

Mediadaten 2024

Osteopathische Medizin

Gesellschaften

- BAO - Bundesarbeitsgemeinschaft Osteopathie e. V.
- DAAO – Deutsch–Amerikanische Akademie für Osteopathie e.V.
- DAGOT – Deutsche Arbeitsgemeinschaft für Osteopathische Therapie e.V.
- DGOM – Deutsche Gesellschaft für Osteopathische Medizin e.V.
- DVOM – Deutscher Verband für Osteopathische Medizin e.V.
- ROD – Register der Traditionellen Osteopathen in Deutschland GmbH
- VOSD – Verband Osteopathie Schule Deutschland
- VWOD – Verband wissenschaftlicher Osteopathen Deutschlands e.V.

In Kooperation mit IJOM – International Journal of Osteopathic Medicine.

Herausgeber*innen

Petra Kramme, Hannover
Torsten Liem, Hamburg
Christoph Newiger, München (v.i.S.d.P.)
Gabi Prediger, München
Kerstin Schmidt, Hergatz
Priska Wikus, Wien

Managing Editor

Verena Eichhorn, Rodenbek

Zielgruppe

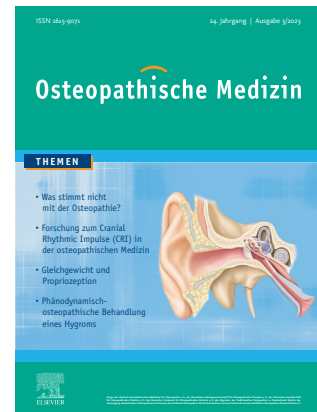
Für alle Osteopath*innen und sich mit Osteopathie Beschäftigenden und Praktizierende Ärzt*innen, Heilpraktiker*innen und Physiotherapeut*innen.

Erscheinungsweise

Vierteljährlich

Verbreitung

Gesamter deutschsprachiger Raum



Osteopathische Medizin ist ein unabhängiges medizinisch-wissenschaftliches Forum für alle Osteopath*innen.

In diesem führenden medizinisch-wissenschaftlichen Forum finden Sie Fachwissen von renommierten Autor*innen aus allen Bereichen der Osteopathie – praxisnah, fundiert und immer auf dem neuesten Stand. Die Zeitschrift spiegelt den ganzheitlichen Ansatz der Osteopathie wider und beleuchtet alle akademisch-wissenschaftlichen, medizinischen, geschichtlichen und philosophischen Aspekte des faszinierenden Spektrums der Osteopathie.

Technische Daten

Druckauflage:	4.700
Format:	210 mm Breite x 280 mm Höhe
Satzspiegel:	162 mm Breite x 233 mm Höhe
Angeschnittene Anzeigen:	216 mm Breite x 287 mm Höhe (Beschnittzugabe: Kopf 4mm; Fuss 3mm, Seiten je 3mm)
Verarbeitung:	Rückendrahtheftung

Druckunterlagen:

PDF 1.3, acrobat 4 compatibility with ISO standard;
PDF/X-1a, Coated FOGRA39
B/W: greyscale with no mention of RGB, ICC, CMYK or any other colour space.
Colour: CMYK with no mention of RGB, ICC or any other colour space
Resolution: >300 dpi
Transparency should be flattened
Fonts should be embedded
Trim box should be set to the trim size of journal for full page ads
No OPI (Open Press Interface)
Total ink coverage of flat CMYK colour should not be larger than 300%.

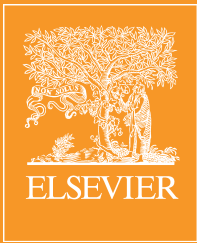
**Digitale Druckunterlagen (nur PDFs) an:
marcel.fischer@elsevier.com**

Kontakt

Verlag Elsevier GmbH
Bernhard-Wicki-Str. 5
D-80636 München

Marcel Fischer
Advertising Management
Antholzer Talstraße 25
I-39030 Rasun/Anterselva (BZ)
Italien-Südtirol/Italia-Alto Adige
marcel.fischer@elsevier.com
Mobil: +39 348 0159984

Für ordnungsgemäße Daten ist der Anzeigenkunde verantwortlich; für Abweichungen in Schriften, Abbildungen und insbesondere Farben übernimmt der Verlag keine Haftung. Notwendige Satz und Reproarbeiten werden zu Selbstkosten zusätzlich berechnet.



Mediadaten 2024

Osteopathische Medizin

Anzeigen						
Formate	1/1	2/3	1/2	1/3	1/4	1/8
hoch	162 x 243 mm	106 x 233 mm	79 x 233 mm	51 x 233 mm	79 x 115 mm	
quer		162 x 154 mm	162 x 115 mm	162 x 75 mm	162 x 55 mm	79 x 55 mm
4-farbig	4.000,00	3.200,00	2.800,00	2.400,00	2.000,00	1.000,00
s/w	2.400,00	1.920,00	1.680,00	1.440,00	1.200,00	600,00

Vorzugsseiten			
Formate	U2	U3	U4
4-farbig	4.500,00	4.400,00	4.600,00
s/w	2.700,00	2.640,00	2.760,00

U2 Erste Umschlag- Innenseite	U3 Zweite Umschlag- Innenseite	U4 Umschlag- Rückseite
--	---	------------------------------

Beihefter 4-seitig	
Formate	432 x 286 mm
	4.800,00
Ungefalzt und unbeschnitten. Beschnittzugabe: Kopf 4mm; Fuss 3mm, Seiten je 3mm Gesamtauflage. <u>Lieferanschrift der Auflage:</u> Air Business Limited 4 The Merlin Centre Acrewood Way ST. ALBANS HERTS AL4 OJY U.K. Attn: Philip Holland	

Beilage bis 25 g	
Höchstformate	200 x 270 mm
pro Tausend	410,00
inkl. Postgebühren bis zu einer Beilagenhöhe von 2 mm Muster (PDF der Beilage) an: marcel.fischer@elsevier.com <u>Lieferanschrift der Auflage:</u> Air Business Limited 4 The Merlin Centre Acrewood Way ST. ALBANS HERTS AL4 OJY U.K. Attn: Philip Holland	

Beikleber	
pro Tausend	200 x 270 mm
(zzgl. Schaltungskosten für Anzeige oder Beihefter)	170,00
inkl. Postgebühren bis zu einer Beikleberhöhe von 2 mm Muster (PDF der Beilage) an: marcel.fischer@elsevier.com <u>Lieferanschrift der Auflage:</u> Air Business Limited 4 The Merlin Centre Acrewood Way ST. ALBANS HERTS AL4 OJY U.K. Attn: Philip Holland	

*Themen- u. Terminplanung unter Vorbehalt, Änderungen möglich

höhere Gewichte auf Anfrage

Erscheinungstermine:

Auf Anfrage

Agentur-Rabatt: 10%

Rabatte werden bei Abnahme innerhalb eines Insertionsjahres und ausschließlich auf die Grundpreise gewährt.

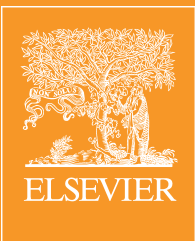
Nicht rabattfähig sind Rubrik-Anzeigen, Beihefter, Beilagen, Beikleber, Farb-, Anschnitt- und Platzierungszuschläge.

Kontakt

Verlag Elsevier GmbH
 Bernhard-Wicki-Str. 5
 D-80636 München

Marcel Fischer
Advertising Management
 Antholzer Talstraße 25
 I-39030 Rasun/Anterselva (BZ)
 Italien-Südtirol/Italia-Alto Adige
marcel.fischer@elsevier.com
Mobil: +39 348 0159984

Alle Preise (gültig ab 01.01.2024) in EURO zzgl. der gesetzlichen MwSt.
 Die Rechnungen sind zahlbar innerhalb 30 Tage netto.
 Für Sonderausgaben können Sonderpreise zur Anwendung kommen.
 Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen für das Anzeigenwesen.



Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen und andere Werbemittel in Zeitungen und Zeitschriften

1. „Anzeigenaufträge“ im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag zwischen Verlag und Auftraggeber über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen oder anderer Werbemittel (nachfolgend insgesamt als „Anzeigen“ bezeichnet) von Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten (nachfolgend insgesamt als „Werbungtreibende“ bezeichnet) in einer Zeitung oder Zeitschrift zum Zweck der Verbreitung.

2. Ein „Abschluss“ ist ein Vertrag über die Veröffentlichung mehrerer Anzeigen unter Beachtung der dem Werbungtreibenden gemäß Preisliste zu gewährenden Rabatte, wobei die jeweiligen Veröffentlichungen auf Abruf des Auftraggebers erfolgen. Rabatte werden nicht gewährt für Unternehmen, deren Geschäftszweck unter anderem darin besteht, für verschiedene Werbungtreibende Anzeigenaufträge zu erteilen, um eine gemeinsame Rabattierung zu beanspruchen. 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 eines Jahres nach Vertragsschluss abgerufen und veröffentlicht wird.

3. Werden einzelne oder mehrere Abrufe eines Abschlusses 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. Der Auftraggeber hat, wenn nichts anderes vereinbart ist, rückwirkend Anspruch auf den seiner tatsächlichen Abnahme von Anzeigen innerhalb eines Jahres entsprechenden Nachlass.

4. Aufträge für Anzeigen, die nur in bestimmten Heftnummern, bestimmten 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.

5. Textteil-Anzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens drei Seiten an Text und nicht an andere Anzeigen angrenzen. Anzeigen, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.

6. Der Verlag behält sich vor, Anzeigen - auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses - abzulehnen, wenn - deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder

- deren Inhalt vom Deutschen Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde oder

- deren Veröffentlichung für den Verlag wegen des Inhalts, der Gestaltung, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist

- Anzeigen, die Werbung Dritter oder für Dritte enthalten. Aufträge für andere Werbemittel sind für den Verlag erst nach Vorlage des Musters und dessen Billigung bindend. Anzeigen, die Werbung Dritter oder für Dritte enthalten (Verbundwerbung), bedürfen in jedem Einzelfall der vorherigen schriftlichen Annahmeerklärung des Verlages. Diese berechtigt den Verlag zur Erhebung eines Verbundaufschlages. Die Ablehnung einer Anzeige oder eines Werbemittels wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

7. Für die rechtzeitige Lieferung und die einwandfreie Beschaffenheit geeigneter Druckunterlagen oder anderer Werbemittel ist allein der Auftraggeber verantwortlich. Bei der Anlieferung von digitalen Druckunterlagen ist der Auftraggeber verpflichtet, ordnungsgemäße, insbesondere dem Format oder den technischen Vorgaben des Verlages entsprechende Vorlagen für Anzeigen rechtzeitig vor Schaltungsbeginn anzuliefern. Kosten des Verlages für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen der Druckvorlagen hat der Auftraggeber zu tragen. Vereinbart ist die für den belegten Titel nach Maßgabe der Angaben in der Preisliste sowie in der Auftragsbestätigung übliche Beschaffenheit der Anzeigen oder anderer Werbemittel im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten.

8. Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung der Druckunterlagen endet drei Monate nach der erstmaligen Verbreitung der Anzeige.

9. Entspricht die Veröffentlichung der Anzeige nicht der

vertraglich geschuldeten Beschaffenheit bzw. Leistung, so hat der Auftraggeber Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige bzw. Ersatzveröffentlichung des anderen Werbemittels, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige oder des anderen Werbemittels beeinträchtigt wurde. Der Verlag hat das Recht, eine Ersatzanzeige bzw. Ersatzveröffentlichung zu verweigern, wenn

- diese einen Aufwand erfordert, der unter Beachtung des Inhalts des Schuldverhältnisses und der Gebote von Treu und Glauben in einem groben Missverhältnis zu dem Leistungsinteresse des Auftraggebers steht, oder

- diese für den Verlag nur mit unverhältnismäßigen Kosten möglich wäre. Lässt der Verlag eine ihm für die Ersatzanzeige oder der Veröffentlichung des anderen Werbemittels gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige/Ersatzveröffentlichung erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Bei unwesentlichen Mängeln der Anzeige oder der Veröffentlichung des anderen Werbemittels ist die Rückgängigmachung des Auftrages ausgeschlossen. Reklamationen bei nicht offensichtlichen Mängeln müssen binnen eines Jahres ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn geltend gemacht werden.

Der Verlag haftet für sämtliche Schäden, gleich ob aus vertraglicher Pflichtverletzung oder aus unerlaubter Handlung nach Maßgabe der folgenden Bestimmungen: Bei grober Fahrlässigkeit beschränkt sich die Haftung im kaufmännischen Verkehr auf den Ersatz des typischen vorhersehbaren Schadens; diese Beschränkung gilt nicht, soweit der Schaden durch leitende Angestellte des Verlages verursacht wurde. Bei einfacher Fahrlässigkeit haftet der Verlag nur, wenn eine wesentliche Vertragspflicht verletzt wurde. In solchen Fällen ist die Haftung auf den typischen vorhersehbaren Schaden beschränkt.

Bei Ansprüchen nach dem Produkthaftungsgesetz sowie bei einer Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit haftet der Verlag nach den gesetzlichen Vorschriften. Reklamationen müssen - außer bei nicht offensichtlichen Mängeln - innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.

Alle gegen den Verlag gerichteten Ansprüche aus vertraglicher Pflichtverletzung verjähren in einem Jahr ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn, sofern sie nicht auf vorsätzlichem Verhalten beruhen.

10. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm bis zum Anzeigenschluss oder innerhalb der bei der Übersendungen des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.

11. Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Ausdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.

12. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall schriftlich eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist.

13. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden bankübliche 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 zum Anzeigenschlussstermin und von dem Ausgleich offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

14. 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.

15. Bei Ziffernanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Expressbriefe auf Ziffernanzeigen werden nur auf dem

normalen Postweg weitergeleitet. 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.

16. 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.

17. Die Werbemittler und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten.

18. Preisänderungen für erteilte Anzeigenaufträge sind wirksam, wenn sie vom Verlag mindestens einen Monat vor Veröffentlichung der Anzeige oder des anderen Werbemittels angekündigt werden. Im Falle einer Preiserhöhung steht dem Auftraggeber ein Rücktrittsrecht zu. Das Rücktrittsrecht muss innerhalb von 14 Tagen in Textform nach Erhalt der Mitteilung über die Preiserhöhung ausgeübt werden.

19. Wird für konzernverbundene Unternehmen eine gemeinsame Rabattierung beansprucht, ist der schriftliche Nachweis des Konzernstatus des Werbungtreibenden erforderlich. Konzernverbundene Unternehmen im Sinne dieser Bestimmung sind Unternehmen, zwischen denen eine kapitalmäßige Beteiligung von mindestens 50 Prozent besteht.

Der Konzernstatus ist bei Kapitalgesellschaften durch Bestätigung eines Wirtschaftsprüfers oder durch Vorlage des letzten Geschäftsberichtes, bei Personengesellschaften durch Vorlage eines Handelsregisterauszuges nachzuweisen. Der Nachweis muss spätestens bis zum Abschluss des Insertionsjahres erbracht werden. Ein späterer Nachweis kann nicht rückwirkend anerkannt werden. Konzernrabatte bedürfen in jedem Fall der ausdrücklichen, schriftlichen Bestätigung durch den Verlag.

Konzernrabatte werden nur für die Dauer der Konzernzugehörigkeit gewährt. Die Beendigung der Konzernzugehörigkeit ist unverzüglich anzuzeigen; mit der Beendigung der Konzernzugehörigkeit endet auch die Konzernrabattierung.

20. 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 zugelieferten Werbemittel. Er stellt den Verlag in Rahmen des Anzeigenauftrags von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der Verletzung gesetzlicher Bestimmungen entstehen können. Ferner wird der Verlag von den Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung freigestellt. Der Auftraggeber ist verpflichtet, den Verlag nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen.

Der Auftraggeber überträgt dem Verlag sämtliche für die Nutzung der Werbung in Print- und Online-Medien aller Art, einschließlich Internet, erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, öffentliche Zugänglichmachung, Entnahme aus einer Datenbank und Abruf, und zwar zeitlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrages notwendigen Umfang. Vorgenannte Rechte werden in allen Fällen örtlich unbegrenzt übertragen.

Elsevier GmbH, Zeitschriften/Journals