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

## Verlag:



Zahnärztlicher  
Fach-Verlag  
Ein Dr. Hinz Unternehmen

Postfach 10 18 68 · 44608 Herne  
Mont-Cenis-Str. 5 · 44623 Herne

Tel.: (0 23 23) 59 31 37

Fax: (0 23 23) 59 31 35

E-Mail: anzeigen@dhug.de

Geschäftsführer: Prof. Dr. med. dent. Rolf Hinz

Verlagsleitung: Heinrich Bolz

## Verkaufsleiterin Media Marketing:

Heike Müller-Wüstenfeld Tel.: (0 23 23) 59 32 81

## Leiterin Produktion:

Beate Dzikowski Tel.: (0 23 23) 59 31 49

## Mediaberatung:

Anja Hennern Tel.: (0 23 23) 59 31 33

Petra Javornik Tel.: (0 23 23) 59 31 17

Cornelia Tockenbürger Tel.: (0 23 23) 59 31 37

*Kompetente Autoren aus Fachhandel und Industrie, Wissenschaft und Praxis schreiben zu Themen, die junge Zahnmediziner auf dem Weg in den Beruf interessieren – von Prüfungsvorbereitungen und Bewerbungsmanagement für die Studenten bis hin zu Assistententhemen wie Jobsuche, Patientenbehandlung/Spezialisierung und Themen für Existenzgründer: Qualitätsmanagement/BWL/Recht kompakt/Finanzen und (Alters-)Vorsorge.*

*Ihre Werbung erreicht Zahnmedizinstudenten, Zahnärztinnen und Zahnärzte in der Vorbereitungsassistent, Existenzgründer durch Praxisübernahme oder -gründung sowie neu niedergelassene Zahnmediziner.*



**CHANGE**  
DAS MAGAZIN FÜR JUNGE ZAHNMEDIZINER  
**PRAXIS**

### Redaktionsanschrift:

#### Chance Praxis

Chefredakteurin: Dr. Marion Marschall

Chef vom Dienst: Marc Oliver Pick

Verantwortliche

Redakteurin: Monia Geitz  
Kurt-Schumacher-Str. 6  
53113 Bonn

Telefon: (0228) 28 92 16-0

Telefax: (0228) 28 92 16-20

ISDN-Nr.: (0228) 7 66 78 32

E-Mail: redaktion@dzw.de

### Abonnementpreis:

€ 26,- inkl. MwSt. und Versandkosten

### Druckerei:

Gutenberg-Druckerei GmbH  
Von-Braun-Str. 4b  
46244 Bottrop-Grafenwald

### Zeitschriftenformat:

210 mm breit, 297 mm hoch

### Satzspiegel:

162 mm breit, 265 mm hoch

### Erscheinungstermine und Themenschwerpunkte 2010:

Thema	ET	AS	DU	Ausgabe
Einrichtungen	03.03.10	27.01.10	08.02.10	1/10
EDV / Software	02.06.10	26.04.10	10.05.10	2/10
Verträge / Versicherungen	01.09.10	27.07.10	09.08.10	3/10
Praxisfinanzierung	01.12.10	26.10.10	08.11.10	4/10

### Druckverfahren / Druckunterlagen:

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

### Mehrwertsteuer:

Alle Preise zuzüglich gesetzlicher MwSt.

### Zahlungsbedingungen:

Zahlung innerhalb von 10 Tagen mit 2 % Skonto, innerhalb von 30 Tagen nach Rechnungsdatum netto.  
UST-Ident-Nr. DE 125413820

### Bankverbindung:

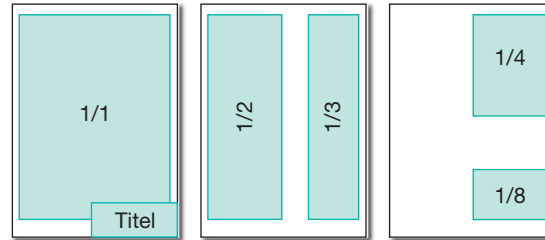
Postbank Dortmund	Deutsche Bank AG Herne
BLZ 440 100 46	BLZ 430 700 61
Kto.-Nr. 130200-469	Kto.-Nr. 648 6906

## Anzeigenpreise:

Format	Breite x Höhe mm	4-farbig*	
1/1 Seite	162 x 265	€ 3.240,-	
1/2 Seite	95 x 265 hoch 162 x 125 quer	€ 1.620,-	
1/3 Seite	50 x 265 hoch 162 x 80 quer	€ 1.080,-	
1/4 Seite	95 x 125 hoch 162 x 65 quer	€ 810,-	
1/6 Seite	162 x 40 hoch	€ 540,-	
1/8 Seite	50 x 130 hoch 75 x 65 quer	€ 405,-	
Exklusivplatzierung	Seite 3	€ 1.190,-	
	1/4 Seite		45 x 297 hoch + 3 mm Beschnitt (nur im Anschnitt möglich)
	Titel		110 x 45 + 3 mm Beschnitt (nur im Anschnitt möglich)

\* Standardfarben nach Eurokala CMYK

## Anzeigenformate:



1/1 Seite,  
162 x 265 mm

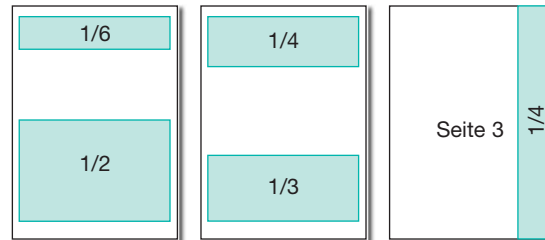
Titel,  
110 x 45 mm

1/2 Seite,  
95 x 265 mm

1/3 Seite,  
50 x 265 mm

1/4 Seite,  
95 x 125 mm

1/8 Seite,  
75 x 65 mm



1/6 Seite,  
162 x 40 mm

1/2 Seite,  
162 x 125 mm

1/4 Seite,  
162 x 65 mm

1/3 Seite,  
162 x 80 mm

Exklusivplatzierung  
Seite 3,

45 x 297 mm  
+ 3 mm Anschnitt

**Zuschläge:**

**10 % \*)**  
vom 4c-Preis auf Umschlagseiten und Anschnittformate

**Beigelebte Postkarte:**

nur auf ganzseitigen Anzeigen  
Beiklebe-Gebühr \*): **€ 110,- pro ‰**  
zzgl. gültiger Postgebühren

**Beilagen-Werbung:**

Höchstformat: 195 x 280 mm,  
Mindestformat: 105 mm x 150 mm,  
Höchstgewicht: auf Anfrage  
Beilagen-Gebühr \*): **€ 198,- pro ‰**  
zzgl. gültiger Postgebühren

**Beihefter auf 150 g/qm Papier:**

4-seitiger Beihefter \*) **€ 280,- pro ‰**

**Beihefter, 2-seitig, beigelebt, auf 150 g/qm Papier:**

2 Seiten \*) **€ 4.150,-**  
2 Seiten (Koop) \*) **€ 5.900,-**

\*) nicht rabattfähig

**Rabatte:**

bei Abnahme innerhalb von 12 Monaten (Insertionsjahr)

2 Anzeigen	<b>3 %</b>
3 Anzeigen	<b>5 %</b>
4 Anzeigen	<b>10 %</b>

**Kombi-Rabatt:**

bei Anzeigenschaltungen in der DZW innerhalb eines Insertionsjahres **5 %**

**Agenturprovision:**

**10 %**

# Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen, Beihefter 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 Werbungstreibenden in einer Druckschrift zum Zweck der Verbreitung.
2. Anzeigenaufträge sind im Zweifel innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzuzwickeln. Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abdruck einzelner Anzeigen eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuzwickeln, 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. in Ziff. 2 genannten Frist auch über die im Auftrag angegebene Zeilenmenge 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 Rechtsfindung zwischen dem Auftraggeber und dem Verlag, 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 Errechnung 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 Sätzen 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 Abdrucke im Rahmen eines Abschlusses – und Beilagenaufträge wegen des Inhalts, der Herkunft oder technischen Form nach einheitlichen Grundsätzen des Verlags abzuhäufen. Auch bei rechtsverbindlich bestätigten Aufträgen können Anzeigen und Beilagen 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 Vertretungen aufgegeben werden. Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Modells 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 Nachfrist verstreichen, so hat der Auftraggeber ein Rücktrittsrecht. Schadensersatzansprüche aus Unmöglichkeit der Leistung, aus Verzug, aus positiver Forderungsverletzung, aus Verschulden bei Vertragsabschluss und aus unerlaubter Handlung sind – auch bei telefonischer Auftragserteilung – ausgeschlossen, es sei denn, sie beruhen auf Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit des Verlegers, seines 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. Probabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zugesandten Probabzüge. Sendet der Auftraggeber den ihm rechtzeitig übermittelten Probabzug nicht innerhalb der gesetzten Frist zurück, so gilt die Genehmigung zum Druck als erteilt.
12. Sind keine besonderen Größenvorschriften 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 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 Verzugszinsen lt. Geschäftsbedingungen sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Anzeigenabschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrags und von dem Ausdehnen 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 rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlags 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 dies mit der ersten Anzeige beginnenden Intensionsjahres 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 Abdruckmenge) innerhalb tatsächlich abgedruckter Ausgabejahre Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Aufgabeminderung ist nur dann ein zur Preisminderung berechtigender 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 Absterben 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. Er übernimmt darüber hinaus keine Haftung. Einschreibebriefe und Elbrieffe auf Ziffernanzeigen werden nur auf normalem Postwege weitergeleitet. Die Eingänge auf Ziffernanzeigen 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 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 zurückgegeben. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrags.
20. Erfüllungsort ist der Sitz des Verlegers. Gerichtsstand ist, soweit das Gesetz zwingend nichts anderes vorsieht, der Sitz des Verlegers. Auch für das Mahnverfahren sowie für den Fall, dass der Wohnort oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt ist, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlegers 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 inregelführt 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 den Werbungstreibenden an die Preisliste des Verlags zu halten. Die vom Verlag gewährte Mittelprovision darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.
- d) Die in der Anzeigenpreisliste bezeichneten Nachlässe werden nur für die innerhalb eines Jahres erscheinenden Anzeigen eines Werbungstreibenden gewährt. Die Frist beginnt mit dem Erscheinen der ersten Anzeige. Die Belegung von Bezirks- bzw. Teilsatz- oder sonstigen Verlagsdruckschritten mit eigenen Preisen gilt als gesonderter Auftrag, für die betreffende Ausgabe oder Kombination ist ein gesonderter Abschluss zu tätigen.
- e) Der Werbungstreibende hat rückwirkend Anspruch auf den seiner tatsächlichen Abnahme von Anzeigen innerhalb Jahresfrist entsprechenden Aufschlag zu Beginn der Frist, wenn der 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 Störungen sind schriftlich mit genauer Angabe des Textes und der Ausgabe spätestens bis zum Anzeigenschlusstermin, bei Beilagenaufträgen wenigstens 10 Tage vor dem Streuterrain, zu übermitteln. Bei Abstellung gehen ggf. bereits entstandene Herstellungs- oder Vorbereitungskosten zu Lasten des Auftraggebers. Bei telefonisch aufgegebenen Anzeigen, Termin- oder Ausgabeneänderungen, Textkorrekturen und Abstellungen übernimmt der Verlag für Übermittlungsfehler keine Haftung. Ebenfalls haftet der Verlag nicht für Fehler aufgrund undeutlicher schriftlicher Aufträge.
- h) Unterläßt bei der Wiederholung einer Anzeige der gleiche Fehler 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 zugefertigten Werbemittel. Er stellt den Auftragnehmer im Rahmen des Anzeigenauftrags von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der Verletzung gesetzlicher Bestimmungen oder aufgrund presserechtlicher Vorschriften entstehen können. Bei Veröffentlichung von Gegendarstellungen bestimmen sich die zu ersetzenden Kosten nach Maßgabe des Anzeigentarifs. Ferner wird der Auftragnehmer von den Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung freigestellt. Der Auftraggeber ist verpflichtet, den Auftragnehmer nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen. Der Auftraggeber überträgt dem Auftragnehmer sämtliche für die Nutzung der Werbung in Print- und Online-Medien aller Art, einschließlich Internet, erforderlichen unberechtigten 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 Auftrags notwendigen Umfang. Vorgenannte Rechte werden in allen Fällen örtlich unbegrenzt übertragen.
- l) Bei Fließsatzanzeigen 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 erteilten Daten, gleich, ob diese vom Auftraggeber selbst oder von Dritten stammen, im Sinne des Bundesdatenschutzgesetzes zu verarbeiten.

# DATENÜBERMITTLUNG



Zahnärztlicher  
Fach-Verlag  
Ein Dr. 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.**

