

dental
Motion

MEDIADATEN

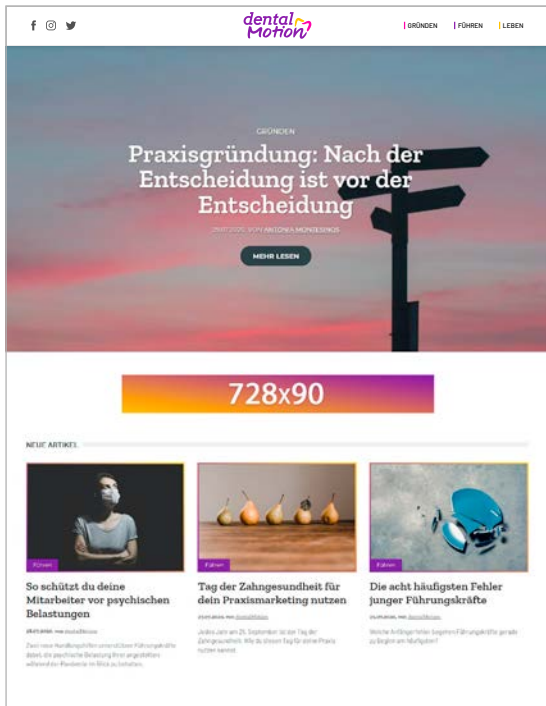
2021

Gültig ab 01. September 2020

dentalMotion ist der neue digitale Partner für **junge Zahnmedizinerinnen und Zahnmediziner**. Mit dem **rein digitalen Magazin** unterstützt der zahnärztliche Fach-Verlag seit Februar 2020 Studierende, Zahnärzte in der Assistenzzeit, **Praxisgründer** und **angestellte Zahnärzte** bei ihren beruflichen Entscheidungen.

Gründen – Führen – Leben: so lautet der thematische Dreiklang von dentalMotion, der sich an den beruflichen Wünschen junger Zahnmedizinerinnen und Zahnmediziner orientiert. Viele wollen nach wie vor eine eigene Praxis gründen oder übernehmen, viele entscheiden sich bewusst dafür, ihrer Berufung als angestellte Zahnärzte nachzugehen. Jedoch haben alle den gleichen Wunsch nach Ausgleich, Work-Life-Balance, Leben und Karriere.

Gründen	Führen	Leben
<ul style="list-style-type: none"> • Praxisräume finden, übernehmen und mieten • Praxis finanzieren, versichern und ausstatten • Technik / Forschung • Recruiting • Marketing • Spezialisierung • Erfolgstories 	<ul style="list-style-type: none"> • Kommunikation • Praxismanagement • Rechtsfragen • Teambuilding • Software, Hardware, Telematik • Marketing • Spezialisierung • Erfolgstories 	<ul style="list-style-type: none"> • Work-Life-Balance • Studium • Lifestyle • Karriere • Finanzen • Berufung als angestellte ZA • Erfolgstories

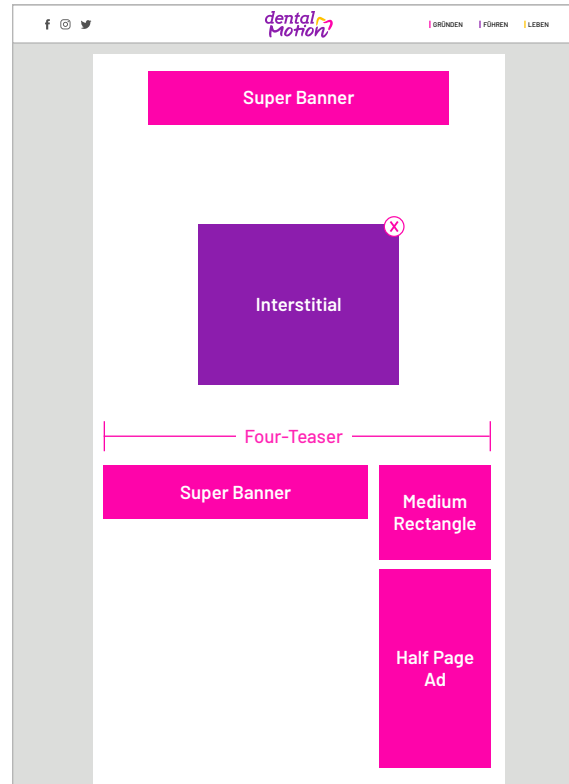


Vom informativen Kurztext bis zum nutzwertigen Bericht: Wir präsentieren mit dentalMotion.de **das führende Onlinemagazin** der jungen Zahnmedizin. Gestalterisch State of the Art, thematisch Speerspitze statt Mitläufer.

Für dentalMotion nutzen die Social Media Profis von 'dzw - Die ZahnarztWoche' ihre Kompetenzen in der zielgruppenadäquaten Ansprache für **Facebook, Instagram** und **Twitter**.



BANNERFORMATE › dentalMotion.de



Buchungsschluss
7 Tage vor
Erscheinen

Datenlieferung
5 Tage vor
Erscheinen



Werbeformen

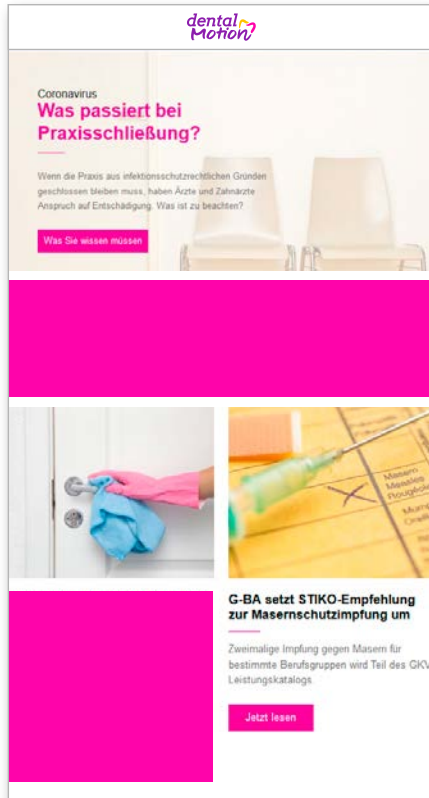
Desktop	Mobile	4 Wochen
Half Page Ad + Super Banner	Mobile Rectangle	€ 400,-
	Mobile Sticky Ad 6.1	€ 500,-
Wide Skyscraper + Super Banner	Mobile Rectangle	€ 400,-
	Mobile Sticky Ad 6.1	€ 500,-
Medium Rectangle + Super Banner	Mobile Rectangle	€ 350,-
	Mobile Sticky Ad 6.1	€ 450,-
Super Banner + Super Banner	Mobile Rectangle	€ 350,-
	Mobile Sticky Ad 6.1	€ 450,-
Interstitial + Super Banner	Mobile Rectangle	€ 600,-
	Mobile Sticky Ad 6.1	€ 750,-

Formate in Pixel

Half Page Ad	jpg, png	300 x 600 pixel
Medium Rectangle	jpg, png oder gif	300 x 250 pixel
Super Banner	jpg, png oder gif	728 x 90 pixel
Interstitial	jpg, png	max. 500 x 500 pixel
Mobile Rectangle	jpg, png oder gif	300 x 250 pixel
Mobile Sticky Ad 6.1	jpg, png	320 x 50 pixel

Format	Anmerkung	Preis
Advertorial (Text-Bildplatzierung)	Ihr Inhalt wird mit Text und Bild eingesetzt	€ 500,-
Video-Advertorial (Video-Teasertext)	Ihr Inhalt wird mit Text und Video eingesetzt (max. 200 Zeichen inkl. Leerzeichen)	€ 500,-





Nie mehr verpassen, was die junge Zahnmedizin bewegt: Der dentalMotion-Newsletter informiert ab April 2021 wöchentlich seine Abonnenten zu allem, was die junge Zahnmedizin bewegt. Wie organisiere ich mein Studium? Wie komme ich günstig an Materialien? Was sind die größten Herausforderungen in der Assistenzzeit? Work-Life-Balance als angestellter Zahnarzt? Wie finanziere ich meine Praxisgründung?

Hohe Reichweite und starke Wachstumswahlen erzielen wir dank professionellem Marketing durch Whitepaper, Gewinnspiele und weitere Sonderaktionen.

Werbeformate im Newsletter

Format	Anmerkung	Preis*
Banner	600 x 200 px ¹	€ 500,-
Advertorial (Text-Bildplatzierung)	Ihr Inhalt wird mit Text und Bild eingesetzt ¹	€ 600,-

¹ Buchungsschluss: 7 Tage vor Erscheinen | Dateianlieferung: 5 Tage vor Erscheinen

* je Aussendung, nicht rabattfähig, zzgl. MwSt.



SOCIAL MEDIA › Facebook dentalMotion

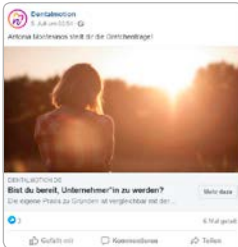


Post Es gibt aktuell 3 Möglichkeiten Facebook-Posts bei uns zu buchen:



Bild-Post

Dateityp: jpg oder png (empfohlen)
Empfohlene Auflösung: min. 1.200 x 630 Pixel
Formate: 16:9 Landscape, 1:1 Quadrat
Text Empfehlung: 175 Zeichen, Call to Action, Hashtags



Link-Post

Link URL: Lange Links z.B. inkl. Trackingcode werden verkürzt mit bit.ly
Text Empfehlung: 175 Zeichen, Call to Action, Hashtags



Video-Post

Dateityp: mp4, mov
Empfohlene Auflösung: min. 1.280 x 720 Pixel
Formate: 16:9 Landscape, 9:16 Hochformat, 1:1 Quadrat
Max. Dateigröße: 4 GB
Text Empfehlung: 175 Zeichen, Call to Action, Hashtags



Buchungsschluss
7 Tage vor
Erscheinen

Datenlieferung
5 Tage vor
Erscheinen

*Wir markieren den Post
idealerweise als Branded
Content verknüpft mit
Ihrer Fanpage oder mit
dem Hashtag #werbung,
#sponsored o.ä.*

SOCIAL MEDIA › Instagram dentalMotion



Instagram Es gibt aktuell 2 Möglichkeiten Instagram-Posts bei uns zu buchen:



Bild-Post

Dateityp: jpg oder png (empfohlen)

Empfohlene Auflösung: min. 1.080 x 1.080 Pixel

Formate: 1:1 Quadrat oder 16:9 Landscape

Text Empfehlung: 175 Zeichen, Hashtags

Link URL: keine nativen Links möglich,

Kürzung für bessere Lesbarkeit mit bit.ly



Video-Post

Dateityp: mp4, mov

Empfohlene Auflösung:

min. 1.080 x 1.080 Pixel

Formate: 1:1 Quadrat oder 16:9 Landscape

Text Empfehlung: 175 Zeichen, Hashtags

Max. Dauer: 60 sek.

Buchungsschluss

7 Tage vor
Erscheinen

Datenlieferung

5 Tage vor
Erscheinen

Wir markieren den Post
idealerweise als Branded
Content verknüpft mit
Ihrer Fanpage oder mit
dem Hashtag #werbung,
#sponsored o.ä.

**EINFÜHRUNGS-
PREIS:**

€ 450,-

zzgl. MwSt. bei Buchungen
bis zum 31.03.2021

SOCIAL MEDIA › Twitter dentalMotion



Tweet Es gibt aktuell 3 Möglichkeiten Twitter-Tweets bei uns zu buchen:



Bild-Tweet

Dateityp: jpg oder png

Empfohlene Auflösung:

1.024 x 512 Pixel

Link URL: Lange Links z.B. inkl. Trackingcode werden verkürzt mit bit.ly

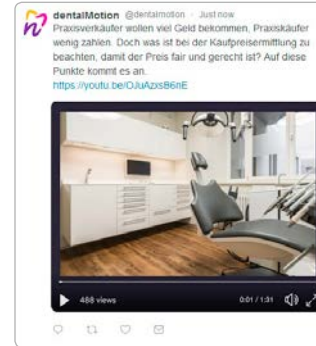
Text Empfehlung: 120 Zeichen, Call to Action, Hashtag



Tweet

Text Empfehlung: 120 Zeichen, Call to Action, Hashtag

Link URL: Lange Links z.B. inkl. Trackingcode werden verkürzt mit bit.ly



Video-Tweet

Dateityp: mp4, mov

Empfohlene Auflösung:

min. 1.280 x 720 Pixel

Formate: 16:9 Landscape, 9:16 Hochformat, Quadrat

Link URL: Lange Links, z.B. inkl. Trackingcode, werden verkürzt mit bit.ly

Max. Dauer: 140 sek.

Max. Dateigröße: 512 MB

Buchungsschluss
7 Tage vor
Erscheinen

Datenlieferung
5 Tage vor
Erscheinen

Wir markieren den Post mit dem Hashtag #werbung, #sponsored o.ä. um diesen als Werbung zu kennzeichnen.





Online			Größe (B x H) in Pixel	Dateiformat*	Dateigewicht
Banner	Desktop	Superbanner	728 x 90	jpg, png, gif (Animation möglich)	max. 50 kB
		Rectangle	300 x 250		
		Halfpage	300 x 600		
	Interstitial	flexibel, max. 500 x 500	jpg, png (keine Animation)		
	Mobile	Mobile Rectangle	300 x 250	jpg, png, gif (Animation möglich)	
Mobile Sticky Ad		320 x 50			
Advertorial	Desktop + Mobile	Text + Bild	Spezifikationen finden Sie im Formular „Advertorial“ unter: www.dzw.de/technischedatendigital		

Dateneingang muss spätestens 5 Werktage vor Erscheinen erfolgen, Daten an online-banner@dhug.de

* andere Dateiformate nur nach Absprache und Prüfung durch die Fachabteilung



Social Media

				Bild (Empfehlungen)		Text (Empfehlungen)		Video (Empfehlungen)			
				Auflösung (in Pixel)	Datei-format	Textlänge	Sonstiges	Auflösung (in Pixel)	Datei-format	Max. Dauer (in Sek.)	Dateigewicht
Post/ Tweet	Desktop + Mobile	Facebook	Bild-Post Link-Post Video-Post	min. 1.200 x 630 - -	jpg, png	175 Zeichen	Call to Action, Hashtags, lange Links werden verkürzt mit bit.ly	min. 1.280 x 720	mp4, mov	-	max. 4 GB
		Twitter	Bild-Tweet Tweet Video-Tweet	1.024 x 512 - -		120 Zeichen				140	max. 512 MB
		Instagram	Post Video-Post	1.080 x 1.080		175 Zeichen				min. 1.080 x 1.080	60

Dateneingang muss spätestens 10 Werktage vor Erscheinen erfolgen, Daten an online-banner@dhug.de

Newsletter

				Banner	Advertorial
Erscheinungstag	Größe (B x H) in Pixel	Dateiformat*	Dateigewicht		
	600 x 200	jpg, png (keine Animation)	max. 50 kB	Spezifikationen finden Sie im Formular „Newsletter Advertorial“ unter: www.dzw.de/technischedatendigital	

Dateneingang muss spätestens 5 Werktage vor Erscheinen erfolgen, Daten an online-banner@dhug.de

* andere Dateiformate nur nach Absprache und Prüfung durch die Fachabteilung

ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN für das Werbegeschäft in Digital-Medien



01. Werbeauftrag

Werbefraße im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Schaltung eines Werbemittels oder mehrerer Werbemittel in Informations- und Kommunikationsdiensten, insbesondere dem Internet, zum Zwecke der Verbreitung. Für den Werbeauftrag steht ausschließlich die Allgemeine Geschäftsbedingungen sowie die Preisliste des Anbieters, die einen wesentlichen Vertragsbestandteil bildet. Die Gültigkeit etwaiger Allgemeiner Geschäftsbedingungen des Auftraggebers oder sonstiger Inserenten ist, soweit sie mit diesen allgemeinen Geschäftsbedingungen nicht übereinstimmen, ausdrücklich ausgeschlossen. Bei Aufträgen für Werbeschaltungen, die sich auf Online-Medien und andere Medien beziehen, gelten die jeweiligen Allgemeinen Geschäftsbedingungen für das betreffende Medium entsprechend.

02. Werbemittel

Ein Werbemittel im Sinne dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen kann zum Beispiel aus einem oder mehreren der genannten Elemente bestehen: aus einem Bild und/oder Text, aus Tonfolgen und/oder Bewegtbildern (u. a. Banner), aus einer sensitiven Fläche, die bei Anklicken die Verbindung mittels einer vom Auftraggeber genannten Online-Adresse zu weiteren Daten herstellt, die im Bereich des Auftraggebers liegen (z. B. Link). Werbemittel, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht als solche erkennbar sind, werden als Werbung deutlich kenntlich gemacht.

03. Vertragsschluss

Vorhandlich entstehender individueller Vereinbarungen kommt der Vertrag grundsätzlich durch schriftliche oder durch E-Mail-Erfolgende Bestätigung des Auftrags zustande. Auch bei mündlichen oder fernmündlichen Besätigungen liegen die Allgemeinen Geschäftsbedingungen zugrunde. Soweit Werbeanträge auf Auftrag erteilen, kommt der Vertrag im Zweifel mit der Werbeanzeige zustande, vorbehaltlich anderer schriftlicher Vereinbarungen. Soll ein Werbungtreibender Auftraggeber werden, muss er von der Werbeanzeige namentlich benannt werden. Die Anbieter sind berechtigt, von den Werbeanzeigen einen Mandatsnachweis zu verlangen. Werbung für Waren oder Leistungen von mehr als einem Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten innerhalb eines Werbeauftrags (z. B. Banner-, Pop-up-Werbung etc.) bedürfen einer zusätzlichen schriftlichen oder durch E-Mail geschlossenen Vereinbarung.

04. Abwicklungsfrist

Im Rahmen eines Abschlusses das Recht des Auftraggebers zum Aufbruch einzelner Werbemittel eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Vertragsschluss abzuwickeln.

05. Auftragsweiterung

Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in Ziffer 4 genannten Frist unter dem Vorbehalt vorhandener Kapazität auch über die im Auftrag genannte Menge hinaus weitere Werbemittel abzurufen.

06. Nachlassersatzung

Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Anbieter nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschiedsbetrag zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Anbieter zu erstatten. Der Auftraggeber hat, wenn nichts anderes vereinbart, rückwirkend Anspruch auf den seiner tatsächlichen Abnahme von Werbemitteln innerhalb eines Jahres entsprechenden Nachlass, wenn er zu Beginn der Frist seinen Vertrag abgeschlossen hat, der aufgrund der Preisliste zu einem Nachlass von vornherein berechnet ist. Der Anspruch auf den Nachlass erlischt, wenn er nicht innerhalb von drei Monaten nach Ablauf der Jahresfrist geltend gemacht wird.

07. Datenerlieferung

Der Auftraggeber ist verpflichtet vollständige, fehler- und virusfreie sowie ordnungsgemäße, insbesondere dem Format oder technischen Vorgaben des Auftragnehmers entsprechende Werbemittel rechtzeitig, das heißt

spätestens 6 Werktage vor dem Schaltungstermin anzuliefern. Macht der Auftraggeber nach Anlieferung, aber vor Schaltung der Werbemittel Änderungswünsche in Bezug auf den Zeitpunkt oder die Dauer der Schaltung oder den Austausch des Werbepersonals geltend, wird der Auftragnehmer diesen Änderungswünschen nach Möglichkeit nachkommen, sofern die Änderungswünsche schriftlich bei dem Auftragnehmer eingegangen sind und kein unzumutbarer Mehraufwand oder Schaden entsteht. Wird ein Vertrag durch den Auftraggeber nicht oder falsch durchgeführt, weil der Auftraggeber seine Mitwirkungspflichten verletzt, das heißt die Daten nicht rechtzeitig und/oder fehlerhaft abgeliefert hat, so besteht der vereinbarte Vergütungsanspruch des Auftragnehmers fort. Kosten des Auftragnehmers für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen des Werbemittels hat der Auftraggeber zu tragen. Für die redaktionelle Abstimmung benennen die Parteien jeweils eine verantwortliche Person. Die Pflicht des Auftragnehmers zur Aufbewahrung des Werbemittels endet drei Monate nach seiner letztmaligen Verbreitung.

08. Chiffreverbarung

Für den Fall, dass Chiffreverbarung geschaltet werden kann, werden die Eingänge vier Wochen aufbewahrt oder gespeichert. Zuschriften, die in dieser Zeit nicht abgeholt oder abgerufen wurden, werden vernichtet bzw. gelöscht. Briefe, die das zulässige Format DIN A 4 (Gewicht 50 g) überschreiten, sowie Waren-, Bücher-, Katalogsendungen und Päckchen werden nicht entgegengenommen. Eingehende E-Mails werden nur bis zu einer Datenmenge von 300 Kilobytes (E-Mail) weitergeleitet.

09. Ablehnungsbezugnis

Der Anbieter behält sich vor, Werbeaufträge - auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses - abzulehnen bzw. zu sperren, wenn

- deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder deren Inhalt vom Deutschen Werberat in einem Bescheidverfahren für unzulässig befunden wird,
- deren Veröffentlichung für den Anbieter wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist.

Insbesondere kann der Anbieter ein bereits veröffentlichtes Werbemittel zurückziehen, wenn der Auftraggeber nachträglich Änderungen der Inhalte des Werbemittels selbst vornimmt oder die Daten nachträglich verändert werden, auf die durch einen Link verwiesen wird und hierdurch die Voraussetzungen des Absatzes 1 erfüllt werden. Der Auftragnehmer ist zu einer Prüfung der Werbung vor der Schaltung und Veröffentlichung des Werbemittels nicht verpflichtet.

10. Pflichten des Auftraggebers/ Rechteverwahrleistung

Der Auftraggeber versichert, dass die von ihm zur Verfügung gestellten Daten so ausgestaltet sind, dass sie nicht gegen gesetzliche Bestimmungen verstoßen. Würde der Auftraggeber wegen des Inhalts eines Werbemittels bereits abgemagt oder hat er eine Unterlassungsverpflichtung abgeben, so hat er den Auftragnehmer unverzüglich darüber zu informieren. Der Auftraggeber gewährleistet, dass er alle zur Schaltung des Werbemittels erforderlichen Rechte besitzt. Der Auftraggeber stellt den Anbieter im Rahmen des Werbeauftrags von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der Verletzung gesetzlicher Bestimmungen entstehen können. Ferner wird der Anbieter von den Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung freigestellt. Der Auftraggeber ist verpflichtet, den Anbieter nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverfolgung gegenüber Dritten zu unterstützen. Der Auftraggeber überträgt dem Anbieter sämtliche für die Nutzung der Werbung in Online-Medien aller Art, einschließlich Internet, erforderlicher urheberrechtlicher Nutzungs-, Leistungs- und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, Entnahme aus einer Datenbank und Abruf, und zwar zeitlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrags notwendigen Umfang. Vorgenannte Rechte werden in allen Fällen örtlich unbegrenzt übertragen und berechtigen zur Schaltung mittels aller bekannten technischen Verfahren sowie aller bekannten Formen der Online-Medien.

11. Gewährleistung des Anbieters

Der Anbieter gewährleistet im Rahmen der vorhersehbaren Anforderungen eines dem jeweils üblichen technischen Standard entsprechende, bestmögliche Wiedergabe des Werbemittels. Dem Auftraggeber ist jedoch bekannt, dass es nach dem Stand der Technik nicht möglich ist, ein von Fehlern vollkommen freies Programm zu erstellen. Die Gewährleistung gilt nicht für unwesentliche Fehler. Ein unwesentlicher Fehler in der Darstellung der Werbemittel liegt insbesondere vor, wenn er hervorgerufen wird

- durch die Verwendung einer nicht geeigneten Darstellungsschrift- und/oder Hardware (z. B. Browser) oder
- durch Störung der Kommunikationssysteme anderer Betreiber oder
- durch Rechnerausfall aufgrund Systemversagens
- durch unvollständige und/oder nicht aktualisierte Angebote auf so genannten Proxies (Zwischenspeichern) oder
- durch einen Ausfall des Ad-Servers, der nicht länger als 24 Stunden (fort- und/oder internt) innerhalb von 30 Tagen nach Beginn der vertraglich vereinbarten Schaltung andauert.

Bei einem Ausfall des Ad-Servers über einen erheblichen Zeitraum (mehr als 10 Prozent der gebuchten Zeit) im Rahmen einer zeitgebundenen Festbuchung entfällt die Zahlungspflicht des Auftraggebers für den Zeitraum des Ausfalls. Weitere Ansprüche sind ausgeschlossen.

Bei ungenügender Wiedergabequalität des Werbemittels hat der Auftraggeber Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzwerbung, jedoch nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck des Werbemittels beeinträchtigt wurde. Bei Fehlschlagern oder Unzumutbarkeit der Ersatzwerbung, hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrags.

Sind etwaige Mängel bei den Werbungsunterlagen nicht offenkundig, so hat der Auftraggeber bei ungenügender Veröffentlichung keine Ansprüche. Das gleiche gilt bei Fehlern in wiederholten Werbeschaltungen, wenn der Auftraggeber nicht vor Veröffentlichung der nächstfolgenden Werbeschaltung auf den Fehler hinweist.

12. Leistungstörungen

Fällt die Durchführung eines Auftrags aus Gründen aus, die der Anbieter nicht zu vertreten hat (etwa softwarebedingt oder aus anderen technischen Gründen), insbesondere wegen Rechnerausfalls, höherer Gewalt, Streik, aufgrund gesetzlicher Bestimmungen, Störungen auf dem Verantwortungsbereich von Dritten (z. B. anderen Providern), Netzproblemen oder Leistungsanbietern oder aus vergleichbaren Gründen, so wird die Durchführung des Auftrags nach Möglichkeit nachgeholt. Bei Nachholung in angemessener und für den Auftraggeber zumutbarer Zeit nach Beseitigung der Störung bleibt der Vergütungsanspruch des Anbieters bestehen.

13. Haftung

Schadensersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsabschluss und unerlaubter Handlung bestehen nur bei Vorsatz und grober Fahrlässigkeit des Anbieters, seines Vertreters oder Erfüllungsgehilfen. Dies gilt nicht für die Haftung für zugesicherte Eigenschaften und für die Verletzung wesentlicher Vertrags- pflichten; im letzteren Fall ist die Haftung auf den vorhersehbaren Schaden beschränkt. Schadensersatzansprüche aus Ungleichheit der Leistung und Verzug sind bei leichter Fahrlässigkeit beschränkt auf Ersatz des vorhersehbaren Schadens. Bei grober Fahrlässigkeit; des einfachen Erfüllungsgehilfen ist die Haftung gegenüber Unternehmern dem Umfang nach auf den vorhersehbaren Schaden beschränkt. Die gilt nicht für die Verletzung wesentlicher Vertragspflichten. Die Haftung für Schäden aus der Verletzung von Leben, Körper, Gesundheit und die Haftung nach dem Produkthaftungsgesetz bleibt unberührt; dies richtet sich nach den gesetzlichen Vorschriften.

14. Preisliste

Es gilt die im Zeitpunkt der Auftragsstellung veröffentlichte Preisliste. Gegenüber Unternehmern bleibt eine Änderung vorbehalten. Für vom Anbieter bestellte Aufträge sind Preisänderungen allerdings nur

wirksam, wenn sie vom Anbieter mindestens einen Monat vor Veröffentlichung des Werbemittels angekündigt werden. Im Falle einer Preisänderung steht dem Auftraggeber ein Rücktrittsrecht zu. Das Rücktrittsrecht muss innerhalb von 14 Tagen nach Erhalt der Mitteilung über die Preisänderung ausgeübt werden. Nachlässe bestimmen sich nach der jeweils gültigen Preisliste. Werbeagenturen und sonstige Werbemittler sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preislisten des jeweiligen Anbieters zu halten.

15. Zahlungsverzug

Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen und Einziehungskosten berechnet. Der Anbieter kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrags bis zur Zahlung zurückstellen und für die restliche Schaltung Vorauszahlung verlangen. Objektiv begründete Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers berechtigen den Anbieter, auch während der Laufzeit des Vertrages, das Erscheinen weiterer Werbemittel ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausglic offstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

16. Auftragsreue

Der Auftraggeber kann das Vertragsverhältnis nach dessen Zustandekommen stornieren, wobei die Stornierung schriftlich gegenüber dem Auftragnehmer erfolgen muss. Eine kostenfreie Stornierung ist bis zu einer Woche vor Beginn der vereinbarten Leistungsbringung möglich. Wird diese Stornierungsfrist nicht eingehalten, erhält der Auftragnehmer eine Ausfallpauschale in Höhe von 15 % des Nettoauftragswertes zuzüglich der auf diesen Betrag anfallenden gesetzlichen Mehrwertsteuer. Die Ausfallpauschale wird mit der Stornierung fällig. Nach Beginn der Leistungsbringung durch den Auftragnehmer ist eine Stornierung ausgeschlossen.

17. Laufzeit/Kündigung

(1) Der Vertrag endet nach der zwischen den Parteien vereinbarten Vertragslaufzeit.
(2) Sofern eine ausdrückliche Vertragslaufzeit nicht vereinbart wurde, sind die Schaltungen der Werbemittel im Zweifel innerhalb eines Jahres seit Vertragsschluss vom Auftraggeber abzurufen.
(3) Das Recht zur außerordentlichen Kündigung aus wichtigem Grund bleibt unberührt. Kündigungen von Werbeaufträgen müssen schriftlich oder per E-Mail erfolgen.

18. Datenschutz

Der Werbeauftrag wird unter Berücksichtigung der geltenden datenschutzrechtlichen Bestimmungen abgewickelt.

19. Vertraulichkeit

Die Parteien verpflichten sich, über alle Einzelheiten des Vertragsverhältnisses sowie über Geschäftsgeheimnisse, über die sie im Rahmen der Durchführung dieses Vertrags Kenntnis erlangen, Stillschweigen zu bewahren. Die Verpflichtung besteht auch nach der Beendigung des Vertragsverhältnisses fort.

20. Erfüllungsort/Schiedsstand

Erfüllungsort ist der Sitz des Anbieters. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichem Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsort der Sitz des Anbieters. Soweit Ansprüche des Anbieters nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nicht-Kaufleuten nach deren Wohnsitz. Es gilt deutsches Recht.

21. 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 Anbieters vereinbart, wenn der Vertrag schriftlich geschlossen wurde.

IMPRESSUM

Herausgeber

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

Verlag aller Titel

Zahnärztlicher Fach-Verlag GmbH

Geschäftsführer

Prof. Dr. med. dent. Rolf Hinz

Dr. Ingo-Wolfram Paeske

Joachim Bohl

Mont-Cenis-Str. 5 · 44623 Herne

Telefon: +49(0)2323 593-350

Telefax: +49(0)2323 593-156

E-Mail: redaktion@dentalmotion.de

Internet: dentalMotion.de

Redaktion

dentalMotion

Chefredakteur: Marc Oliver Pick

Redaktion: Wolf Witte

Mont-Cenis-Str. 5 · 44623 Herne

Telefon: +49(0)2323 593-350

E-Mail: redaktion@dentalmotion.de

Internet: dentalMotion.de

Ansprechpartner

Lars Lehmannski

Verlagsleiter Vertrieb

E-Mail: l.lehmannski@dzw.de

Telefon: +49(0)2323 593-281

Mobil: +49(0)176 15504602

Suzan Reichberg

Vertriebsleitung

E-Mail: s.reichberg@dzw.de

Telefon: +49(0)2323 593-225

Mobil: +49(0)151 67549399

Cornelia Tockenbürger

Mediaberaterin

E-Mail: c.tockenbuerger@dzw.de

Telefon: +49(0)2323 593-137

Mobil: +49(0)151 55046740

Frank Hönicke

Mediaberater

E-Mail: f.hoenicke@dzw.de

Telefon: +49(0)2323 593-220

