



Das Entscheider-Magazin
für Gesundheitskommunikation
www.healthcaremarketing.eu

HEALTHCARE MARKETING ist das monatliche Entscheider-Magazin für Kommunikation im Pharma- und Gesundheitsmarkt.

HEALTHCARE MARKETING berichtet von Kampagnen, Events und Medien, die Gesundheitsthemen erfolgreich vermitteln und erreicht damit die Marketing- und PR-Manager bei allen Marktteilnehmern.

Somit führt **HEALTHCARE MARKETING** die Nachfrage des Gesundheitssektors nach Medien- und Kommunikationsleistungen zusammen und bietet seinen Anzeigenkunden hochqualifizierte Kontakte zu Budgetentscheidern.

Für Medien mit Gesundheitsbezug sowie für spezialisierte Werbe- und PR-Agenturen, Marktforschungsinstitute, CP-Verlage, Berater, Callcenter und vergleichbare Dienstleister ist **HEALTHCARE MARKETING** das passgenaue Umfeld, um Kunden im Gesundheitsmarkt zu gewinnen.

Foto: Emyr Hasanmangili - iStock



Produkt-Informationen

DIN A4 Format; 11 Ausgaben pro Jahr

Empfängeranalyse

In einer Druckauflage von 3.000 Exemplaren wird Healthcare Marketing per Abo und per Controlled Circulation an Kommunikationsentscheider im Gesundheitsmarkt zugestellt:

75% an Entscheider in der Pharma-und Healthcare Industrie, bei Markenartikel-Anbietern mit Gesundheitsbezug und Medizintechnik-Herstellern. Aus Adressstamm: 2.359 personalisierte Adressen in den Bereichen Geschäftsführung und Marketing

10% an Medien aus Adressstamm: 312 personalisierte Adressen

5% an Dienstleister (Agenturen, Callcenter, Marktforschung) aus Adressstamm: 281 personalisierte Adressen

5% an Institutionen, Verbände und Organisationen aus Adressstamm: 206 personalisierte Adressen

5% an Kliniken, Krankenkassen, Krankenversicherungen und Hochschulen aus Adressstamm: 192 personalisierte Adressen

Redaktionelle Rubriken – Inhaltsstichworte

Märkte + Unternehmen

Marktstudien/Wettbewerbsfaktoren, Produktkampagnen, Best Practices

Kommunikation + Agenturen

Werbung: Klassisch, im Dialog oder am P.o.S., Arzt- und Patientenkommunikation, Agentur-Awards, Corporate Publishing, Callcenter/Außendienst

Medien + Internet

Werbeträger-Analysen, Publikumstrends in den Medien, Patientenportale und Arztsysteme

Ausgabe	Erscheint am	Themen	Anzeigenschluss	Druckunterlagen
1-2/10	25.01.10	Der Pharma- und Gesundheitsmarkt 2010 Best Ager (1) Mediaplanung Markenführung bei Arzneimitteln	04.01.10	08.01.10
3/10	15.02.10	Apothekenmarketing Programmzeitschriften + Supplements (1) Pharma-Außendienst (1) Pharma-Werbeagenturen (1)	22.01.10	29.01.10
4/10	22.03.10	CallCenterWorld 2010 PR-Agenturen Rabattverträge	26.02.10	05.03.10
5/10	19.04.10	Medical Education Apotheker Fachpresse Wartezimmer-Marketing	26.03.10	01.04.10
6/10	25.05.10	Comprix 2010 Marktforschung Corporate Publishing	30.04.10	07.05.10
7/10	21.06.10	Functional Food Onlineportale (1) Krankenkassenzeitschriften	28.05.10	04.06.10

8/10	19.07.10	Pharma-Außendienst (2) Arztinformationssysteme Science Marketing	25.06.10	02.07.10
9/10	06.09.10	LA-MED 2010 Best Ager (2) Radio Vermarktung	27.08.10	20.08.10
10/10	27.09.10	Pharma-Werbeagenturen (2) Programmzeitschriften + Supplements (2) Krankenhausmarketing TV Vermarktung	03.09.10	10.09.10
11/10	18.10.10	Expopharm 2010 Callcenter + Dialogmarketing Apotheken-Kundenzeitschriften Frauenzeitschriften	24.09.10	01.10.10
12/10	22.11.10	Medica 2010 Marktforschungsmesse Research & Results 2010 Onlineportale (2) Tageszeitungen	29.10.10	05.11.10

Änderungen vorbehalten

Anzeigen-Preisliste

Nr. 2, gültig ab 1. Januar 2010 (Preise in Euro)

Größe	4c
2/1 Doppelseite	4.200,-
1/1 Seite	2.560,-
1/2 Seite	1.880,-
1/3 Seite	1.560,-
1/4 Seite	1.400,-
U3	2.880,-
U2/U4	2.990,-

Sonderformate auf Anfrage

Stellenanzeigen

Größe	4c
1/1 Seite	1.200,-
1/2 Seite hoch/quer	700,-
1/3 Seite quer	500,-
1/4 Seite hoch	400,-

Stellenanzeigen sind nicht rabattfähig.

Kosten pro Sonderfarbe (aus HKS/Pantone): 385,- Euro extra
Beilagen und **Einhefter/Einkleber** sind möglich bis zum Format DIN A4
 Preise und Maße nennen wir Ihnen gerne auf Anfrage.

Lieferanschrift für Beilagen

Lehmann Offsetdruck GmbH
 Kösliner Weg 20, 22850 Norderstedt
 Fon: ++49/40/30 85 80 00 – Liefervermerk „hcm Nr. ...“

Rabatte*

bei Abnahme innerhalb eines Jahres

Malstaffel		Mengenstaffel	
3 Anzeigen	3%	3 Seiten	5%
6 Anzeigen	5%	6 Seiten	10%
9 Anzeigen	10%	9 Seiten	15%
11 Anzeigen	15%	11 Seiten	20%

* Nachlässe werden nach der jeweils günstigsten Staffel gegeben.

Ihr Ansprechpartner:



Jörg Luttkau

Anzeigenverkauf/-disposition

Fon: ++49/40/609 009-59

E-Mail: luttkau@new-business.de

Anzeigenformate

(Breite x Höhe in mm)

	Satzspiegel	Anschnitt
2/1 Seite	-	420 x 297
1/1 Seite	175 x 262	210 x 297
1/2 Seite quer	175 x 128	210 x 143
1/2 Seite hoch	87 x 262	107 x 297
1/3 Seite quer	175 x 87	210 x 103
1/3 Seite hoch	55 x 262	75 x 297
1/4 Seite	175 x 65	-



Satzspiegel

Sonderformate auf Anfrage



1/1 Seite
175 x 262 mm



1/2 Seite quer
175 x 128 mm



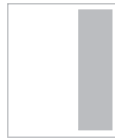
1/3 Seite quer
175 x 87 mm



1/4 Seite quer
175 x 65 mm



1/2 Seite hoch
87 x 262 mm



1/3 Seite hoch
55 x 262 mm

Anschnitt

Beschnittzugabe 3-5mm je Außenkante



2/1 Seite
420 x 297 mm



1/2 Seite quer
210 x 143 mm



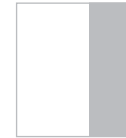
1/3 Seite quer
210 x 103 mm



1/1 Seite
210 x 297 mm



1/2 Seite hoch
107 x 297 mm



1/3 Seite hoch
75 x 297 mm

Online-Preisliste Nr. 1, gültig ab 1. Januar 2009

Homepage Formate (in Pixel) und Preise* (in Euro)

Werbemittel	Banner (468x60)	Superbanner (728x90)	Content-Ad Layer (320x320) Layer (400x400) Skyscraper (120x600)	Power-Layer Tandem-Ad	Wallpaper
Homepage	520,-	980,-	1.280,-	1.890,-	2.010,-

Rubriken (Unternehmen, Medien, Kommunikation, Köpfe, Public Affairs): Einzel und kombiniert buchbar

eine Rubrik	420,-	830,-	1.080,-	1.490,-	1.610,-
zwei Rubriken	720,-	1.305,-	1.680,-	2.390,-	2.360,-
drei Rubriken	870,-	1.530,-	1.980,-	2.840,-	2.840,-
vier Rubriken	970,-	1.680,-	2.180,-	3.140,-	3.210,-
fünf Rubriken	1.070,-	1.780,-	2.280,-	3.290,-	3.410,-

HEALTHCARE MARKETING Newsletter

Textanzeige (max. 8 Zeilen à 70 Zeichen)	295,-
Textanzeige + Logo	495,-
Banner	595,-
Kopfbanner	700,-

Rabatte bei Abnahme innerhalb eines Jahres

ab	4 Wochenschaltungen	5 %
ab	10 Wochenschaltungen	10 %
ab	20 Wochenschaltungen	15 %
ab	30 Wochenschaltungen	20 %

Mittlerprovision: 15 %

Unsere Leistungswerte online:

(Januar - Juni 09)

- ✓ 10.072 Visits ø pro Monat
- ✓ 164.365 Page Impressions
- ✓ 1.237 Newsletter-Abonnenten
(Stand 30.06.09)

Gern bieten wir Ihnen
print/online-Kombinationen an.

* Preise gelten für eine Laufzeit von einer Woche zzgl. USt.



Ihre Ansprechpartner im Verlag

Anzeigenverkauf/-disposition

Jörg Luttkau
Fon ++49/40/609 009-59
Fax ++49/40/609 009-55
E-Mail: luttkau@new-business.de

Vertriebsmarketing

Birgit Jessen
Fon ++49/40/609 009-62
Fax ++49/40/609 009-66
E-Mail: jessen@new-business.de

Vertriebsleitung

Angelika Schmidt
Fon ++49/40/609 009-65
Fax ++49/40/609 009-66
E-Mail: schmidt@new-business.de

Chefredakteur



Reiner Kepler
Fon ++49/40/60 90 09-72
Fax ++49/40/60 90 09-77
E-Mail: kepler@new-business.de

Redaktion



Birte Schäffler
Fon ++49/40/609 009-76
Fax ++49/40/609 009-77
E-Mail: schaeffler@new-business.de

Redaktion

Agneta Melzer
Fon ++49/40/609 009-73
Fax ++49/40/609 009-77
E-Mail: melzer@new-business.de

Herausgeber: Peter Strahlendorf, Verleger

New Business Verlag GmbH & Co. KG
Nebendahlstraße 16, 22041 Hamburg
(Postfach 70 12 45, 22012 Hamburg)

Fon
++49/40/609 009-0
Fax
++49/40/609 009-15

Internet
www.healthcaremarketing.eu
E-Mail
info@new-business.de



Healthcare Marketing
ISSN: 0342-4006
Jahrgang: 5/2010

Erscheinungsweise: monatlich
1 Doppelausgabe
Druckauflage: 3.000

Bankverbindung
Hamburger Sparkasse (BLZ 200 505 50), Kto.-Nr. 1217 131 323
Commerzbank (BLZ 200 400 00), Kto.-Nr. 4822 821

Druckunterlagen

Hochauflösende PDF-Datei (abgespeichert für Druckvorstufe) oder geschlossene EPS-Datei mit eingebundenen Schriften auf einem Datenträger, per E-Mail oder ISDN (bitte jeweils mit farbverbindlichem Proof).

Zahlungsmodalitäten

nach Erscheinen netto, 2% Skonto wird nur bei Vorkasse gewährt, wenn ältere Rechnungen nicht überfällig sind.
Die jeweils gültige Umsatzsteuer wird gesondert berechnet.

Druck- und Bindeverfahren

Bogenoffset, Farbanzeigen nach Eurokala, Format DIN A4
Rückendraht-Heftung

Bezugspreis

Jahresabo 120,- Euro (zzgl. Porto und Umsatzsteuer)
Inklusive Jahrbuch Healthcare Marketing

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen und Fremdbeilagen in Zeitungen und Zeitschriften

1. „Anzeigenauftrag“ im Sinn der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten in einer Druckschrift zum Zweck der Verbreitung.
2. Anzeigen 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.
3. Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in Ziffer 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 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. Bei der Berechnung der Abgabemengen werden Text-Millimeterzeilen dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.
6. Aufträge für Anzeigen und Fremdbeilagen, die erklärtermaßen ausschließlich in bestimmten Nummern, 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.
7. Textteil-Anzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens drei Seiten an den Text 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 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. Dies gilt auch für Aufträge, die bei Geschäftsstellen, Annahmestellen oder Vertretern aufgegeben werden. Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Moders 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 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 Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Schadenersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsabschluss und unerlaubter Handlung sind – auch bei telefonischer Auftragserteilung – ausgeschlossen; Schadenersatzansprüche aus Unmöglichkeit der Leistung und Verzug sind beschränkt auf Ersatz des vorhersehbaren Schadens und auf das für die betreffende Anzeige oder Beilage zu zahlende Entgelt. Dies gilt nicht für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit des Verlegers, seines gesetzlichen Vertreters und seines Erfüllungsgehilfen. Eine Haftung des Verlages für Schäden wegen des Fehlens zugesicherter Eigenschaften bleibt unberührt. Im kaufmännischen Geschäftesverkehr haftet der Verlag darüber hinaus auch nicht für grobe Fahrlässigkeit von Erfüllungsgehilfen; in den übrigen Fällen ist gegenüber Kaufleuten die Haftung für grobe Fahrlässigkeit dem Umfang nach auf den voraussehbaren Schaden bis zur Höhe des betreffenden Anzeigententgels beschränkt. Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – 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. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.
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, wird die Rechnung sofort, möglichst aber 14 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 Zahlungen werden nach der Preisliste gewährt.
14. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden 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 und von dem Ausgleich offen stehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.
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 die Anfertigung bestellter Druckunterlagen und Zeichnungen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.
17. Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisreduzierung 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 Preisreduzierung 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 bei Abschlüssen Preisreduzierungsansprüche 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 Ziffernanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Eilbriefe auf Ziffernanzeigen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet. Die Eingänge auf Ziffernanzeigen werden vier Wochen aufbewahrt. Zeitschriften, die in dieser Frist nicht abgeholt sind, werden vernichtet. Wertvolle Unterlagen sendet der Verlag zurück, ohne dazu verpflichtet zu sein. Dem Verlag kann einzelvertraglich als Vertreter das Recht eingeräumt werden, die eingehenden Angebote anstelle und im erklärten Interesse des Auftraggebers zu öffnen. Briefe, die das zulässige Format DIN A4 (Gewicht 50 g) überschreiten, sowie Waren, Bücher, Katalogzusendungen und Päckchen sind von der Weiterleitung ausgeschlossen und werden nicht entgegengenommen. Eine Entgegennahme und Weiterleitung kann jedoch ausnahmsweise für den Fall vereinbart werden, dass der Auftraggeber die dabei entstehenden Gebühren/Kosten übernimmt.
19. Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Bewahrt der Verlag die Werbemittel auf, ohne dazu verpflichtet zu sein, so geschieht dies maximal für drei Monate.
20. Rabattgutschriften und Rabattnachbelastungen erfolgen grundsätzlich erst zum Ende des Insertionsjahres.
21. Platzierungsbestätigungen gelten nur unter Vorbehalt und können aus technischen Gründen geändert werden. In solchen Fällen kann der Verlag nicht haftbar gemacht werden.
22. Erfüllungsort und Gerichtsstand für beide Teile ist Hamburg.



Das Magazin für Kommunikation und Medien



Das Entscheider-Magazin für Pharma-Marketing



Das Magazin für Markenführung



Magazin und Portal für Kundenmedien



Business-Magazin für Kommunikation und Produktion



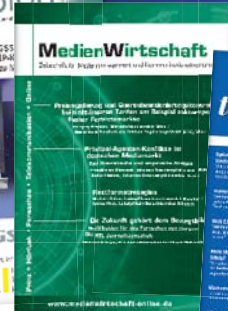
Fachmagazin für SAT, Kabel, Antenne und Multimedia



Business-Magazin für Kabel, Satellit, Breitband und digitales Fernsehen



Das Magazin für Kommunikation im öffentlichen Sektor



Zeitschrift für Medienmanagement und Kommunikationsökonomie



Zeitschrift für Werbung, Kommunikation und Markenführung

New Business Edition



New Business Reports

