

# MEDIADATEN 2023

## ARZT & WIRTSCHAFT Sonderproduktionen

PRINT · PREISLISTE AB 1. JANUAR 2023



- Allgemeinärzte,  
Praktiker und Internisten
- Dermatologen
- Gynäkologen
- Orthopäden/  
Rheumatologen
- Pädiater
- Urologen

## Sonderproduktionen

Neben der Versorgung von Patienten müssen niedergelassene Ärztinnen und Ärzte für reibungslose Abläufe in ihrer Praxis sorgen und ihr Wissen auf dem aktuellen Stand halten.

**ARZT & WIRTSCHAFT** unterstützt sie dabei seit mehr als 55 Jahren mit kompakten, nutzwertigen und fundierten Informationen rund um die Themen Medizin, Abrechnung und Praxisführung.

Nutzen Sie die ARZT & WIRTSCHAFT Sonderproduktionen, um Ihre Botschaften gezielt bei unseren Leserinnen und Lesern zu platzieren. Mit E-Lizenzen und Sonderdrucken, die Sie Ihrem Außendienst an die Hand geben oder auf Ihrem Kongressstand auslegen können, haben Sie außerdem die Möglichkeit Ihre Reichweite zu verlängern.

Auf Basis Ihres Briefings erstellt unsere Redaktion die Inhalte und übernimmt die Haftung im Sinne des Presserechts. Auf den folgenden Seiten können Sie sich eine Übersicht über unser Portfolio verschaffen.

Gerne beraten wir Sie auch persönlich, welches Format am besten zu Ihrem individuellen Kommunikationsanlass passt.



**Sicherheit bei  
Therapie,  
Verordnung  
und Abrechnung**



## VERLAGSANGABEN

**Verlag:**  
MedTriX GmbH, Justus-von-Liebig-Str. 1  
86899 Landsberg am Lech  
Telefon: siehe Ansprechpartner  
Internet: [www.arzt-wirtschaft.de](http://www.arzt-wirtschaft.de)  
E-Mail: siehe Ansprechpartner

**Bankverbindung:**  
HVB / UniCredit Bank AG  
IBAN: DE12 7002 0270 0015 7644 62  
BIC: HYVEDEMMXXX

**Zahlungsbedingungen:**  
netto innerhalb 30 Tage nach Rechnungsdatum  
bei Vorauszahlung 2 % Skonto, bei Bankeinzug 3 % Skonto

**Mehrwertsteuer:**  
Alle Preise verstehen sich zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer. Gemäß den gesetzlichen Bestimmungen wird der jeweils gültige Mehrwertsteuersatz gesondert auf der Rechnung ausgewiesen. USt-IdNr.: DE 206 862 684

**AE-Provision:** 10 %

**Mitgliedschaften:** LA-MED

- RX-Präparate
- OTC-Produkte
- fester Bestandteil des Heftes
- Verlagsbeilage

# THERAPIE-MAGAZIN

THERAPIE-MAGAZIN

## Schweres Asthma

### Biomarker weisen den richtigen Weg

Lässt sich schweres Asthma nicht kontrollieren, ist eine Phänotypisierung der Patienten sinnvoll. Vielen Asthma-Phänotypen und damit assoziierten Komorbiditäten liegt eine Typ-2-Inflammation zugrunde. Doch es gibt Möglichkeiten, der Entzündungsreaktion auf die Spur zu kommen und therapeutisch dagegen anzugehen.

**SIGNIFIKANTER EINFLUSS VON UNKONTROLLIERTEM ASTHMA AUF DIE LEBENSQUALITÄT**

Kategorie	Schwer kontrolliertes Asthma	Leichter kontrolliertes Asthma
Befindlichkeiten nicht vorhanden	12,2	2,8
Befindlichkeiten vorhanden	30	15,4
Verlust der Arbeitsproduktivität	34,3	19,3
Aktivität beeinträchtigt	43,4	21,1

Quelle: Med. each. Demery P et al. 2020

**PRAXIS-TIPP**

**Dupilumab im Praxisalltag**

- Indikation: Add-On-Erhaltungstherapie für Erwachsene und Jugendliche ab 12 Jahren bei schwerem Asthma mit Typ-2-Inflammation, gekennzeichnet durch eine erhöhte Anzahl der Eosinophilen im Blut und/oder erhöhte Werte für fraktioniertes exhaliertes Stickstoffmonoxid (FeNO), das trotz hochdosierter inhalativer Kortikosteroide (ICS) plus einem weiteren zur Erhaltungstherapie angewendeten Arzneimittel unzureichend kontrolliert ist.<sup>7-9</sup>
- GOP für FeNO-Messung: Die Messung von FeNO zur Indikationsstellung einer Therapie mit Dupilumab ist seit dem 1. April 2020 als Leistung im EBM (Einheitlicher Bewertungsmaßstab) aufgeführt. Pneumologen können in der Abrechnung die GOP (Gebührenordnungsposition) 13678 angeben, Pädiater mit der Zusatzweiterbildung Kinder-Pneumologie die GOP 04538. Die Sachkosten für Mundstücke und ggf. Sensoren werden über die GOP 40167 vergütet.<sup>10</sup>
- Rabattverträge mit Krankenkassen erleichtern Patienten den Zugang zu Dupilumab.

Bei 45 Prozent der Asthmapatienten in Europa ist die Erkrankung unkontrolliert.<sup>11</sup> Darunter leidet nicht nur die Lebensqualität der Betroffenen (s. Abb.),<sup>12-14</sup> Durch eine unzureichende Asthmakontrolle steigt auch das Risiko für Exazerbationen und eine Verschlechterung der Lungenfunktion, was wiederum eine Krankheitsprogression nach sich ziehen kann.<sup>15-18</sup> Bei unkontrolliertem persistierendem Asthma sollte in die Therapieentscheidung eine Charakterisierung anhand von Patienteneigenschaften, Kontrollmaßnahmen und quantifizierbaren Biomarkern einfließen.<sup>19</sup> Eine Typ-2-Inflammation liegt bei eosinophilem Asthma, allergischem Asthma und Mischformen vor.<sup>18</sup> Betroffen sind bis zu 83 Prozent der erwachsenen Asthmatiker.<sup>20-19</sup> Häufig finden sich Komorbiditäten, denen ebenfalls eine Typ-2-Inflammation zugrunde liegt. Dazu gehören beispielsweise die atopische Dermatitis, die allergische Rhinitis und die chronische Rhinosinusitis mit oder ohne Nasenpolypen.<sup>20</sup> Bei einer Typ-2-Inflammation werden die proinflammatorischen Interleukine (IL-) 4 und IL-13 überexprimiert. IL-4 und IL-13 sind unter anderem verantwortlich für den Eosinophilen-Transport in das Lungengewebe, die Atemwegsobstruktion und die bronchiale Hyperreaktivität sowie die IgE-Produktion.<sup>21-23</sup> Klinische Biomarker der Typ-2-Inflammation bei Asthma sind erhöhte IgE-Werte, erhöhte Eosinophilenwerte im Blut ( $\geq 150$  Zellen/ $\mu$ l) und/oder erhöhte FeNO-Werte (fractional exhaled nitric oxide  $\geq 20$  ppb).<sup>21-23</sup> Mit Dupilumab (Dupixent®) steht ein Biologikum zur Verfügung, das durch die alpha 2-Rezeptorblockade die Signalwege von IL-4 und IL-13 inhibiert. Dupilumab kann auch bei Komorbiditäten durch andere Typ-2-Erkrankungen wie atopischer Dermatitis und chronischer Rhinosinusitis mit Nasenpolypen angewendet werden.<sup>22-23</sup> Bei der Auswahl einer Therapieoption bei Typ-2-Asthma sollte das Vorhandensein weiterer Typ-2-Krankheiten abgeklärt werden. Im Sinne einer „Collateral Efficacy“ können diese Patienten von einem Mehrwert der dualen Rezeptorblockade mit Dupilumab profitieren<sup>24</sup>, so Prof. Marek Lommatzsch, Rostock. In der Phase-III-Studie QUEST mit 1.902 Patienten erzielte Dupilumab eine rasche Verbesserung der Lungenfunktion, weniger Exazerbationen und eine Verbesserung der Lebensqualität.<sup>11</sup>

**A&W-Literatur**

1. GBD 2019 Diseases and Injury Incidence and Prevalence Collaborators. Lancet 2019;390:1201-59
2. Price D et al. NPJ Prim Care Resp Med 2016; 24:14009
3. Doshi P et al. Eur Respir Rev 2019;19(16):150-7
4. O'Byrne PM et al. Am J Respir Crit Care Med 2009;179:191-201
5. Bai TR et al. Eur Respir J 2007;20(3):452-6
6. Global Initiative for Asthma (GINA). Global strategy for asthma management and prevention (2020 update). https://ginasthma.org/gina-report/ (letzter Zugriff: 02. Juli 2020)
7. Robinson D et al. Clin Exp Allergy 2017;47(2):169-75
8. Ray A et al. Am J Physiol Lung Cell Mol Physiol 2015;308(2):130-40
9. Sneyd J et al. Respir Res 2017;18(1):39
10. Peters MC et al. J Allergy Clin Immunol 2014; 133(2):300-94
11. Tsan T et al. Ann Allergy Asthma Immunol 2016; 116:31-42
12. Fachinformationen Dupixent® 200 mg / 300 mg Stand Dezember 2019
13. Castro M et al. N Engl J Med 2018;378(26): 2486-95
14. Kasselerlinische Bundesvereinigung Berlin, Einheitlicher Bewertungsmaßstab (EBM), 1. April 2020
- Sanofi Genzyme und Regeneron haben sich verpflichtet, die Erreichung neuer Medikamente für Patienten mit schweren Atemwegserkrankungen voranzutreiben.

Impressum für Sonderredaktion: Verantwortliche Redakteure (V.i.S.d.P.): Dr. med. Ulrich Karbach, 2023, Dr. Melanie Schlegel, 183  
Kasselerlinische Bundesvereinigung Berlin, Geschäftsstellen ARZT & WIRTSCHAFT, Justus-von-Liebig-Str. 1, 10899 Landberg, Telefon: 030 91 025-0.

Das THERAPIE-MAGAZIN ist unser Allrounder. Es eignet sich besonders, um Studienergebnisse und allgemeine Informationen zu Ihrem Produkt zu kommunizieren oder Awareness für ein Krankheitsbild zu schaffen. Auch für Kongressberichte oder Experten-Interviews ist unser THERAPIE-MAGAZIN das richtige Format. Im Praxistipp (optional) werden wichtige Hinweise zur Anwendung oder Verordnung Ihres Präparats hervorgehoben.

Preise € (Kundennetto)	Allgemeinärzte, Praktiker, Internisten	Dermatologen	Gynäkologen	Orthopäden/ Rheumatologen	Pädiater	Urologen
<b>1-seitig</b>						
<b>Texterstellung/ Layout</b>	<b>2.250,00</b>	<b>2.250,00</b>	<b>2.250,00</b>	<b>2.250,00</b>	<b>2.250,00</b>	<b>2.250,00</b>
<b>Veröffentlichung*</b>	<b>6.300,00</b>	<b>3.300,00</b>	<b>4.450,00</b>	<b>3.000,00</b>	<b>3.400,00</b>	<b>2.700,00</b>
<b>Gesamtpreis</b>	<b>8.550,00</b>	<b>5.550,00</b>	<b>6.700,00</b>	<b>5.250,00</b>	<b>5.650,00</b>	<b>4.950,00</b>
<b>2-seitig</b>						
<b>Texterstellung/ Layout</b>	<b>3.225,00</b>	<b>3.225,00</b>	<b>3.225,00</b>	<b>3.225,00</b>	<b>3.225,00</b>	<b>3.225,00</b>
<b>Veröffentlichung*</b>	<b>12.700,00</b>	<b>5.400,00</b>	<b>7.135,00</b>	<b>4.650,00</b>	<b>5.300,00</b>	<b>4.305,00</b>
<b>Gesamtpreis</b>	<b>15.925,00</b>	<b>8.625,00</b>	<b>10.360,00</b>	<b>7.875,00</b>	<b>8.525,00</b>	<b>7.530,00</b>

\* mit Agenturprovision

Alle Preise zzgl. MwSt.

RX-Präparate  OTC-Produkte  fester Bestandteil des Heftes  Verlagsbeilage

# INDIKATIONSGUIDE

MEDIZIN
MEDIZIN

## INDIKATIONSGUIDE



### Fixe Kombination aus Naproxen plus Esomeprazol

## Vimovo®: Schmerztherapie mit Magenschutz

**Kasuistik**

**Anamnese**  
Bei der jetzt 77-jährigen Patientin erfolgte 1998 die Erstdiagnose einer rheumatoiden Polyarthrit. Weitere Begleiterkrankungen: 3-Gefäß-KHK, arterielle Hypertonie, Schrittmacher-Versorgung bei AV-Block III. Grades, Osteoporose sowie eine Gonarthrose und Coarthrose bds. Seit Jahren mehrfach auch komplexe Schmerztherapie, die jedoch häufig wegen ineffektiver Wirkung bei noch erträglicher Dosierung oder wegen aufgetretener Nebenwirkungen wieder abgesetzt werden mussten, zuletzt eine Therapie mit Tilidin. Die Patientin stellt sich jetzt mit akut seit wenigen Tagen zunehmenden Schmerzen, vor allem in den Händen, vor und beklagt, einen erneuten Rheumaschub erlitten zu haben.

**Aktuelle Medikation (Auswahl)**

- Novaminsulfon 500 mg 1 - 1 - 1
- Pantoprazol 20 mg 0 - 0 - 1
- Candesartan 32 mg 1 - 0 - 0
- Ivabradin 5 mg 1/2 - 0 - 1/2

**Befund**  
77-jährige Frau in reduziertem AZ bei Adipositas (BMI 31,5 kg/m²). Kardiopulmonal keine Insuffizienzzeichen. Periphere Pulse allseits tastbar. Multiple arthritisch deformierte Gelenke an beiden Händen und Füßen. Reiben beider Kniegelenke. Beweglichkeit hier und in beiden Hüftgelenken eingeschränkt. Aktuelles Labor: CRP 9,6 mg/dl, Leukozyten 12.000/mikrol., INR 2,1% (unter Phenprocoumon-Therapie).

**Therapie und Verlauf**  
Bei der Patientin wurden Pantoprazol und Novaminsulfon abgesetzt und auf eine Fixkombination aus 500 mg Naproxen und 20 mg Esomeprazol (Vimovo®) umgestellt. Der Grund für die Umstellung auf Naproxen war die gleichzeitig bestehende KHK, wobei durch die Fixkombination auch der Magenschutz abgesichert war. Wegen der Akutsymptomatik wurde gleichzeitig eine Steroidtherapie eingeleitet, beginnend mit 25 mg Prednisolon pro Tag. Unter dieser Therapie kam es in den nächsten zwei Wochen zu einer Schmerzlinderung mit Reduzierung der Steroiddosis. Die Therapie mit Vimovo® wurde zunächst beibehalten.

**A&W-Kommentar**

Es ist ein offenes Geheimnis, dass mit zunehmendem Alter die Anzahl der verordneten Arzneimittel ansteigt, auf der anderen Seite die Adhärenz damit aber abnimmt. Damit ist die Notwendigkeit der Verordnung von Kombipräparaten offensichtlich. Dies vor allem dann, wenn Wirkungen zweier Präparate verstärkt oder aber Nebenwirkungen des einen durch die Wirkung des anderen Präparates reduziert werden sollen. Nach einer Untersuchung von Henricksen (Patient Preference and Adherence 2014;16(167)) nimmt das gastrointestinale Risiko bei NSAR-Einnahme unter PPI signifikant ab, wenn die Adhärenz über 80 Prozent liegt; eine Vorgabe, die durch die kombinierte Einnahme von Naproxen und Esomeprazol gut zu erfüllen ist.



Dr. med.  
Heiner Pasch

### ICD-10-Auswahl: Arthritis und Arthrose

**Relevante Kodierungen zur Kasuistik**

ICD-10-Kodierung	Diagnose	Kommentar
M45-	Spondylitis ankylosans	Inkl. rheumatoide Arthritis der Wirbelsäule
M05-	Seronegative chronische Polyarthrit	Enthalten eine Vielzahl diverser Kodierungen; Differenzierung überwiegend nach Manifestationsorten
M06-	Sonstige einseitige Polyarthrit	
M13-	Sonstige Arthritis	Einkl. Arthrosen (M5- bis M9-)
M16-	Polyarthrose	Einkl. Arthrosen der Wirbelsäule (M43-)

**A&W-Literaturtipp**

- [https://www.aamf.org/uploads/tx\\_szleitlinien/033-0041\\_S2k\\_Gonarthrose\\_2018-01\\_1-verlaengert.pdf](https://www.aamf.org/uploads/tx_szleitlinien/033-0041_S2k_Gonarthrose_2018-01_1-verlaengert.pdf)  
Die Leitlinie „Gonarthrose“, gültig bis 11/2022, gibt eindeutige Hinweise auf die Verordnung von NSAR. Sie gibt eine deutliche Empfehlung für den kombinierten Einsatz eines NSAR mit einem Protonenpumpen-Inhibitor, um das Risiko gastrointestinaler Nebenwirkungen zu verringern (Empfehlung 4.2). Genauso empfiehlt sie bei Patienten mit einem erhöhten kardiovaskulären Risiko die Bevorzugung von Naproxen, wenn denn eine NSAR-Therapie nicht zu umgehen ist (Empfehlung 4.4).
- [www.fachinformation.grunenthal.de](http://www.fachinformation.grunenthal.de)  
Die Fachinformation mit Stand Dezember 2020 gibt die aktuelle Information zum Präparat.

**Abrechnung**

**Abrechnung GOÄ**

GOÄ-Nummer	Leistung	einfacher Satz	Kommentar
1	Beratung	4,66 €	Nur 1x im Behandlungsfall neben Sonderleistungen (ab Nr. 200)
3	Eingehende Beratung	8,34 €	Nur alleine oder neben den Nrn. 5, 6, 7, 8, 800 und 801 abrechenbar
5	Symptombezogene Untersuchung	4,66 €	Nur 1x im Behandlungsfall neben Sonderleistungen (ab Nr. 200)
7	Untersuchung eines Organsystems	9,33 €	Z.B. Bewegungsapparat, Funktionsprüfung bei mehr als einem Organsystem
8	Ganzkörperuntersuchung	15,15 €	Bei medizinischer Indikation auch mehrfach im Behandlungsfall möglich
34	Erörterung bei schwerwiegender Erkrankung	17,49 €	Mindestdauer: 20 Minuten, maximal zweimal innerhalb von sechs Monaten
GO	Kontroll	4,66 €	Für beide Ärzte abrechenbar

**Abrechnung EBM**

GOÄ-Nummer	Leistung	Punkte	Honorar*	Kommentar
03000	Versichererbesuche	200	22,25 €	Ab dem 76. Lebensjahr
03230	Ärztliches Gespräch	128	14,24 €	Jede vollendete zehn Minuten
03220	Chronenpauschale	130	14,46 €	
11012	Grundpauschale	196	21,80 €	Ab 60. Lebensjahr
12050	Fachkennmerkmale	151	16,80 €	Auch bei nur einer Teilleistung
13062	Grundpauschale	246	27,37 €	Ab 60. Lebensjahr
13100	Zusatzpauschale bei bestimmten Diagnosen	232	25,81 €	Diagnosen sind im Leistungstext aufgeführt
13103	Zusatzpauschale Rheumatologische Funktionsdiagnostik	154	17,13 €	Einmal im Behandlungsfall

Legende:  
  Hausärzte  
  Fachkennmerkmale ohne Schwerpunkt  
  Rheumatologen

\* Punktzahl multipliziert mit Orientierungswert 113,84 Cent  
 Den kompletten EBM finden Sie unter: [www.bmvi.de](http://www.bmvi.de)

**Impressum für Sonderredaktion:** Verantwortliche Redakteure (V.i.S.d.P.): Dr. med. Ulrich Kurbach 2023, Dr. Melanie Sächtleig 183 - Anschritt: Medical Tribune Verlagsgesellschaft mbH, Geschäftsbereich ARZT & WIRTSCHAFT, Jahnstrasse 109/110, 68099 Ludwigshafen, Telefon 06201 9220

Der zweiseitige INDIKATIONSGUIDE besteht aus festen Modulen. Eine ausführliche Kasuistik (Anamnese, Befund, Therapie, Verlauf) samt Kommentar aus der Redaktion holt die Leserinnen und Leser dort ab, wo sie sich zu Hause fühlen – bei ihrer täglichen Arbeit mit den Patienten.

Die Tabellen zu relevanten ICD-10-Kodes sowie zur Abrechnung von Leistungen bei gesetzlich und privat versicherten Patienten (EBM und GOÄ) sorgen für einen kompakten Überblick. Der A&W-Wirtschaftstipp gibt Ärztinnen und Ärzten mehr Sicherheit bei Verordnung und Abrechnung. Im A&W-Literaturtipp werden Inhalte von Studien oder Leitlinien angerissen.

Preise € (Kundennetto)	Allgemeinärzte, Praktiker, Internisten	Dermatologen	Gynäkologen	Orthopäden/ Rheumatologen	Pädiater	Urologen	2-seitig									
							Texterstellung/ Layout	4.300,00	4.300,00	4.300,00	4.300,00	4.300,00	4.300,00			
Veröffentlichung*	12.600,00	5.400,00	7.135,00	4.650,00	5.300,00	4.305,00										
Gesamtpreis	16.900,00	9.700,00	11.435,00	8.950,00	9.600,00	8.605,00										

\* mit Agenturprovision





- RX-Präparate
- OTC-Produkte
- fester Bestandteil des Heftes
- Verlagsbeilage

# AUDIMAX



**ARZT & WIRTSCHAFT**  
 Ausgabe 01. OKTOBER 2023

**Trockene und empfindliche Haut**  
**Die passende Pflege für alle Ansprüche**

Schäfer verändert Haut – ein Wunsch, den wohl alle Patienten beim Besuch einer dermatologischen Praxis in sich tragen. Dabei ist es egal, ob die Betroffenen „nur“ an trockener Haut oder einer schweren Hauterkrankung leiden. Die richtige Skarifizierung kann diesen Ziel in großem Maße fördern.

**AD-PROJEKT**  
**Querschnittsstudie** – Ergebnisse zu den Hauterkrankungen, die im Jahr 2022 in Deutschland am häufigsten vorkommen. Die Studie zeigt, dass die meisten Patienten mit Hauterkrankungen eine trockene und empfindliche Haut haben. Dies ist ein wichtiger Hinweis für die Entwicklung von Hautpflegeprodukten, die diese Bedürfnisse berücksichtigen.

**AD-PROJEKT**  
**Querschnittsstudie** – Ergebnisse zu den Hauterkrankungen, die im Jahr 2022 in Deutschland am häufigsten vorkommen. Die Studie zeigt, dass die meisten Patienten mit Hauterkrankungen eine trockene und empfindliche Haut haben. Dies ist ein wichtiger Hinweis für die Entwicklung von Hautpflegeprodukten, die diese Bedürfnisse berücksichtigen.

**AD-PROJEKT**  
**Querschnittsstudie** – Ergebnisse zu den Hauterkrankungen, die im Jahr 2022 in Deutschland am häufigsten vorkommen. Die Studie zeigt, dass die meisten Patienten mit Hauterkrankungen eine trockene und empfindliche Haut haben. Dies ist ein wichtiger Hinweis für die Entwicklung von Hautpflegeprodukten, die diese Bedürfnisse berücksichtigen.

**ARZT & WIRTSCHAFT**  
 Ausgabe 01. OKTOBER 2023

**Abrechnung**

**Abrechnung GSK**

Code	Abrechnung	Abrechnung	Abrechnung	Abrechnung
1000	1000	1000	1000	1000
1001	1001	1001	1001	1001
1002	1002	1002	1002	1002
1003	1003	1003	1003	1003
1004	1004	1004	1004	1004
1005	1005	1005	1005	1005
1006	1006	1006	1006	1006
1007	1007	1007	1007	1007
1008	1008	1008	1008	1008
1009	1009	1009	1009	1009
1010	1010	1010	1010	1010
1011	1011	1011	1011	1011
1012	1012	1012	1012	1012
1013	1013	1013	1013	1013
1014	1014	1014	1014	1014
1015	1015	1015	1015	1015
1016	1016	1016	1016	1016
1017	1017	1017	1017	1017
1018	1018	1018	1018	1018
1019	1019	1019	1019	1019
1020	1020	1020	1020	1020

**Abrechnung GSK**

Code	Abrechnung	Abrechnung	Abrechnung	Abrechnung
1000	1000	1000	1000	1000
1001	1001	1001	1001	1001
1002	1002	1002	1002	1002
1003	1003	1003	1003	1003
1004	1004	1004	1004	1004
1005	1005	1005	1005	1005
1006	1006	1006	1006	1006
1007	1007	1007	1007	1007
1008	1008	1008	1008	1008
1009	1009	1009	1009	1009
1010	1010	1010	1010	1010
1011	1011	1011	1011	1011
1012	1012	1012	1012	1012
1013	1013	1013	1013	1013
1014	1014	1014	1014	1014
1015	1015	1015	1015	1015
1016	1016	1016	1016	1016
1017	1017	1017	1017	1017
1018	1018	1018	1018	1018
1019	1019	1019	1019	1019
1020	1020	1020	1020	1020

**ARZT & WIRTSCHAFT**  
 Ausgabe 01. OKTOBER 2023

**Abrechnung**

**Abrechnung GSK**

Code	Abrechnung	Abrechnung	Abrechnung	Abrechnung
1000	1000	1000	1000	1000
1001	1001	1001	1001	1001
1002	1002	1002	1002	1002
1003	1003	1003	1003	1003
1004	1004	1004	1004	1004
1005	1005	1005	1005	1005
1006	1006	1006	1006	1006
1007	1007	1007	1007	1007
1008	1008	1008	1008	1008
1009	1009	1009	1009	1009
1010	1010	1010	1010	1010
1011	1011	1011	1011	1011
1012	1012	1012	1012	1012
1013	1013	1013	1013	1013
1014	1014	1014	1014	1014
1015	1015	1015	1015	1015
1016	1016	1016	1016	1016
1017	1017	1017	1017	1017
1018	1018	1018	1018	1018
1019	1019	1019	1019	1019
1020	1020	1020	1020	1020

**Abrechnung GSK**

Code	Abrechnung	Abrechnung	Abrechnung	Abrechnung
1000	1000	1000	1000	1000
1001	1001	1001	1001	1001
1002	1002	1002	1002	1002
1003	1003	1003	1003	1003
1004	1004	1004	1004	1004
1005	1005	1005	1005	1005
1006	1006	1006	1006	1006
1007	1007	1007	1007	1007
1008	1008	1008	1008	1008
1009	1009	1009	1009	1009
1010	1010	1010	1010	1010
1011	1011	1011	1011	1011
1012	1012	1012	1012	1012
1013	1013	1013	1013	1013
1014	1014	1014	1014	1014
1015	1015	1015	1015	1015
1016	1016	1016	1016	1016
1017	1017	1017	1017	1017
1018	1018	1018	1018	1018
1019	1019	1019	1019	1019
1020	1020	1020	1020	1020

Das AUDIMAX eignet sich für die verschiedensten Kommunikationsanlässe: von einer Rundschau zu einer bestimmten Indikation, über ausführliche Informationen zu einem Präparat bis hin zur Vorstellung Ihrer gesamten Produktpalette.

Auch ergänzende Informationen zu den Themen Verordnung und Abrechnung finden hier, falls gewünscht, Platz. Als Beilage zum Heft hat das AUDIMAX eine eigenständige Titelseite, auf der die Themen angerissen werden.

Preise € (Kundennetto)	Allgemeinärzte, Praktiker, Internisten	Dermatologen	Gynäkologen	Orthopäden/ Rheumatologen	Pädiater	Urologen	4-seitig						
							Texterstellung/ Layout/Druck	12.595,00	8.245,00	10.170,00	9.141,00	8.998,00	7.965,00
							Veröffentlichung*	9.905,00	2.100,00	2.500,00	1.600,00	1.900,00	1.600,00
							Gesamtpreis	22.500,00	10.345,00	12.670,00	10.741,00	10.898,00	9.565,00
							6-seitig						
							Texterstellung/ Layout/Druck	16.805,00	11.260,00	12.420,00	11.900,00	11.680,00	11.120,00
							Veröffentlichung*	9.905,00	2.100,00	2.500,00	1.600,00	1.900,00	1.600,00
							Gesamtpreis	26.710,00	13.360,00	14.920,00	13.500,00	13.580,00	12.720,00
							8-seitig						
							Texterstellung/ Layout/Druck	23.525,00	14.450,00	15.900,00	15.220,00	14.980,00	14.260,00
							Veröffentlichung*	9.905,00	2.100,00	2.500,00	1.600,00	1.900,00	1.600,00
							Gesamtpreis	33.430,00	16.550,00	18.400,00	16.820,00	16.880,00	15.860,00

\* mit Agenturprovision





RX-Präparate    OTC-Produkte    fester Bestandteil des Heftes    Verlagsbeilage

# ANALYTICS

**Analytics**   ARZT & WIRTSCHAFT

SCHREIBEN SIE BEWILGUNG - VERORDNUNG - ABRECHNUNG

**Austausch von Biologika Wirtschaftlich und sicher verordnen**

Die Biologika stellen, ähnlich wie bei Generika, Sonderausgaben dar. Die Hersteller sind verpflichtet, die Kosten für die Produktion zu deckeln, die bei der Vermarktung von Original-Biologika und Generika zu bestehen sind. Dies ist für die Ärzte für die Praxis sehr relevant.

**1. ASW-Wirtschaftsbeleg**

**Wirtschaftlichkeitsbeleg und Biologika-Quoten**

Die Wirtschaftlichkeitsbeleg (WLB) ist ein Dokument, das die Wirtschaftlichkeit eines Biologikums nachweist. Es ist ein zentraler Bestandteil der Ausschreibung und muss bei der Bestellung vorgelegt werden.

**2. ASW-Regressprophylaxe**

Die ASW-Regressprophylaxe ist ein Instrument zur Vermeidung von Regressen. Sie dient dazu, die Kosten für die Produktion zu deckeln, die bei der Vermarktung von Original-Biologika und Generika zu bestehen sind.

**Analytics**   ARZT & WIRTSCHAFT

**3. ASW-Literatur**

Die ASW-Literatur ist ein Dokument, das die wissenschaftliche Grundlage eines Biologikums darstellt. Es ist ein zentraler Bestandteil der Ausschreibung und muss bei der Bestellung vorgelegt werden.

**4. ASW-Interview**

Das ASW-Interview ist ein Interview mit einem Experten für Biologika. Es dient dazu, die Kosten für die Produktion zu deckeln, die bei der Vermarktung von Original-Biologika und Generika zu bestehen sind.

**Diese Rechte und Pflichten haben Ärzte jetzt**

Dr. Gerhard Nitz ist Fachanwalt für Medizinrecht und Partner am Rechtsanwaltsbüro in Berlin. Er informiert über die neuen Rechte und Pflichten von Ärzten im Zusammenhang mit Biologika.

**Analytics**   ARZT & WIRTSCHAFT

**5. ASW-Interview**

Das ASW-Interview ist ein Interview mit einem Experten für Biologika. Es dient dazu, die Kosten für die Produktion zu deckeln, die bei der Vermarktung von Original-Biologika und Generika zu bestehen sind.

**6. ASW-Interview**

Das ASW-Interview ist ein Interview mit einem Experten für Biologika. Es dient dazu, die Kosten für die Produktion zu deckeln, die bei der Vermarktung von Original-Biologika und Generika zu bestehen sind.

**Ihre Anzeige**

Unser ANALYTICS umfasst drei Seiten redaktionellen Inhalt und eine Seite Anzeige. Stellen Sie sich Ihre individuelle Sonderproduktion aus den 15 ARZT & WIRTSCHAFT Sonderproduktions-Modulen zusammen (s. nächste Seite; max. 6 Module à 0,5 S.). Unsere Redaktion berät Sie gerne bei der Auswahl.

Wir garantieren Ihnen die exklusive Präsentation Ihres Präparates im Erscheinungsmonat: ANALYTICS ist nur einmal je Ausgabe verfügbar. Auch die prominente Platzierung am Heftende mit Klappseite zieht die Aufmerksamkeit unserer Leserinnen und Leser auf sich.

Preise € (Kundennetto)	Allgemeinärzte, Praktiker, Internisten	Dermatologen	Gynäkologen	Orthopäden/ Rheumatologen	Pädiater	Urologen
<b>4-seitig</b>						
<b>Texterstellung/ Layout</b>	<b>5.125,00</b>	<b>5.125,00</b>	<b>5.125,00</b>	<b>5.125,00</b>	<b>5.125,00</b>	<b>5.125,00</b>
<b>Veröffentlichung*</b>	<b>18.000,00</b>	<b>7.410,00</b>	<b>9.240,00</b>	<b>6.180,00</b>	<b>7.070,00</b>	<b>5.910,00</b>
<b>Gesamtpreis</b>	<b>23.125,00</b>	<b>12.535,00</b>	<b>14.365,00</b>	<b>11.305,00</b>	<b>12.195,00</b>	<b>11.035,00</b>

\* mit Agenturprovision

## Die Sonderproduktions-Module

### 1. A&W-Kasuistik

Reales oder fiktives Patientenbeispiel mit Anamnese, Diagnose und Medikation

### 2. A&W-Abrechnung EBM

Zur Kasuistik passende Gebührenordnungspositionen aus dem Einheitlichen Bewertungsmaßstab (EBM) mit Beschreibung und Kommentar (tabellarisch)

### 3. A&W-Abrechnung GOÄ

Zur Kasuistik passende Ziffern aus der Gebührenordnung für Ärzte (GOÄ) mit Beschreibung und Kommentar (tabellarisch)

### 4. A&W-Regressprophylaxe

Hinweise, wie sich Rückforderungen bei einer Wirtschaftlichkeitsprüfung bereits beim Abrechnen und Verordnen vermeiden lassen

### 5. A&W-Wirtschaftlichkeitsanalyse

Tipps für wirtschaftliches Arbeiten (z.B. Delegation von Leistungen, Optimierung der Arbeitsprozesse in der Praxis)

### 6. A&W-Fallstricke

Hinweise auf medizinische, abrechnungstechnische und juristische Probleme

### 7. A&W-Kodierhilfe ICD-10

Auflistung der relevanten ICD-10-Kodes zu einer Indikation (Diagnosen und Differenzialdiagnosen), die für die Dokumentation und Abrechnung ärztlicher Leistungen angegeben werden sollten

### 8. A&W-IGeL-NAVIGATOR

Informationen zu individuellen Gesundheitsleistungen (IGeL), die sich in der entsprechenden Indikation anbieten

### 9. A&W-Leitlinien-Check

Extrakt oder Zusammenfassung der Inhalte relevanter Leitlinien (wichtig für Regressabwehr und beim Anbieten von IGeL)

### 10. A&W-Expertenmeinung

Statement eines Meinungsbildners oder Spezialisten (Fließtext)

### 11. A&W-Interview

Statement eines Meinungsbildners oder Spezialisten (Frage und Antwort)

### 12. A&W-Pharma-Assessment

Informationen z. B. zu Pharmakokinetik und -dynamik eines Präparats sowie Wechselwirkungen

### 13. A&W-Indikations-Assistance

Erläuterung zu den Indikationen des Präparats (Basis für regresssicheres Verordnen)

### 14. A&W-Studien-Index

Zusammenfassung relevanter Studienergebnisse samt Quellenangabe

### 15. A&W-Quellen- und Literaturverzeichnis

Kurzfassung relevanter Publikationen zum Produkt und/oder zur Indikation

## Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen, Beilagen, Digital- und Online-Werbemittel

### § 1 Geltung, Ausschließlichkeit

1. Für die Annahme und die Veröffentlichung aller Werbeaufträge sowie Folgeaufträge gelten ausschließlich die vorliegenden AGB sowie die zum Zeitpunkt des Vertragsschlusses aktuelle Preisliste des Unternehmens, deren Regelungen einen wesentlichen Vertragsbestandteil bilden. Die Gültigkeit etwaiger AGB des Auftraggebers ist, soweit sie mit diesen AGB nicht übereinstimmen, ausgeschlossen.
2. Diese AGB gelten sinngemäß für Beilagenaufträge. Diese werden vom Unternehmen grundsätzlich erst nach Vorlage und Prüfung eines Modells angenommen.

### § 2 Angebot, Vertragsschluss

1. Abschluss im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist ein Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen, Fremdbeilagen oder sonstiger Werbemittel eines Werbungstreibenden oder sonstigen gewerblichen Inserenten in einer Druckschrift sowie sämtlichen elektronischen Veröffentlichungsformen zum Zweck der Verbreitung.
2. Aufträge für Werbemittel können persönlich, telefonisch, schriftlich, per Telefax, per E-Mail oder per Internet aufgegeben werden. Das Unternehmen haftet nicht für Übermittlungsfehler.
3. Ein Vertrag kommt erst durch die schriftliche Auftragsbestätigung des Unternehmens zustande. Es gilt jeweils die im Zeitpunkt der Auftragserteilung gültige Preisliste.
4. Das Unternehmen ist berechtigt, Aufträge, auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Gesamtabschlusses, nach pflichtgemäßem Ermessen abzulehnen. Dies gilt insbesondere, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder vom deutschen Presse- oder Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde, deren Veröffentlichung für das Unternehmen wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist oder durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines redaktionellen Beitrags erwecken oder Fremdanzeigen enthalten. Das Unternehmen wird die Ablehnung unverzüglich nach Kenntniserlangung der betreffenden Inhalte mitteilen.

### § 3 Vertragsabwicklung

1. Aufträge sind innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzuwickeln, beginnend mit der ersten Schaltung (Veröffentlichung) des Werbemittels.
2. Alle für die Werbemittel erforderlichen Inhalte, Informationen, Daten, Dateien und sonstigen Materialien („Vorlagen“) stellt der Auftraggeber dem Unternehmen vollständig, fehler- und virusfrei und den vertraglichen Vereinbarungen entsprechend rechtzeitig zur Verfügung. Werden Vorlagen digital (z. B. per CD-ROM oder E-Mail) an das Unternehmen übermittelt, sind sie nur mit geschlossenen Dateien zu übertragen, also mit solchen Dateien, die das Unternehmen inhaltlich nicht ändern kann. Das Unternehmen haftet nicht bei fehlerhafter Veröffentlichung von Werbe-mitteln, die mit offenen Dateien (z. B. unter Corel Draw, QuarkXPress, Freehand gespeicherte Dateien) übermittelt werden. Zusammengehörende Dateien sind vom Auftraggeber in einem gemeinsamen Verzeichnis (Ordner) zu senden bzw. zu speichern. Bei digital übermittelten Druckvorlagen für Farbanzeigen hat der Auftraggeber gleichzeitig ein Farb-Proof und ein Proof- bzw. Messprotokoll mitzuliefern. Ansonsten bestehen keine Ersatzansprüche des Auftraggebers wegen etwaiger Farbabweichungen. Der Auftraggeber haftet dafür, dass die übermittelten Dateien frei von Computerviren sind. Dateien mit Computerviren kann das Unternehmen löschen, ohne dass der Auftraggeber hieraus Ansprüche herleiten könnte. Das Unternehmen behält sich zudem Ersatzansprüche vor, wenn die Computerviren beim Unternehmen weiteren Schaden verursachen. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Vorlagen fordert das Unternehmen unverzüglich Ersatz an. Vorlagen werden nur auf besondere Aufforderung an den Auftraggeber zurückgesandt, andernfalls gehen sie in das Eigentum des Unternehmens über. Die Pflicht zur Aufbewahrung aller zugesandten Unterlagen endet drei Monate nach Veröffentlichung des jeweiligen Auftrags.
3. Kosten für die Anfertigung bestellter Vorlagen, Filme oder Zeichnungen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen trägt der Auftraggeber.
4. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit des zurückgesandten Abzugs. Wird der Abzug nicht fristgemäß an das Unternehmen zurückgeschickt, so gilt die Genehmigung des Werbemittels als erteilt.
5. Das Unternehmen liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Werbemittelbeleg. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, tritt an seine Stelle eine Bescheinigung des Unternehmens über die Veröffentlichung und Verbreitung des Werbemittels.
6. Die Aufmachung und Kennzeichnung redaktionell gestalteter Werbemittel ist rechtzeitig vor Erscheinen mit dem Unternehmen abzustimmen. Textzeilenanzahl müssen sich schon durch ihre Grundschrift vom redaktionellen Teil unterscheiden. Das Unternehmen ist berechtigt, Werbemittel, die nicht als solche zu erkennen sind, deutlich als Werbung zu kennzeichnen.
7. Zuschriften auf Chiffreanzeigen werden bis vier Wochen nach Veröffentlichung der Anzeige aufbewahrt und dem Auftraggeber auf normalem Postwege zugesandt (auch wenn es sich um Express- oder Einschreibesendungen handelt). Eine Gewähr für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Offerten übernimmt das Unternehmen jedoch nicht.
8. Die in der Preisliste ausgewiesenen Anzeigenschlüsse und Erscheinungstermine sind für das Unternehmen unverbindlich. Dem Unternehmen steht es frei, diese kurzfristig dem Produktionsablauf entsprechend anzupassen.
9. Aufträge können nur rechtzeitig, spätestens zum Anzeigenschlusstermin, und schriftlich, per Telefax oder E-Mail gekündigt werden. Ist die Anzeige bereits in Druck gegeben, hat der Auftraggeber die Anzeige zu bezahlen. Ansonsten kann das Unternehmen die Erstattung der bis zur Kündigung angefallenen Kosten nach den gesetzlichen Vorschriften verlangen.
10. Der Auftraggeber ist für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit des Werbemittels verantwortlich. Er stellt das Unternehmen von allen Ansprüchen Dritter wegen der Veröffentlichung des Werbemittels frei, einschließlich der angemessenen Kosten zur Rechtsverteidigung. Das Unternehmen ist nicht zur Prüfung verpflichtet, ob ein Werbemittel die Rechte Dritter beeinträchtigt. Wird das Unternehmen durch gerichtliche Entscheidung z. B. zum Abdruck einer Gegendarstellung oder Berichtigung aufgrund des geschalteten Werbemittels verpflichtet, hat der Auftraggeber diese Veröffentlichung nach der gültigen Preisliste zu bezahlen.
11. Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen gegenüber den Werbungstreibenden an die Preisliste des Unternehmens zu halten. Die vom Unternehmen gewährte Vermittlungsprovision errechnet sich aus dem Kundennetto, also nach Abzug von Rabatt, Boni und Mängelnachlass. Die Vermittlungsprovision fällt nur bei Vermittlung von Aufträgen Dritter an. Sie wird nur an vom Unternehmen 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 Unternehmen steht es frei, Aufträge von Werbeagenturen abzulehnen, wenn Zweifel an der berufsmäßigen Ausübung der Agentur Tätigkeit oder der Bonität der Werbeagentur bestehen. Aufträge 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. Soll ein Werbungstreibender Auftraggeber werden, muss dies gesondert unter namentlicher Nennung des Werbungstreibenden vereinbart werden. Das Unternehmen ist berechtigt, von der Werbeagentur einen Mandatsnachweis zu verlangen.

### § 4 Preise, Zahlungsbedingungen, Preisminderung

1. Der Preis für die Veröffentlichung eines Werbemittels richtet sich nach der im Zeitpunkt der Auftragserteilung gültigen Preisliste. Für redaktionell gestaltete Werbemittel, Beilagen, Sonderveröffentlichungen und Kollektive, sowie Werbemittel, die nach Anzeigenschluss in Auftrag gegeben werden, kann das Unternehmen von der Preisliste abweichende Preise festlegen. Preisänderungen für erteilte Aufträge sind gegenüber Unternehmern wirksam, wenn sie vom Unternehmen mindestens einen Monat vor Veröffentlichung des Werbemittels angekündigt werden. Im Falle einer Preiserhöhung steht dem Auftraggeber ein Rücktrittsrecht zu. Das Rücktrittsrecht muss innerhalb von 14 Tagen in Textform nach Erhalt der Mitteilung über die Preiserhöhung ausgeübt werden.
2. Die in der Preisliste bezeichneten Nachlässe werden nur dem Auftraggeber und nur für die innerhalb eines Jahres geschalteten Werbemittel gewährt („Anzeigenjahr“). Wiederholungsrabatte gelten nur innerhalb eines Anzeigenjahres. Die Frist beginnt mit der Schaltung des ersten Werbemittels, wenn nicht anders vereinbart.
3. Bei Erweiterung des Auftrages entsteht ein Anspruch auf rückwirkenden Rabatt, sofern der Grund-

auftrag rabattfähig war. Der Anspruch erlischt, wenn er nicht spätestens einen Monat nach Ablauf des Anzeigenjahres geltend gemacht wird. Erreicht ein Auftrag nicht das vorhergesehene Auftragsvolumen, so wird der zu viel gewährte Preisnachlass nachträglich in Rechnung gestellt.

4. Auftragsrechnungen sind innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen, vom Empfang der Rechnung laufenden Frist zu bezahlen, sofern nichts anderes vereinbart ist. Die sog. Pre-Notificationfrist nach der SEPA-Basis-Lastschrift ist auf vier drei Tage verkürzt. Mahn- und Inkassokosten, die durch Zahlungsverzug entstehen, trägt der Auftraggeber. Das Unternehmen 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 das Unternehmen berechtigt, auch während der Laufzeit eines Gesamtabschlusses das Erscheinen weiterer Werbemittel abweichend von einem vereinbarten Zahlungsziel von einer Vorauszahlung und vom Ausgleich offener Rechnungsbeträge abhängig zu machen. Fehlerhafte Rechnungen können vom Unternehmen innerhalb von sechs Monaten nach Rechnungsstellung korrigiert werden.
5. Sämtliche Preise verstehen sich zuzüglich Mehrwertsteuer in gesetzlicher Höhe am Tag der Rechnungsstellung.

6. Bei Aufträgen aus dem Ausland, die nicht mehrwertsteuerpflichtig sind, erfolgt die Rechnungsstellung ohne Mehrwertsteuerberechnung. Das Unternehmen ist zur Nachberechnung der Mehrwertsteuer berechtigt, wenn die Finanzverwaltung die Steuerpflicht des Anzeigenauftrags bejaht.
7. Aus einer Auftragsminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Werbemittel ein Anspruch auf Preisminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Schaltung beginnenden Anzeigenjahres die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage oder – falls eine Auflage nicht genannt ist – die durchschnittliche verkaufte (falls keine verkaufte vorhanden, die durchschnittlich tatsächlich verbreitete) Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auftragsminderung ist nur dann ein zur Preisminderung berechtigter Mangel, wenn eine Auflage um mindestens 20 v. H. unterschritten wird.

Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preisminderungsansprüche ausgeschlossen, wenn das Unternehmen dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen des Werbemittels vom Vertrag zurücktreten konnte. Derartige Minderungsansprüche von Kaufleuten als Auftraggeber verjähren 12 Monate nach Veröffentlichung des Werbemittels.

### § 5 Mängelgewährleistung

1. Für die Aufnahme von Werbemitteln in bestimmte Nummern oder Ausgaben oder an bestimmten Plätzen wird keine Gewähr geleistet.
2. Beachtet der Auftraggeber die Empfehlungen des Unternehmens zur Erstellung und Übermittlung von Vorlagen nicht, so stehen ihm keine Ansprüche wegen fehlerhafter Veröffentlichung zu. Dies gilt auch, wenn er sonstige Regelungen dieser AGB oder der Preisliste nicht beachtet.
3. Reklamationen müssen vom Auftraggeber bei offensichtlichen Mängeln spätestens innerhalb von zwei Wochen nach Eingang der Rechnung geltend gemacht werden. Nicht offensichtliche Mängel muss der Auftraggeber spätestens sechs Monate nach Veröffentlichung der entsprechenden Druckschrift reklamieren. Bei fehlerhafter Wiedergabe des Werbemittels – trotz rechtzeitiger Lieferung einwandfreier Vorlagen und rechtzeitiger Reklamation – kann der Auftraggeber eine einwandfreie Ersatzschaltung (Nacherfüllung) verlangen, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck des Werbemittels beeinträchtigt wurde. Der Anspruch auf Nacherfüllung ist ausgeschlossen, wenn dies für das Unternehmen mit unverhältnismäßigen Kosten verbunden ist. Lässt das Unternehmen 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 des Werbemittels beeinträchtigt wurde. Bei unwesentlichen Mängeln ist der Rücktritt ausgeschlossen. Gewährleistungsansprüche von Kaufleuten verjähren 12 Monate nach Erscheinen des Werbemittels.
4. Sind Mängel bei den Vorlagen nicht sofort, sondern erst bei der Verarbeitung erkennbar, so hat der Auftraggeber dadurch entstehende Mehrkosten oder Verluste bei der Herstellung zu tragen. Sind Mängel bei den Vorlagen nicht offenkundig, so hat der Auftraggeber bei ungenügender Veröffentlichung keine Ansprüche. Das Gleiche gilt bei Fehlern in wiederholten Werbeschaltungen, wenn der Auftraggeber nicht rechtzeitig vor Veröffentlichung der nächstfolgenden Werbeschaltung auf den Fehler hinweist.
5. Für vom Auftraggeber bereitgestelltes Material (Einhefter, Beilagen etc.) übernimmt das Unternehmen keine Gewähr für die Richtigkeit der als geliefert bezeichneten Mengen oder Qualitäten.

### § 6 Haftung, höhere Gewalt

1. Schadensersatzansprüche des Auftraggebers gegen das Unternehmen, gleich aus welchem Rechtsgrund, sind ausgeschlossen, insbesondere Ansprüche wegen Verzugs, der Verletzung vertraglicher Pflichten oder gewerblicher Schutzrechte Dritter sowie aus unerlaubter Handlung. Dies gilt nicht, wenn das Unternehmen, seine Vertreter oder seine Erfüllungsgehilfen vorsätzlich oder grob fahrlässig handeln oder leicht fahrlässig eine Vertragspflicht verletzen, die für die Erreichung des Vertragszwecks wesentlich ist, oder sich die Schadensersatzansprüche aus einer Beschaffenheitsgarantie ergeben. Haftet das Unternehmen dem Grunde nach, ist der Schadensersatzanspruch auf den vorhersehbaren Schaden begrenzt. Diese Haftungsbegrenzung gilt nicht, wenn der Schaden durch vorsätzliches oder grob fahrlässiges Handeln des Unternehmens, seiner Vertreter oder Erfüllungsgehilfen verursacht wurde oder nach dem Produkthaftungsgesetz begründet ist oder sich aus der Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit ergibt. Soweit die Haftung des Unternehmens ausgeschlossen ist, gilt dies auch für die persönliche Haftung seiner Mitarbeiter, Vertreter, Organe und Erfüllungsgehilfen. Alle Schadensersatzansprüche gegen das Unternehmen verjähren in zwölf Monaten nach dem Zeitpunkt, in dem der Auftraggeber von den Anspruch begründenden Umständen Kenntnis erlangt hat oder hätte erlangen müssen.
2. Das Unternehmen wird im Falle höherer Gewalt und bei vom Unternehmen unverschuldeten Arbeitskampfmaßnahmen von der Verpflichtung zur Auftragserteilung frei; Schadensersatzansprüche bestehen deswegen nicht.

### § 7 Rechteinräumung

Der Auftraggeber garantiert, dass er alle zur Schaltung, Veröffentlichung und Verbreitung des Werbemittels erforderlichen Rechte besitzt. Er räumt dem Unternehmen die für die zweckgemäße Nutzung des Werbemittels in den jeweiligen Werbeträgern erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte ein, insbesondere die jeweils erforderlichen Rechte zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, Bearbeitung, zu öffentlichem Zugänglichmachen, Einstellen in einer Datenbank, Entnahme aus einer Datenbank und Bereit-halten zum Abruf, und zwar zeitlich, räumlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrags notwendigen Umfang. Vorgenannte Rechte werden in allen Fällen örtlich unbegrenzt eingeräumt und berechtigen zur Schaltung mittels aller bekannten technischen Verfahren sowie in allen bekannten Formen von Werbeträgern.

### § 8 Datenschutz

Die Datenverarbeitung erfolgt nach Maßgabe der geltenden Regelungen des Bundesdatenschutzgesetzes und der Europäischen Datenschutz- Grundverordnung. Die MedTriX GmbH erhebt, verarbeitet und nutzt personenbezogene Daten des Kunden. Weitere Informationen zur Datenverarbeitung und zum Datenschutz sind in der Datenschutzerklärung der MedTriX GmbH, die unter <https://www.arzt-wirtschaft.de/datenschutz/> eingesehen werden können, enthalten.

### § 9 Außergerichtliche Online-Streitbeilegung

Die Europäische Kommission hat eine Plattform zur Online-Streitbeilegung eingerichtet. Diese erreichen Sie unter: <http://ec.europa.eu/consumers/odr>. Verbraucher können die Plattform für die Beilegung ihrer Streitigkeiten nutzen. Wir sind zur Teilnahme an einem Streitbeilegungsverfahren vor einer Verbraucherschlichtungsstelle weder bereit noch verpflichtet, außer es besteht eine gesetzliche Pflicht zur Teilnahme.

### § 10 Erfüllungsort, Gerichtsstand

Es gilt das Recht der Bundesrepublik Deutschland unter Ausschluss des UN-Kaufrechts und unter Ausschluss von Kollisionsrecht. Erfüllungsort ist der Sitz des Unternehmens. Gerichtsstand für Klagen gegen Kaufleute, juristische Personen des öffentlichen Rechts oder öffentlich-rechtliche Sondervermögen ist der Sitz des Unternehmens.

Stand: Februar 2022



**Melanie Hurst**  
Ressortleitung  
Wirtschaft und  
Audio- & Video-  
Produktion  
T +49 8191 305 55-18  
melanie.hurst@  
medtrix.group



**Dr. med. Ulrich Karbach**  
Ressortleitung  
Abrechnung  
und Medizin  
T +49 8191 305 55-19  
ulrich.karbach@  
medtrix.group



**Sigrid v. See-Bredebusch**  
Corporate Publishing  
T +49 8191 305 55-28  
sigrid.see-bredebusch@  
medtrix.group



**Maike Schulz**  
Corporate Publishing  
T +49 8191 305 55-27  
maike.schulz@  
medtrix.group



**Lutz Gey**  
Key Account Manager  
T +49 8191 305 55-13  
lutz.gey@  
medtrix.group



**Andrea Lottes**  
Key Account Managerin  
T +49 8191 305 55-22  
andrea.lottes@  
medtrix.group



**Klaus Schumacher**  
Key Account Manager  
T +49 2206 852 92-60  
klaus.schumacher@  
medtrix.group

Gerne unterbreiten  
wir Ihnen  
ein individuelles  
Angebot – sprechen  
Sie uns an!