

Unser Gesundheitssystem ist im Wandel – ein zweiter, selbstfinanzierter Gesundheitsmarkt entwickelt sich und gilt seit einigen Jahren als »der« Zukunftsmarkt schlechthin. Nicht nur die demografische Entwicklung sondern auch die Zunahme sogenannter »Zivilisationskrankheiten« und nicht zuletzt der rasante medizinische Fortschritt, der kaum noch finanzierbar ist, zwingen zu einem Paradigmenwechsel hin zu mehr Vorsorge und Eigenverantwortung. Medical Wellness beschreibt in diesem Markt nur einen kleinen aber wesentlichen Bereich, der in der Lage ist, die guten Seiten aus moderner Medizin und zeitgemäßer Wohlfühlindustrie zu verbinden. Wir reden heute über nachhaltige Anwendungen mit medizinischer Wirkung, die von qualifiziertem Personal in einer Wohlfühlumgebung angeboten werden.

Unser Magazin hat die Diskussion um den Begriff, um die Möglichkeiten der Branche um sinnvolle Anwendungen und

vergleichbare Qualitätsstandards nicht nur begleitet, sondern in wesentlichen Punkten auch vorangetrieben. Seit der Nullnummer, die als schmales Heftchen zum ersten Medical Wellness-Kongress im Januar 2007 erschienen ist, hat es sich zu einem ernst genommenen und häufig zitierten Branchenmagazin entwickelt. Unser Ziel war stets, die Idee »Medical Wellness« voranzubringen und allen relevanten Akteuren, Anwendern, Investoren und Produkthanbietern eine Plattform für Wissenszuwachs, Erfahrungsaustausch und Präsentation zu bieten. Wir wollten Fragen aufwerfen und Antworten geben, wollten relevante Bereiche beschreiben, Innovationen vorstellen und Empfehlungen geben.

Dies ist uns mit jeder Ausgabe besser gelungen – offenbar sogar in Richtung der Endkunden. Seit unserer ersten Leserbefragung aus dem Sommer 2008 wissen wir, dass rund 46 Prozent unserer Leser



ein eher privates Interesse an Medical Wellness haben. Dieser hohe Anteil an »Endkunden« hat uns zwar überrascht, ist aber eigentlich nicht verwunderlich: Es gibt kein anderes deutschsprachiges Magazin, welches sich ausschließlich und derart tiefgehend mit Möglichkeiten, Inhalten und Erfahrungen von Medical Wellness auseinandersetzt. Sowohl der Medical Wellness Anbieter als auch dessen Gast wollen nicht nur umworben sondern auch kompetent informiert werden. Beide wollen verstehen, was sie wie und warum tun können und akzeptieren nicht nur die entsprechenden Empfehlungen, Erfahrungsberichte und Hintergrundinformationen sondern erwarten sie sogar. Themenrelevante Werbung gehört da unbedingt dazu und genießt eine außerordentlich hohe Akzeptanz.

Steffen Wilbrandt,
Chefredakteur

Auflage und Verbreitung

Erscheinungsweise:

sporadisch, 4 Ausgaben pro Jahr

Copypreis:

Heftpreis: 6,80 €
Einzelheft-Bestellung zzgl. Versand,
Jahres-Abo: 24,00 € inkl. Versand,
ermäßigt 18,00 € inkl. Versand.

Für Inserenten, Anbieter, Fachbibliotheken, DMWV-Mitglieder und Großabnehmer (Praxen und Unternehmen, die das Magazin an ihre Kunden weitergeben möchten) gelten Sonderkonditionen beim Bezug.

Druckauflage:

5.000 Exemplare (mindestens, aktions- bzw. veranstaltungsbedingt mitunter höhere Auflage)

Verbreitung:

(Stand 02/2009)

- Einzelverkauf: ca. 160
- Kaufabonnements: 143
- Freiabonnements:
DMWV und andere
Fachverbände 231
Institutionen, pol. Einrichtungen
Bibliotheken 56
Medienvertreter 139
- kostenlose Verteilung:
regelmäßig:
Fördermitglieder DMWV: 1.600
Fachveranstaltungen: ca. 2.500
(Messen, Kongresse, Tagungen)
sporadisch:
Beileger in anderen Medien

Streuung*:

ca. 46 % Endkunden (privates Interesse)
und 54 % Branchenvertreter (dienstl.
Interesse) davon 61 % Entscheider
(Top + gehobenes Management)
*lt. Leserbefragung, vgl. S.9

Reichweite*:

- Deutschland: 88 %
- Österreich: 7 %
- Schweiz: 3 %
- andere: 2 %

- Leser pro Ausgabe*: 1,78
(*lt. Leserbefragung, vgl. S.8 f)

Geschäftsbedingungen:

Aufträge werden zu den Allgemeinen Geschäftsbedingungen für Anzeigen und Fremdbeilagen in Zeitungen und Zeitschriften und den zusätzlichen Geschäftsbedingungen des Verlages ausgeführt. (Seite 11)

Themen und Termine

Anliegen des Magazins ist es relevante Themen, Innovationen und Anbieter aus Medical und Wellness möglichst umfassend vorzustellen, ihren Bezug zur Branche aufzuzeigen und möglichst kontrovers zu diskutieren. Bewährt hat sich hierbei die Konzentration auf ein Schwerpunktthema pro Heft. Dies gibt uns und unseren Lesern die Möglichkeit sich sehr intensiv mit dem jeweiligen Thema auseinanderzusetzen und es von verschiedenen Seiten zu beleuchten.

Dennoch verstehen wir uns nicht als monothematisches Magazin. In jeder Ausgabe stellen wir Trends, Hintergrundinformationen, neue Anbieter und zunehmend konkrete Empfehlungen für den Endkunden zusammen. Einen großen Stellenwert nehmen auch ausführliche Ergebnisberichte diverser Fachveranstaltungen ein, als deren Partner wir uns verstehen.

2007

- **Zertifizierung**
Nr. 01/2007* (Januar 2007)
- **Gesundheitstourismus**
Nr. 02/2007 (März 2007)
- **Medical Wellness Qualität**
Nr. 03/2007* (Mai 2007)
- **Personal und Ausbildung**
Nr. 04/2007 (Juli 2007)
- **Medizin und Lebensführung**
Nr. 05/2007 (September 2007)
- **Medical Wellness Hotels**
[Praxis-Sonderheft]
Nr. 06/2007* (November 2007)
(*nicht mehr lieferbar!)

2008

- **Medical Wellness Reisen**
Nr. 01/2008 (März 2008)
- **Therapien und Anwendungen**
Nr. 02/2008 (Mai 2008)
- **Bewegung und Ernährung**
Nr. 03/2008 (Dezember 2008)
- **Management und Planung**
Nr. 04/2008 (März 2009)

2009

- **Day-Spas und Thermen**
[Praxis-Sonderheft]
Nr. 01/2009 (Mai 2009)
- **Medical Beauty**
Nr. 02/2009 (Juli 2009)
- **Corporate Health**
Nr. 03/2009 (Oktober 2009)
- **Anti Aging**
Nr. 04/2009 (Dezember 2009)

2010

- **Gesundheitstourismus**
Nr. 01/2010 (Februar 2010)
- **Salutogenese**
Nr. 02/2010 (Mai 2010)
- **Medical Fitness**
Nr. 03/2010 (September 2010)
- **Entspannung und Besinnung**
Nr. 04/2010 (November 2010)

Die konkreten Erscheinungs- und Schlusstermine erfragen Sie bitte im Verlag!

Preise und Formate

Anzeigenpreise

- **2/1 Seite** 2.853 €
384 x 215 mm bis abfallend
- **1/1 Seite standard** 1.848 €
① 175 x 215 mm
- **1/1 Seite plus** 2.044 €
② >175 x 215 bis abfallend
- **1/2 Seite** 1.058 €
③ 85 x 215; ④ 175 x 105 mm
- **2/3 Seite** 1.312 €
⑤ 115 x 215, ⑥ 175 x 141 mm
- **3/4 Seite** 1.445 €
⑦ 175 x 160 mm
- **1/3 Seite** 829 €
⑧ 55 x 215, ⑨ 175 x 68 mm,
⑩ 115 x 105 mm
- **1/4 Seite** 697 €
⑪ 85 x 105; ⑫ 175 x 50 mm
- **1/6 Seite** 465 €
55 x 105; 85 x 68 mm
- **1/8 Seite** 350 €
85 x 50
- **1/9 Seite** 307 €
55 x 68 mm

- **U2+U3** (mind. 1/2 Seite) + 20 %
- **U4** (mind. 1/2 Seite) . . . + 40 %

- **Beileger:**
max. 205 x 268 mm,
bis 25 g. 108,00 €
pro angefangene 1.000
Exemplare zzgl. Postgebühr

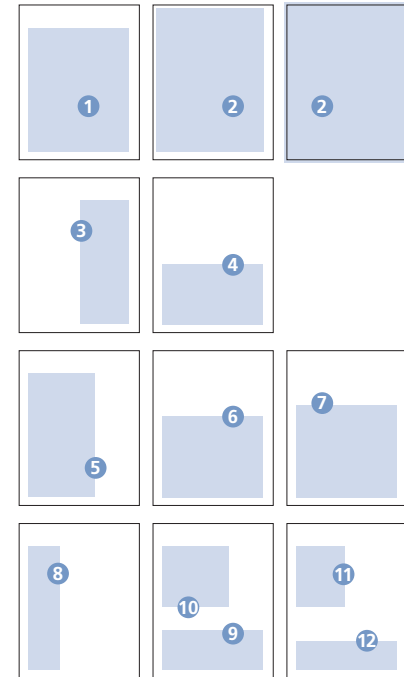
Alle Maßangaben Breite x Höhe!
Alle Preise netto, zuzüglich MwSt!

Platzierungswünsche werden
nach Möglichkeit berücksichtigt.
Ein Bunddurchdruck ist jederzeit
möglich.

Sonderwerbformen

Wir sind ausdrücklich an Sonderwerb-
formen (Beileger, Beihefter, Lesezei-
chen, Umschläge, Banderolen, Sonderseiten,
Spezialpapiere, Sonderfarben usw.) in-
teressiert, die wir Ihnen gern individuell
kalkulieren und günstig anbieten!
Rufen Sie uns einfach an!

Anzeigenformate:



Rabatte und Anzeigenkombis

Rabatte, Provisionen:

- **Mal- und Mengenstaffel:**
3x = 5 %; 6x = 12 %; 12x = 20 %
- **Mitgliedsrabatt:** 25 %
für die »ArGe Medical Wellness«
(Bio-Hotels, British International
Spa Association (BISA), Deutscher
Medical Wellness Verband e.V.
(DMWV), Deutscher Heilbäder-
verband, Heilbäderverband Baden-
Württemberg, med in Germany
e.V., Wellness-Hotels-Deutschland,
Verband Deutscher Kurörtlicher
Betriebe e.V.)
- **Agenturvergütung:**
15 % AE

Werbekombination:

Anzeigen können auf Wunsch
zusätzlich auf unserer Website
www.mw-magazin.de präsentiert bzw.
in die dort verfügbaren PDF-Leseproben
integriert werden.

Es bestehen Partnerschaften
mit zahlreichen Print- und Online-
Medien. Wir gewähren Ihnen 10%
Kombirabatt bei gemeinsamer
Werbung in

- **Medical Wellness** und

Print:

- **Wellness&Care**
Das Magazin für
die Wellnessbranche
- **Das Web-Adressbuch
für Deutschland**
Die 6.000 wichtigsten
deutschen Internet-Adressen
m.w. Verlag

Online:

- **Stadtplan Gesundheit**
www.stadtplan-gesundheit.de
- **Body meets Beauty**
www.medical-wellness-info.com
www.wellness-branchenfuehrer.de
www.kosmetik-branchenfuehrer.de
www.fitness-branchenfuehrer.de
www.die-top-100.com
- **SPANESS** · Business Meets Paradise
Der informative und gut strukturierte
Überblick über exklusive Erlebnis-
und Entspannungsorte im Internet.
www.spaness.de

TV:

- **ihre.gesundheit.tv**
Das TV-Magazin für Ihre
Gesundheit in Berlin

Technische Angaben

Format:

Heftformat: 210 x 270 mm
Satzspiegel: 175 x 215 mm
zwei- und dreispaltig

Druckverfahren:

Gedruckt wird im vierfarbigen Bogen-Offset nach Euroscala, 60er Raster, auf ein matt gestrichenes Bilderdruckpapier. Sonderfarben werden entsprechend separiert oder extra berechnet!

Druckunterlagen:

Schriftlicher Auftrag per Post, Fax oder E-Mail an die Anzeigenabteilung mit Hinweis auf die Datenübertragung (Datenträger, Mail, FTP) und den Dateinamen der Druckvorlage.

Daten:

möglichst PDF, sonst Tiff, EPS in der entsprechenden Offsetsauflösung für 60er Raster. JPG ohne Garantie für Bildqualität. Schriften einbinden oder in Zeichenwege wandeln.
Gepackte Dateien (.sit, .sea, .zip) können bearbeitet werden. Offene Daten auf Anfrage. Corel-Draw oder Microsoft-Office-Dokumente nicht möglich.

Farbproof:

Für Farbanzeigen benötigen wir ein Proof auf Bilderdruckpapier mit messbarem Kontrollstreifen. Das Farb-Proof gilt nur dann als farbverbindlich, wenn z.B. ein Ugra/FOGRA-Medienkeil CMYK darauf vorhanden ist und dabei die vorgesehenen CIELAB-Werte im Rahmen der Toleranzen eingehalten sind. Andernfalls kann keine Garantie für die Farbtreue übernommen werden.

Begleitfax: bzw. Info-Datei (Text-Dokument) mit folgenden Angaben an Telefax: 0 30 / 81 87 31 49 bzw. E-Mail: anzeigen@comnet-verlag.de:

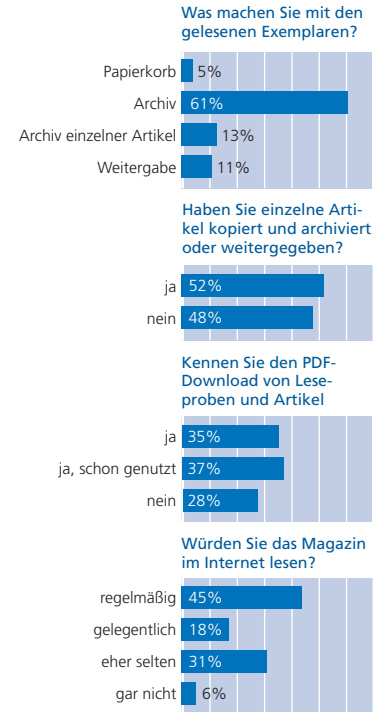
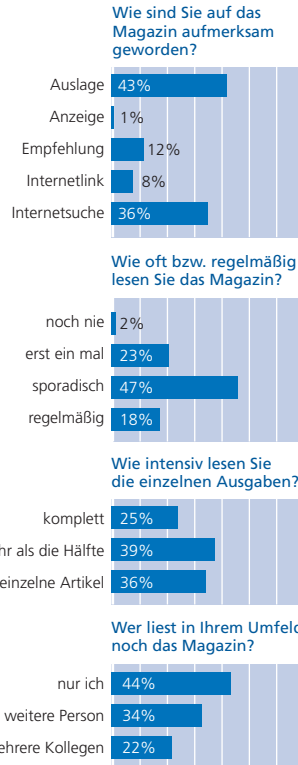
- Auftraggeber/Anzeigenkunde
- Auftragsdatum
- Ansprechpartner und Telefonnummer für Rückfragen,
- Ausgabe, Heftnummer,
- Größe und Farbigkeit der Anzeige,
- Programmversion, mit der die Datei erstellt wurde.

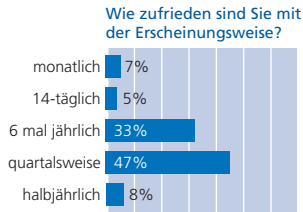
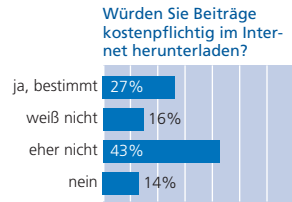
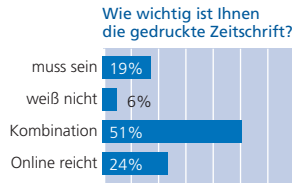
Datenübertragung: Die Datei bzw. den Ordner mit allen Dateien benennen Sie bitte wie folgt: Kunde + Heftnummer + ggf. Auftragsnummer des Verlages z.B. Kunde_01/07_1234/06 und schicken Sie an:
Post: Eichenstraße 3b · 12435 Berlin
E-Mail: anzeigen@comnet-verlag.de bzw. per FTP auf unseren Server.
Die nötigen Login-Daten erfragen Sie bitte im Verlag.

Leserprofil

Im Sommer 2008 haben wir eine erste Leserbefragung durchgeführt. Ziel war es, nicht nur mehr über die Zusammensetzung unserer Leserschaft zu erfahren, sondern auch eine Resonanz auf unser Magazin zu erhalten, mögliche Veränderungspotenziale aufzuzeigen und allgemeine Einstellungen zu Medical Wellness abzufragen.

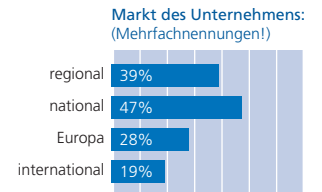
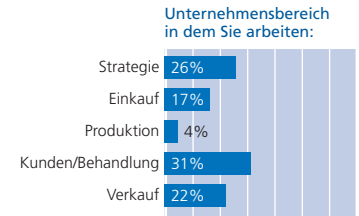
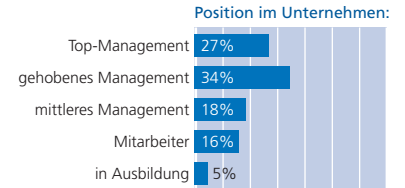
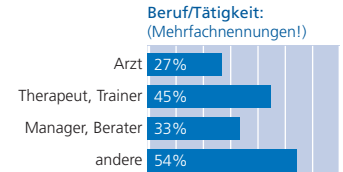
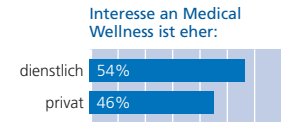
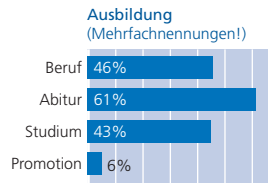
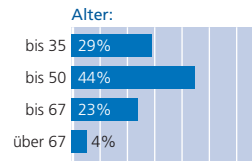
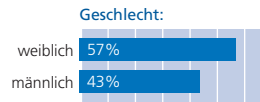
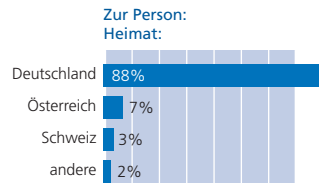
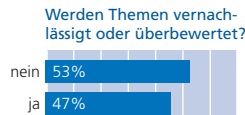
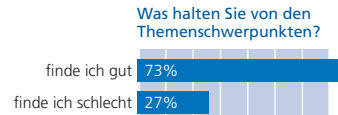
Sie finden nebenstehend einige Ergebnisse in Prozent.
(100 % = Gesamtheit aller Antworten bis Februar 2009) Die vollständigen Ergebnisse und den zugehörigen Fragebogen können Sie im Internet unter www.mw-magazin.de/169.html einsehen bzw. herunterladen.





Wie bewerten Sie das Magazin in Bezug auf:

Schulnoten	1	2	3	4	5	6
Themenauswahl	31	41	12	9	4	3
Aktualität	7	18	24	19	20	12
Relevanz	12	34	19	15	7	13
Kompetenz	17	23	24	20	9	7
Länge der Artikel	8	17	34	16	13	12
Verständlichkeit	21	28	19	14	10	8
grafische Gestaltung	22	34	8	24	9	3
Umfang	12	28	30	17	6	7
Preis	2	16	17	33	23	9



Geschäftsbedingungen

Allgemeine Geschäftsbedingungen

■ **01** Anzeigenauftrag im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen sowie Fremdbeilagen eines Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten in einer Druckschrift zum Zweck der Verbreitung. ■ **02** Anzeigen sind im Zweifel zur Veröffentlichung innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzurufen. ■ **03** 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. ■ **04** 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 höhere Gewalt im Risikobereich des Verlags und seiner Zulieferer beruht. ■ **05** Aufträge für Anzeigen und Fremdbeilagen, die erklärtermaßen ausschließlich in bestimmten Ausgaben oder 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. ■ **06** 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. ■ **07** Der Verlag behält sich vor, Anzeigen- und Beilagenaufträge wegen des In-

halts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Verlages bzw. der Schriftleitung 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 Vertretern aufgegeben werden. Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Musters 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. ■ **08** 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. ■ **09** 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 Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Schadensersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsabschluss und unerlaubter Handlung sind – auch bei telefonischer Auftragserteilung – ausgeschlossen; Schadensersatzansprüche 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 Geschäftsverkehr 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 Anzeigenentgelts beschränkt. Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden. ■ **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 innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden. ■ **11** Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt. ■ **12** Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung sofort nach Veröffentlichung der Anzeige übersandt. Die Rechnung ist innerhalb der ersichtlichen vom Empfang der Rechnung an laufenden Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zahlungsfrist vereinbart ist. ■ **13** 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 offestehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen. ■ **14** Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch ein Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages werden Anzeigenausschnitte, Belegseiten oder vollständige Belegnummern geliefert. ■ **15** Aus einer Auflagenminderung kann nach Maßgabe des Satzes 2 bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preiserminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die Garantieauflage unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preiserminderung berechtigender Mangel, wenn sie mindestens 20 % beträgt. Eine Auflagenminderung aus Gründen des Punkt 18 bleibt unberücksichtigt. Als Garantieauflage gilt 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 vorausgegangenen Kalenderjahres. Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preiserminderungsansprüche ausgeschlossen, wenn die ComNet GmbH dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Vertrag zurücktreten konnte. ■ **16** Kosten für die Anfertigung bestellter Druckunterlagen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen. ■ **17** Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages. ■ **18** Bei Betriebsstörungen oder in Fällen höherer Gewalt, illegalem Arbeitskampf,

rechtswidriger Beschlagnahme, Verkehrsstörungen, allgemeiner Rohstoff- oder Energieverknappung und dergleichen – sowohl im Betrieb der ComNet GmbH als auch in fremden Betrieben, derer sich die ComNet GmbH zur Erfüllung seiner Verbindlichkeiten bedient – hat die ComNet GmbH Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen, wenn das Verlagsobjekt mit 80% der im Durchschnitt der letzten vier Quartale verkauften oder auf andere Weise zugesicherten Auflage von der ComNet GmbH ausgeliefert worden ist. Bei geringeren Verlagsauslieferungen wird der Rechnungsbetrag im gleichen Verhältnis gekürzt, in dem die garantierte verkaufte oder zugesicherte Auflage zur tatsächlich ausgelieferten Auflage steht. ■ **19** Gerichtsstand und Erfüllungsort ist Berlin.

Zusätzliche Geschäftsbedingungen

■ **20** Die Werbemittler und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungstreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Mittlungsvergütung darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden. ■ **21** Die allgemeinen und die zusätzlichen Geschäftsbedingungen des Verlages gelten sinngemäß auch für Aufträge über Beikleber, Beihefeter oder technische Sonderausführungen. Jeder Auftrag wird erst nach schriftlicher Bestätigung durch den Verlag rechtsverbindlich. ■ **22** Preisänderungen (Preisermäßigungen, Änderungen der Rabattstaffel, Preiserhöhungen) gelten vom Tag des Inkrafttretens der neuen Preisliste an, auch für laufende Abschlüsse. Für Preiserhöhungen steht dem Auftraggeber das Recht der Entscheidung über die Fortführung des Auftrages zu. Die Entscheidung ist dem Verlag rechtzeitig mitzuteilen. ■ **23** Der Auftraggeber trägt allein die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Insertion zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen. Dem Auftraggeber obliegt es, den Verlag von Ansprüchen Dritter freizustellen, die diesen aus

der Ausführung des Auftrags (auch wenn er storniert sein sollte) gegen den Verlag erwachsen. Der Verlag ist nicht verpflichtet, Aufträge und Anzeigen daraufhin zu prüfen, ob durch sie Rechte Dritter beeinträchtigt werden. Erscheinen stornierte Anzeigen, so stehen auch dem Auftraggeber daraus keinerlei Ansprüche gegen den Verlag zu. ■ **24** Sind etwaige Mängel bei den Druckunterlagen nicht sofort erkennbar und werden diese erst beim Druckvorgang deutlich, so hat der Auftraggeber bei ungenügendem Abdruck keine Ansprüche. Seine Zahlungspflicht für diese Anzeige besteht weiter. ■ **25** Bei Betriebsstörungen oder Eingriffen durch höhere Gewalt (z.B. Arbeitskämpfe, Beschlagnahme oder dgl.) hat der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen, wenn die Aufträge mit 80% der garantierten verkauften Auflage erfüllt sind. Geringere Leistungen sind nach dem Tausender-Seitenpreis gemäß der im Tarif genannten verkauften Auflage zu bezahlen. ■ **26** Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Erscheinen der jeweiligen Anzeige. ■ **27** Beilagen für Zeitschriften müssen spätestens 14 Tage vor dem Beilegetermin dem Verlag vorliegen. Bei nicht rechtzeitig eingetroffenen Beilagen sind die dem Verlag entstandenen Kosten vom Auftraggeber zu ersetzen. ■ **28** Bei fernmündlich aufgegebenen Bestellungen und Änderungen übernimmt der Verlag keine Haftung für die Richtigkeit der Wiedergabe. Abbestellungen und Änderungen müssen schriftlich erfolgen und spätestens zum Anzeigenschluss bzw. Rücktrittstermin der betreffenden Ausgabe dem Verlag vorliegen. Für bereits gesetzte Anzeigen werden Satzkosten berechnet.

ComNet Company-Network und Verlags GmbH
Stand: September 2007

medical wellness
02/2007

Das Branchenmagazin



Gesundheits-Tourismus

Der große Gesundheitsboom ist da: Immer mehr Menschen sind bereit, Geld zu investieren und den Körper zu entspannen. Die meisten von ihnen sind allerdings nicht ohne Gefahr, was sie angeht. Ein großer Vorteil der Gesundheits-Touristen ist die Möglichkeit, sich in einem anderen Land zu entspannen und dabei die Natur zu genießen. Die meisten von ihnen sind allerdings nicht ohne Gefahr, was sie angeht. Ein großer Vorteil der Gesundheits-Touristen ist die Möglichkeit, sich in einem anderen Land zu entspannen und dabei die Natur zu genießen.

Der große Gesundheitsboom ist da: Immer mehr Menschen sind bereit, Geld zu investieren und den Körper zu entspannen. Die meisten von ihnen sind allerdings nicht ohne Gefahr, was sie angeht. Ein großer Vorteil der Gesundheits-Touristen ist die Möglichkeit, sich in einem anderen Land zu entspannen und dabei die Natur zu genießen.

medical wellness
03/2007

Das Branchenmagazin



Medical-Wellness-Qualität

Die Gesundheitsbranche ist in den letzten Jahren sehr aktiv. Die meisten von ihnen sind allerdings nicht ohne Gefahr, was sie angeht. Ein großer Vorteil der Gesundheits-Touristen ist die Möglichkeit, sich in einem anderen Land zu entspannen und dabei die Natur zu genießen.

Die Gesundheitsbranche ist in den letzten Jahren sehr aktiv. Die meisten von ihnen sind allerdings nicht ohne Gefahr, was sie angeht. Ein großer Vorteil der Gesundheits-Touristen ist die Möglichkeit, sich in einem anderen Land zu entspannen und dabei die Natur zu genießen.

medical wellness
04/2007

Das Branchenmagazin



Personal und Ausbildung

Die Gesundheitsbranche ist in den letzten Jahren sehr aktiv. Die meisten von ihnen sind allerdings nicht ohne Gefahr, was sie angeht. Ein großer Vorteil der Gesundheits-Touristen ist die Möglichkeit, sich in einem anderen Land zu entspannen und dabei die Natur zu genießen.

Die Gesundheitsbranche ist in den letzten Jahren sehr aktiv. Die meisten von ihnen sind allerdings nicht ohne Gefahr, was sie angeht. Ein großer Vorteil der Gesundheits-Touristen ist die Möglichkeit, sich in einem anderen Land zu entspannen und dabei die Natur zu genießen.

medical wellness
05/2007

Das Branchenmagazin



Medizin + Lebensführung

Die Gesundheitsbranche ist in den letzten Jahren sehr aktiv. Die meisten von ihnen sind allerdings nicht ohne Gefahr, was sie angeht. Ein großer Vorteil der Gesundheits-Touristen ist die Möglichkeit, sich in einem anderen Land zu entspannen und dabei die Natur zu genießen.

Die Gesundheitsbranche ist in den letzten Jahren sehr aktiv. Die meisten von ihnen sind allerdings nicht ohne Gefahr, was sie angeht. Ein großer Vorteil der Gesundheits-Touristen ist die Möglichkeit, sich in einem anderen Land zu entspannen und dabei die Natur zu genießen.

Verlag und Anzeigenmarketing:

ComNet
Company-Network und Verlag GmbH
Eichenstraße 3b · 12435 Berlin
Telefon: 0 30 / 81 87 35 10 · Fax: 81 87 31 49
E-Mail: kontakt@comnet-verlag.de

Redaktion:

Steffen Wilbrandt (Chefredakteur)
Telefon: 0 30 / 81 87 35 10
E-Mail: redaktion@mw-magazin.de