

# Systemische Orale Medizin

Fachorgan der Internationalen Gesellschaft für Ganzheitliche ZahnMedizin e.V.



## MEDIA DATEN

- Charakteristik:** Die Zeitschrift „Systemische Orale Medizin“ (SOM) ist ein Fachorgan mit Beiträgen aus allen Bereichen der ganzheitlichen Medizin mit dem Schwerpunkt Zahnheilkunde. Neben aktuellen Forschungsergebnissen aus der Wissenschaft umfasst sie Erfahrungsberichte von Zahnärzten, Medizinern, Zahntechnikern und Therapeuten. Außerdem informiert sie über Praxismanagement, Patientenführung sowie aktuelle Fortbildungen und Industrie-Neuigkeiten.  
In der Heftmitte befindet sich die Einlage „Mensch und Mund“, eine mehrseitige komplementärmedizinische Patientenzeitschrift zum Auslegen im Wartezimmer.
- Empfängerkreis und Zielgruppe:** Mitglieder der GZM und SGZM, Ärzte, Zahnärzte und Therapeuten im ganzheitlichen Netzwerk, interessierte Laien
- Erscheinungsweise:** 4-mal jährlich, jeweils Mitte März / Mitte Juni / Mitte September / Mitte Dezember
- Auflage:** Systemische Orale Medizin (SOM) 2.000  
Mensch & Mund (MuM) 2.500
- Format/Umfang:** DIN A4 / 40 - 60 Seiten, durchgehend vierfarbig auf 130 gr. Bilderdruck-Papier
- Druckvorlagen:** Vorzugsweise digital im PDF-Format.  
Unterstützte Programme: InDesign CS6, Illustrator CS6, Photoshop CS6  
CorelDraw-Dateien müssen unbedingt im EPS-Format mit Text als Kurven gespeichert sein. Farbvorlagen müssen immer im CMYK-Modus angelegt sein.
- Anzeigenschluss:** 4 Wochen vor Erscheinungstermin, jeweils Mitte Februar, Mai, August und November.
- Redaktion:** Dr. Beate I. Kreisel  
Heideweg 5, CH-6440 Brunnen  
E-Mail: [gzm.redaktion@bluewin.ch](mailto:gzm.redaktion@bluewin.ch)
- Herausgeber & Verlag:** Internationale Gesellschaft für Ganzheitliche ZahnMedizin e.V.  
Kloppenheimer Straße 10, 68239 Mannheim  
Tel.: +49 (0)621 4824300, Fax: +49 (0)621 473949  
E-Mail: [gzm@gzm.org](mailto:gzm@gzm.org)  
[www.gzm.org](http://www.gzm.org)  
ISSN 2194-945X
- Gestaltung und Produktion:** Biber Studio  
Wolfsgartenweg 31, 69509 Mörlenbach  
Tel.: +49 (0)6209 4610, Fax: +49 (0)6209 713787  
E-Mail: [gzm@biberstudio.de](mailto:gzm@biberstudio.de)
- Anzeigen/Koordination:** Cornelia Wittersheim  
Am Wasserwerk 15, 69509 Mörlenbach  
Tel.: +49 (0)6209 7975415, Fax: +49 (0)6209 7975416  
E-Mail: [media1@gzm-org.de](mailto:media1@gzm-org.de)

# ANZEIGENPREISE

## Ganze Seite

Format DIN A 4 (Breite x Höhe)

- im Anschnitt 210 x 297 mm (plus 3 mm Beschnitt)
- im Satzspiegel 182 x 237 mm

Innenteil	4c: 1.200 €	s/w: 1.100 €
2. und 3. Umschlagseite	4c: 1.240 €	s/w: 1.140 €
4. Umschlagseite	4c: 1.280 €	s/w: 1.180 €



## Halbe Seite

Format (Breite x Höhe)

- im Anschnitt quer 210 x 140 mm (plus 3 mm Beschnitt)
- im Satzspiegel quer 182 x 120 mm
- im Anschnitt hoch 103 x 297 mm (plus 3 mm Beschnitt)
- im Satzspiegel hoch 89 x 263 mm

4c: 630,00 € s/w: 590,00 €

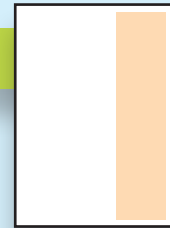


## Drittel Seite

Format (Breite x Höhe)

- im Anschnitt quer 210 x 93 mm (plus 3 mm Beschnitt)
- im Satzspiegel quer 182 x 98 mm
- im Anschnitt hoch 72 x 297 mm (plus 3 mm Beschnitt)

4c: 420,00 € s/w: 390,00 €



## Viertel Seite

Format (Breite x Höhe)

- im Anschnitt hoch 103 x 140 mm
- im Satzspiegel hoch 89 x 130 mm
- im Anschnitt quer 210 x 70 mm (plus 3 mm Beschnitt)
- im Satzspiegel quer 182 x 75 mm

4c: 340,00 € s/w: 310,00 €

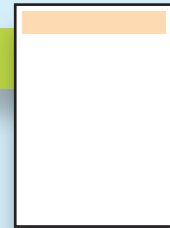


## Achtel Seite

Format (Breite x Höhe)

- im Satzspiegel hoch 89 x 70 mm
- im Satzspiegel quer 182 x 35 mm

4c: 180,00 € s/w: 170,00 €



## Millimeter

einspaltig

58 mm, pro 1 mm: 4c: 1,80 € s/w: 1,60 €

zweispaltig

120 mm, pro 1 mm: 4c: 3,40 € s/w: 3,20 €

dreispaltig

182 mm, pro 1 mm: 4c: 4,60 € s/w: 4,40 €

## Kleinanzeigen

Fließtext bis 200 Zeichen s/w: 64,00 €  
für GZM-Mitglieder s/w: 32,00 €

Preise für höhere Zeichenzahlen erfragen Sie bitte telefonisch: +49 (0)6209 7975415 oder per E-Mail: media1@gzm-org.de

## Serien-Rabatte bei Abnahme von aufeinanderfolgenden Schaltungen

2 Anzeigen: 5 % Rabatt auf den Einzelpreis  
3 Anzeigen: 10 % Rabatt auf den Einzelpreis  
4 Anzeigen: 15 % Rabatt auf den Einzelpreis  
AE: 10 % vom Kundennetto  
Alle Preise zuzüglich 19 % Mehrwertsteuer

## Marktplatz

In einem klar abgegrenzten und speziell gestalteten Teil des Magazins ist es möglich, Produkte und Dienstleistungen mit einem „redaktionellen Touch“ zu präsentieren, wie nebenstehend beispielhaft abgebildet.

Preis für die abgebildete Einheit  
800 Zeichen, Farbbild 35 x 40 mm  
(incl. Layout): 280 €

Für andere Formate sprechen Sie uns bitte an.

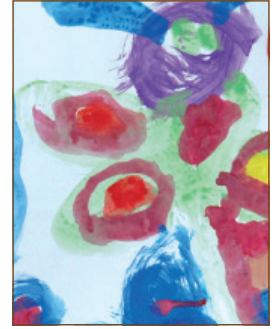
## Um expe velli

as re eliquatis venime conse  
enis magnimet, consent est is  
abore rera cum sunt aut et laut  
eic to blanda simodis desti vo-  
lorehendae consequi dolo dita-  
tuscia quamus.

Ulpa pere dolorunt am, quass-  
int, utet reperum et ipsaper  
epudam, net adisima venis ni-  
mus explantias magnatis quam  
harum velest lis volupta quiat.

Videl eos a dolecabore maximin velita quidi doluptae pe-  
riberferum si voluptio exero bla estia ium, optae cus mag-  
natur, secaeQuae cus aut optas eos perum, aped utas alis  
conesserum ad qui tempos nus ese de quas vende rest  
aciis event ipsantium num facimus magnam vent.

Totae labor sunt aditat eius etur acea cum necerchit aut  
eliquam quamusam quibus incipid eatur sequidem rer-  
sperferum eum fugia alignimpore nus consequae nia alit



Pa sit, alias atur? Quia sument.

Da in re parum que eatis velicat.

Ad earum quis mo et molectempore dolupidus eles et

# ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN

1. Anzeigenauftrag im Sinne dieser AGB ist der Vertrag zwischen dem Verlag und einem Werbungstreibenden oder sonstigen Inserenten (nachfolgend „Auftraggeber“) über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen in einer Druckschrift zum Zwecke der Verbreitung. Für den Anzeigenauftrag gelten ausschließlich die vorliegenden AGB sowie die aktuelle Preisliste des Verlags, die einen wesentlichen Vertragsbestandteil bildet. Die Gültigkeit etwaiger AGB des Auftraggebers ist, soweit sie mit diesen AGB nicht übereinstimmen, ausdrücklich ausgeschlossen.

2. Vertragsschluss: Aufträge für Anzeigen können schriftlich, per E-mail, Post oder Fax, aufgegeben werden. Der Verlag haftet nicht für Fehler der Übermittlung. Der Vertrag kommt erst durch die Auftragsbestätigung des Verlags zustande, die vorbehaltlich anderer individueller Vereinbarungen zwischen Verlag und Auftraggeber schriftlich erfolgt.

3. Abschluss im Sinne dieser AGB ist ein Vertrag über die Schaltung einer oder mehrerer Anzeigen, Fremdbeilagen oder sonstiger Werbemittel unter Beachtung der vom Verlag angebotenen Rabattstaffeln, wobei die rechtsverbindlichen Anzeigenaufträge jeweils erst durch schriftliche Bestätigung des Abrufs zustande kommen.

4. Abruf ist die Aufforderung des Auftraggebers an den Verlag, auf Grundlage eines Abschlusses eine konkrete Anzeige, Fremdbeilage oder sonstiges Werbemittel zu veröffentlichen und die Zustellung der für die Erstellung erforderlichen Texte und Vorlagen. Ist kein Erscheinungstermin vereinbart, sind Anzeigen spätestens ein Jahr nach Vertragsabschluss abzurufen. Ein Abschluss über mehrere Anzeigen ist innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln.

5. Ablehnung von Aufträgen: Der Verlag behält sich vor, Anzeigenaufträge, auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Gesamtabschlusses sowie rechtsverbindlich bestätigte Aufträge, nach sachgemäßem Ermessen abzulehnen. Dies gilt insbesondere, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder vom deutschen Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde, deren Veröffentlichung für den Verlag wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist. Diese AGB gelten sinngemäß auch für Beilagenaufträge. Beilagenaufträge werden grundsätzlich vom Verlag erst nach Vorlage eines Musters angenommen. Beilagen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen.

6. Anzeigenschluss: Die in der Preisliste ausgewiesenen Anzeigenschlüsse sind für den Verlag unverbindlich. Dem Verlag steht es frei, Anzeigenschlusstermine kurzfristig, dem Produktionsablauf entsprechend, anzupassen.

7. Werden Anzeigendruckvorlagen digital, also durch Datenträger oder durch Fernübertragung papierlos an den Verlag übermittelt, gelten zusätzlich die folgenden Bestimmungen:

7.1 Dateiformat: Druckvorlagen sollen nur mit geschlossenen Dateien digital übertragen werden, also mit solchen Dateien, die der Verlag inhaltlich nicht ändern kann. Der Verlag haftet nicht bei fehlerhafter Veröffentlichung von Anzeigen, die mit offenen Dateien übermittelt werden.

7.2 Zusammengehörende Dateien sind vom Auftraggeber in einem gemeinsamen Verzeichnis (Ordner) zu senden bzw. zu speichern.

7.3 Computerviren: Der Auftraggeber haftet dafür, dass die übermittelten Dateien frei von Computerviren sind. Dateien mit Computerviren kann der Verlag löschen, ohne dass der Auftraggeber hieraus Ansprüche herleiten könnte. Der Verlag behält sich zudem Ersatzansprüche vor, wenn die Computerviren beim Verlag weiteren Schaden verursachen.

7.4 Ansprüche wegen fehlerhafter Veröffentlichung: Beachtet der Auftraggeber diese Geschäftsbedingungen zur Erstellung und Übermittlung von digitalen Druckunterlagen nicht, so stehen ihm keine Ansprüche wegen fehlerhafter Anzeigenveröffentlichung zu.

7.5 Datenträger: An den Verlag übermittelte Disketten oder CD/DVD mit Druckvorlagen gehen in das Eigentum des Verlags über.

8. Kündigung von Aufträgen / höhere Gewalt: Anzeigenaufträge können nur schriftlich, auch per Telefax, gekündigt werden, die Kündigungsfrist endet fünf Wochen vor Veröffentlichungstermin. Ist die Anzeige bereits in Druck gegeben, hat der Auftraggeber die Anzeige zu bezahlen. Ansonsten kann der Verlag die Erstattung der bis zur Kündigung angefallenen Kosten nach den gesetzlichen Vorschriften verlangen. Der Verlag wird im Falle höherer Gewalt und bei vom Verlag unverschuldeten Arbeitskämpfmaßnahmen von der Verpflichtung zur Auftragsbefreiung frei, Schadenersatzansprüche bestehen deswegen nicht.
9. Platzierung von Anzeigen: Anzeigen werden in bestimmten Nummern, Ausgaben oder an bestimmten Stellen der Zeitschrift veröffentlicht, wenn dies schriftlich, auch per Telefax, vereinbart wird. Sofern keine eindeutigen Platzierungsvorgaben vereinbart werden, kann der Verlag die Platzierung frei bestimmen.
10. Farbanzeigen: Farben werden üblicherweise im Zusammendruck aus den ISO-Skala-Farben (früher Euroskala) Cyan, Magenta, Yellow und Black erzeugt. Bei Zusatzfarben aus der HKS-Farbskala für Zeitungsdruck des HKS-Warenzeichenverband e. V. sind bei der Farbwiedergabe Abweichungen zum Originalton nicht auszuschließen. Farben aus der Pantone-Farbskala (Pantone Inc. Carlstadt, New Jersey) können in der Regel nicht im Zusammendruck erzeugt werden.
11. Druckunterlagen: Die Schlusstermine für Druckunterlagen sind den jeweils gültigen Media-Daten des Verlags zu entnehmen. Für die rechtzeitige Lieferung fehlerfreier Druckunterlagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. Der Verlag gewährleistet die für die belegte Ausgabe übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten. Druckunterlagen werden nur auf schriftliche Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet sechs Wochen nach Veröffentlichung der Anzeige.
12. Abdruckhöhe von Anzeigen: Sind keine besonderen Größen vereinbart oder vorgegeben, wird die Anzeige mit der für eine solche Anzeige üblichen Höhe abgedruckt und berechnet. Weicht bei einer fertig angelieferten Druckunterlage die Abdruckhöhe von der bestellten Abdruckhöhe im Auftrag ab, gilt das Maß der in Abdruck gebrachten Anzeighöhe.
13. Haftung für den Inhalt der Anzeige: Der Auftraggeber ist für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der Anzeige verantwortlich. Er stellt den Verlag von allen Ansprüchen Dritter aus der Veröffentlichung der Anzeige frei, einschließlich der Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung. Der Verlag ist nicht zur Prüfung verpflichtet, ob ein Anzeigenauftrag die Rechte Dritter beeinträchtigt. Wird der Verlag z. B. durch gerichtliche Verfügung zum Abdruck einer Gegendarstellung o. Ä. verpflichtet, hat der Auftraggeber der betreffenden Anzeige dafür auch die Kosten nach der gültigen Anzeigenpreisliste zu tragen.
14. Anzeigenbeleg: Der Verlag liefert mit der Rechnung ein Original-Belegheft, bei Kleinanzeigen eine Kopie der Anzeigenseite. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, tritt an seine Stelle eine Bescheinigung des Verlags über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.
15. Chiffreanzeigen: Zuschriften auf Chiffreanzeigen werden vier Wochen nach Veröffentlichung der Anzeige zur Abholung bereitgehalten bzw. dem Auftraggeber auf normalem Postwege zugesandt (auch wenn es sich um Express- oder Einschreibesendungen handelt) bzw. im Falle von E-Mails weitergeleitet. Nach Ablauf dieser Frist werden die Zuschriften vernichtet. Zuschriften mit einem Gewicht von mehr als 500 Gramm oder einem größeren Format als DIN A4 sowie Waren-, Bücher-, Katalog- und Werbesendungen sowie Päckchen/Pakete sind von der Weiterleitung ausgeschlossen und werden nur zur Abholung aufbewahrt. Der Verlag behält sich insbesondere vor, offensichtlich gewerbliche Offerten nicht weiterzuleiten und zu vernichten. Der Auftraggeber kann den Verlag berechtigen, Zuschriften anstelle und im erklärten Einverständnis des Auftraggebers zu öffnen.
16. Anzeigenrechnungen sind innerhalb von 14 Tagen nach Rechnungserhalt ohne jeden Abzug zu bezahlen, sofern nichts anderes vereinbart ist. Bei Zahlungsverzug werden sämtliche offenstehenden Rechnungen bzw. Nachberechnungen zur sofortigen Zahlung fällig. Bei Stundung oder Zahlungsverzug werden Zinsen entsprechend § 288 BGB berechnet. Mahn- und Inkassokosten, die durch Zahlungsverzug entstehen, trägt der Auftraggeber. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung eines laufenden Auftrags bis zur Bezahlung zurückstellen und Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Gesamtabschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen abweichend von einem ursprünglich vereinbarten Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Anzeigenentgelts und vom Ausgleich offener Rechnungsbeträge abhängig zu machen. Der Verlag ist berechtigt, fehlerhafte Anzeigenrechnungen innerhalb von sechs Monaten nach Rechnungsstellung zu korrigieren.
17. Satzkosten: Kosten für die Anfertigung bestellter Vorlagen und Zeichnungen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen trägt der Auftraggeber.
18. Abweichende Preise: Für Anzeigen in Verlagsbeilagen und redaktionell gestaltete Anzeigen, Anzeigen in Sonderveröffentlichungen sowie für Anzeigen, welche nach Anzeigenschluss verkauft werden, kann der Verlag von der Preisliste abweichende Preise festlegen.
19. Gewährleistung: Reklamationen müssen vom Auftraggeber bei offensichtlichen Mängeln spätestens innerhalb von zwei Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden. Nicht offensichtliche Mängel muss der Auftraggeber spätestens ein Jahr nach Veröffentlichung der entsprechenden Druckschrift reklamieren. Bei fehlerhaftem Abdruck einer Anzeige, trotz rechtzeitiger Lieferung einwandfreier Druckunterlagen und rechtzeitiger Reklamation, kann der Auftraggeber den Abdruck einer einwandfreien Ersatzanzeige (Nacherfüllung) verlangen. Der Anspruch auf Nacherfüllung ist ausgeschlossen, wenn dies für den Verlag mit unverhältnismäßigen Kosten verbunden ist. Lässt der Verlag eine ihm gesetzte angemessene Frist verstreichen, verweigert er die Nacherfüllung, ist die Nacherfüllung dem Auftraggeber nicht zumutbar oder schlägt sie fehl, so hat der Auftraggeber das Recht, vom Vertrag zurückzutreten oder Zahlungsminderung in dem Ausmaß geltend zu machen, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Gewährleistungsansprüche von Kaufleuten als Auftraggeber verjähren 12 Monate nach Veröffentlichung der entsprechenden Anzeige oder Beilage.
20. Haftung: Der Verlag haftet für vorsätzlich oder grob fahrlässig verursachte Schäden, für Schäden aus schuldhafter Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit sowie für Schäden aufgrund mindestens leicht fahrlässiger Verletzung einer Pflicht, die für die Erreichung des Vertragszwecks von wesentlicher Bedeutung ist (Kardinalspflicht). Die Schadenersatzpflicht ist – abgesehen von der Haftung für Vorsatz und schuldhafter Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit – auf den vorhersehbaren, typischerweise eintretenden Schaden begrenzt. Im Übrigen sind Schadenersatzansprüche gegen den Verlag unabhängig vom Rechtsgrund ausgeschlossen. Soweit die Haftung des Verlags nach den vorstehenden Regelungen ausgeschlossen oder beschränkt ist, gilt dies auch für die persönliche Haftung ihrer Organe, Arbeitnehmer, Vertreter und Erfüllungsgehilfen. Die Haftung nach dem Produkthaftungsgesetz bleibt unberührt. Schadenersatzansprüche gegen den Verlag verjähren, abgesehen von Ansprüchen aus unerlaubter oder vorsätzlicher Handlung, in 12 Monaten nach dem Zeitpunkt, in dem der Auftraggeber von den anspruchsbegründenden Umständen Kenntnis erlangt hat oder hätte erlangen müssen.
21. Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen gegenüber den Werbungstreibenden an die Preisliste des Verlags zu halten. Die vom Verlag gewährte Vermittlungsprovision errechnet sich aus dem dem Auftraggeber berechneten Nettopreis, also nach Abzug von Rabatt, Boni und Mängelnachlass. Die Vermittlungsprovision i. H. von 10 % fällt nur bei Vermittlung von Aufträgen Dritter an. Sie wird nur an vom Verlag anerkannte Werbeagenturen vergütet unter der Voraussetzung, dass der Auftrag unmittelbar von der Werbeagentur erteilt wird, ihr die Beschaffung der fertigen und druckreifen Druckunterlagen obliegt und eine Gewerbeanmeldung als Werbeagentur vorliegt. Dem Verlag steht es frei, Aufträge von Werbeagenturen abzulehnen, wenn Zweifel an der berufsmäßigen Ausübung der Agenturtätigkeit oder der Bonität der Werbeagentur bestehen. Anzeigenaufträge durch Werbeagenturen werden in deren Namen und auf deren Rechnung erteilt. Soweit Werbeagenturen Aufträge erteilen, kommt der Vertrag daher im Zweifel mit der Werbeagentur zustande, vorbehaltlich anderer schriftlicher Vereinbarungen. Soll ein Werbungstreibender Auftraggeber werden, muss er von der Werbeagentur namentlich benannt werden. Der Verlag ist berechtigt, von der Werbeagentur einen Mandatsnachweis zu verlangen.
22. Speicherung von Auftraggeberdaten: Der Verlag speichert im Rahmen der Geschäftsbeziehungen die Daten des Auftraggebers mithilfe der elektronischen Datenverarbeitung.
23. Schlussbestimmungen: Sollten eine oder mehrere Bestimmungen des Anzeigenauftrags/dieser AGB unwirksam sein oder werden, so wird dadurch die Gültigkeit der übrigen Bestimmungen nicht berührt. Eine unwirksame Bestimmung wird vielmehr im Wege der ergänzenden Vertragsauslegung durch eine solche Regelung ersetzt, die dem von den Vertragsparteien mit der unwirksamen Bestimmung verfolgten wirtschaftlichen Zweck möglichst nahe kommt. Entsprechendes gilt für die Ausfüllung etwaiger Regelungslücken. Erfüllungsort ist Mannheim als Sitz des Verlags. Gerichtsstand für Klagen gegen Kaufleute, juristische Personen des öffentlichen Rechts oder öffentlich-rechtliche Sondervermögen ist der Sitz des Verlags. Es gilt deutsches Recht unter Ausschluss des UN-Kaufrechts.