

MEDIADATEN 2024

ARZT & WIRTSCHAFT Sonderproduktionen

PRINT · PREISLISTE AB 1. JANUAR 2024



- ☒ 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
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

INDIKATIONSGUIDE

MEZIDIN

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 komplexere Schmerztherapien, 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 befürchtet, 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(16167)) 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 chronische Polyarthrit	
M13-	Sonstige Arthritis	Exkl. Arthrosen (M15- bis M19-)
M16-	Polyarthrose	Exkl. Arthrosen der Wirbelsäule (M47-)

A&W-Literaturtipp

■ https://www.wmf.org/uploads/tx_szleitlinien/033-004_01_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
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	8,74 €	Nur alleine oder neben den Nrn. 5, 6, 7, 8, 800 und 801 abschreibbar
5	Symptombesondere 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
60	Kontroll	4,69 €	Für beide Ärzte abschreibbar

Zu einzelnen Leistungen der GOÄ aus Kapitel 9 (201ff.) bis 40 und 42 bis 43 gibt es Zuschläge, die jeweils im Anschluss an diese Ziffern aufgeführt sind. Die komplette GOÄ finden Sie unter <https://gob.mki-med.at/foerderung/leistungen/goe.htm>.

Abrechnung EBM

GOÄ	Leistung	Punkte	Honorar*	Kommentar
03000	Versichertenpauschale	200	22,25 €	Ab dem 76. Lebensjahr
03230	Ärztliches Gespräch	128	14,24 €	Je vollendete zehn Minuten
03220	Chronikerpauschale	130	14,46 €	
14010	Grundpauschale	196	21,80 €	Ab 60. Lebensjahr
13050	Fachärztliche Behandlung	191	16,80 €	Auch bei nur einer Teilleistung
13060	Grundpauschale	246	27,37 €	Ab 60. Lebensjahr
13100	Zusatzpauschale bei bestimmten Diagnosen	232	25,81 €	Diagnosen sind im Leistungstext aufgeführt
13300	Zusatzpauschale Rheumatologische Funktionsdiagnostik	154	17,13 €	Einmal im Behandlungsfall

Legende:

	Hauskürte
	Rheumatologen
	Rheumatologen ohne Schwerpunkt

* Punktzahl multipliziert mit Orientierungspunktwert 112,54 Cent
Den kompletten EBM finden Sie unter: www.bmbl.de

Impressum für Sonderredaktion: Verantwortliche Redaktion: VLL&P Dr. med. Ulrich Karch 2023, Dr. Melanie Sicking 183 - Anschritt: Medical Tribune Verlagsgesellschaft mbH, Geschäftsbereich ARZT & WIRTSCHAFT, Julius-von-Selig-Strasse 1, 68899 Lindberg, Telefon 06901 925-0

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*	13.230,00	5.670,00	7.492,00	4.885,00	5.565,00	4.520,00
Gesamtpreis	17.530,00	9.970,00	11.792,00	9.185,00	9.865,00	8.820,00

* mit Agenturprovision

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

ABRECHNUNGSGUIDE

ABRECHNUNG

ABRECHNUNGSGUIDE

Trelegy Ellipta

COPD-Therapie mit fixer Dreifachkombi

Patientenbeispiel*

Anamnese

Der 55-jährige Busfahrer Mike T. leidet seit einem Jahr an einer diagnostizierten COPD und wurde anfänglich mit dem LABA Formoterol behandelt. Daraufhin besserten sich Lungenfunktion und Lebensqualität des Patienten. Da es trotz Rauchstopp immer wieder zu Exazerbationen kam, wurde die Therapie um das ICS Budesonid erweitert. Herr T. wendet seither zweimal täglich eine Budesonid/Formoterol-Fixkombination an. Beim aktuellen Kontrolltermin klagt er, dass ihm die Bewältigung einfacher Alltagstätigkeiten zwar leichter aber immer noch schwer falle und er sich oft eingeschränkt fühle. Der Patient hat keine weiteren Krankheiten, trinkt am Wochenende täglich etwa zwei Gläser Bier, geht gelegentlich spazieren und lebt alleine.

Befund

Guter EZ (BMI: 29,0 kg/m²) mit ausreichendem AZ, keine Ze-anose, keine Anämiezeichen. HF: 80/min., RR 129/85 mmHg, Herz klinisch unauffällig. Lungenperkussion und -auskultation: Sonorer Klopfschlag, bronchiales Atemgeräusch, leises Brummen über allen Abschnitten, kein Giemen, keine feuchten Rasselgeräusche. FEV1 45 % vom Sollwert.

Weitere Therapieplanung

Mit fortschreitender COPD ist bei vielen Patienten eine Kombinationstherapie aus ICS/LABA nicht ausreichend. Bei diesen Patienten sollte rechtzeitig eine Umstellung auf die Dreifachkombination aus ICS/LABA/LABA erwogen werden.

Belegte Vorteile der Dreifachkombination

Studiendaten belegen, dass die Dreifachkombination aus Fluticasonurafil/Umeclidinium/Vilanterol (Trelegy Ellipta) verglichen mit der Kombination aus Budesonid/Formoterol die Lungenfunktion deutlich bessert. Dies zeigt zum Beispiel ein im Mittel um 171 ml höherer FEV1-Wert (Lipson et al. 2017).

ICD-10-Auswahl: COPD

ICD-10-Kategorie	Diagnose	Kommentar
J44.9	COPD, nicht näher bezeichnet	Die vierte Stelle gibt den prozentualen Anteil vom Sollwert an

* zugewiesene Patientenbeispiele

ABRECHNUNG

Abrechnung GKV

GOP	Leistung	Punkte ab 1.4.2020	Honorar*	Kommentar
03000	Versicherteneinschreibung	148**	16,26 €	Altersabhängig
03040	Zusatzpauschale für hausärztlichen Versorgungsauftrag	138**	15,36 €	Kann einmal im Behandlungsfall abgerechnet werden
03060	Chronikerpauschale	22	2,42 €	
03220	Problemorientiertes Gespräch (je nach 10 Min.)	130	14,28 €	Kontinuierliche ärztliche Behandlung ist Voraussetzung, persönlicher Kontakt nötig
03230	Problemlösendes Gespräch (je nach 10 Min.)	128**	14,06 €	Deutliche Höhenbewertung ab Q II
03330	Spirometrie	53**	5,82 €	Grafische Registrierung ist obligatorisch
18201	Grundpauschale	184**	20,22 €	Altersabhängig
18220	Zuschlag für die allgemeine internistische Grundversorgung	41	4,50 €	Nur bei Leistungen der fachärztlichen Vereinbarungen
18222	Zusatzpauschale fachärztliche Behandlung	151**	16,59 €	Ist mit kompletter Sonographie erfüllt
18260	Grundpauschale	208**	22,88 €	Altersabhängig
18262	Zuschlag für die pneumologische Grundversorgung	41	4,50 €	Nicht neben 13650 abrechenbar
18264	Zusatzpauschale Pneumologische Diagnostischer Komplex	291**	31,97 €	Ist mit gerätekörperphysiographischer Lungenfunktionsdiagnostik erfüllt

Legende:

Hausärzte
Fachärztlich tätige Internisten
Fachärzte mit Qualifikation Geriatrie und KV-Gemehrung

Abrechnung GOÄ

GOÄ-Nr.	Leistung	einfacher Satz	Kommentar
1	Beratung, auch telefonisch	4,66 €	Nicht neben Nr. 3, 34
3	Eingekündigte Beratung	8,74 €	Auch telefonisch möglich, nur allein oder neben Nr. 5-8, 800, 801, A-D, nicht neben Nr. 34
5	Symptombegleitende Untersuchung	4,66 €	Nicht neben Nr. 7-8
7	Vollständige körperliche Untersuchung	9,33 €	Bei den Brustorganen: Auskultation und Perkussion von Herz und Lunge sowie Blutdruckmessung. Nicht neben Nr. 5 und 6
8	Erhebung des Gesundheitszustands	15,75 €	Beinhaltet die Untersuchung der Haut, der sichtbaren Schleimhäute, der Brust- und Bauchorgane, der Stütz- und Bewegungsorgane, sowie eine orientierende neurologische Untersuchung. Nicht neben Nr. 5, 7
15	Einstellung und Koordination flankierender therapeutischer und sozialer Maßnahmen bei einem chronisch Kranken	17,49 €	Nur einmal im Kalenderjahr abrechenbar
34	Ermittlung	17,49 €	Mindestens 20 Minuten, innerhalb von 6 Monaten höchstens zweimal abrechnungsfähig. Nicht neben Nr. 1, 3, Aufsaubere Dokumentation schließt
605	Ruhepneumographische Untersuchung	14,31 €	Im geschlossenen oder offenen System, nicht neben Nr. 60
605a	Darstellung der Fußvolumenkurve	8,16 €	Einschließlich grafischer Registrierung und Dokumentation
610	Gerätekörperphysiographie	35,26 €	Nicht neben Nr. 605

* Punktwert multipliziert mit Orientierungswert laut GOÄ/GOÄ-Übersicht
**Bewertungsgliederung ab Q II. Den kompletten EBM finden Sie unter: www.ebm.de

A&W-Wirtschaftstipp

Sprechende Medizin als wichtiger Therapiebaustein

Patienten mit COPD haben häufig einen erhöhten Gesprächsbedarf. Für diese Zwecke können Hausärzte bei gesetzlich Versicherten das problemorientierte Gespräch (GOP 03230) ansetzen. Und zwar mehrfach pro Sitzung, für jeweils mindestens zehn vollendete Minuten. Bei privat Versicherten können auch Fachärzte längere Gespräche mit einer extra Ziffer (Nr. 34) abrechnen. Damit wird die Erörterung der Auswirkung einer Krankheit auf die Lebensgestaltung in unmittelbarem Zusammenhang mit der Feststellung oder Verschlechterung einer nachhaltig lebensverändernden Erkrankung honoriert. Die Leistung muss mindestens 20 Minuten erbracht werden und kann zweimal innerhalb von sechs Monaten abgerechnet werden. Alternativ bietet sich die eingehende Beratung (Nr. 3) an - jedoch nur, wenn außer der körperlichen Untersuchung keine weiteren Leistungen erbracht werden.

Übrigens: Wer geschickt delegiert, hat mehr Zeit für seine Patienten und die Auswertung der Daten. Überlassen Sie zum Beispiel die Durchführung der Spirometrie sowie die Device-Schulung einer entsprechend gut ausgebildeten MFA.

Therapie stützt eskalieren

COPD-Patienten werden oft zu spät und dann häufig auch nicht optimal medikamentös behandelt. Auch wenn sich die Symptomatik verbessert, wird im Regelfall das Optimum nicht erreicht. Die Folge: Es können immer wieder Exazerbationen auftreten, die den Erkrankungsstatus verschlechtern, oder der Patient kann unnötig stark durch die verbleibende Symptomatik eingeschränkt sein und kommt dadurch ggf. häufiger als nötig in die Praxis. Das bedeutet mehr - und oft auch unbezahlten - Aufwand für den behandelnden Arzt. Das GOLD-Strategiepapier empfiehlt bei ICS/LABA-Therapie und bestehender Dyspnoe die zusätzliche Gabe eines LAMA (Global Strategy for the Diagnosis, Management and Prevention of COPD, Global Initiative for Chronic Obstructive Lung Disease (GOLD) 2020 Report). Dass Umeclidinium ein Kombinationspartner ist, von dem Patienten mit Exazerbationsrisiko, die bereits eine ICS/LABA-Therapie erhalten, profitieren können, zeigt u.a. die IMPACT-Studie (Lipson DA et al. N Engl J Med 2018;378:1671-1680).

A&W-Kommentar

Mit der Wahl moderner Moleküle kann die Therapie von COPD-Patienten entscheidend beeinflusst werden. So zeigen beispielsweise Untersuchungen, dass COPD-Patienten mit eingeschränkter Lungenfunktion (FEV1 = ca. 40 % des Sollis) hauptsächlich von Wirkstoffen mit einer Partikelgröße von etwa 3-µm profitieren. Bei besonders kleinen (1,5-µm) und besonders großen (5-µm) Partikeln kann im Gegensatz zur mittleren Größe nur noch die Hälfte der Wirksamkeit nachgewiesen werden (Zanen P et al. Thorax 1996; 51:977-980). Diese geeignete

Größe kommt bei Trelegy Ellipta für LABA (VI = 2,2-µm), LAMA (UMEC = 3,1-µm) und das ICS (FF = 3,9-µm) zum Einsatz. Das in der fixen Dreifachkombination verwendete ICS Fluticasonurafat hat durch eine hohe Bindungsaffinität an den Glucocorticoid-Rezeptor einen hohen therapeutischen Index, was die nur 1x tägliche Gabe ermöglicht. (Daley-Watkins PT Br J Clin Pharmacol 2015; 80:372-380, Salter M et al. J Physiol Lung Cell Mol Physiol 2007;293:L660-667).

Nina Grellmann

Der zweiseitige ABRECHNUNGSGUIDE besteht aus festen Modulen. Eine ausführliche Kasuistik (Anamnese, Befund, Therapie) samt Angabe der relevanten ICD-10-Kodes holt die Leserinnen und Leser dort ab, wo sie sich zu Hause fühlen – bei ihrer täglichen Arbeit mit den Patienten.

Kernstück des ABRECHNUNGSGUIDES bilden die beiden Tabellen zur Abrechnung von Leistungen bei gesetzlich und privat versicherten Patienten (EBM und GOÄ). Abgerundet wird die Sonderproduktion durch die Module A&W-Wirtschaftstipp und A&W-Kommentar, die Ärztinnen und Ärzten mehr Sicherheit bei Verordnung und Abrechnung geben.

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*	13.230,00	5.670,00	7.492,00	4.885,00	5.565,00	4.520,00
Gesamtpreis	17.530,00	9.970,00	11.792,00	9.185,00	9.865,00	8.820,00

* mit Agenturprovision

Alle Preise zzgl. MwSt.

5 PREISLISTE 1. JANUAR 2024

MTX

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

AUDIMAX

Erfolgreiche Praxisführung für Ärztinnen und Ärzte

ARZT & WIRTSCHAFT

AUDIMAX

Trockene, empfindliche Haut – jeder Haut hat ihre individuellen Ansprüche

Nachhaltig reparieren und regenerieren

Haben Sie an alles gedacht?

Die richtige Pflege ist entscheidend

AUDIMAX · AUSGABE OT OKTOBER/2020

Trockene und empfindliche Haut

Die passende Pflege für alle Ansprüche

Schütter, gereizte Haut – ein Wunsch, den wohl die Patienten beim Besuch einer dermatologischen Praxis in sich tragen. Dabei ist es egal, ob die Betroffenen „nur“ an trockener Haut oder einer schweren Hautkrankheit leiden. Die richtige Skarapflege kann diesen Ziel in großem Maße helfen.

ANFORDERUNG

Skarapflege ist ein zentraler Bestandteil der Hautpflege. Sie ist nicht nur ein Symptom, sondern ein Zeichen für eine gestörte Barrierefunktion der Haut. Die richtige Skarapflege ist daher ein wichtiger Bestandteil der Hautpflege.

Skarapflege ist ein zentraler Bestandteil der Hautpflege. Sie ist nicht nur ein Symptom, sondern ein Zeichen für eine gestörte Barrierefunktion der Haut. Die richtige Skarapflege ist daher ein wichtiger Bestandteil der Hautpflege.

AUSGABE OT OKTOBER/2020 · AUDIMAX

Skarapflege

Skarapflege ist ein zentraler Bestandteil der Hautpflege. Sie ist nicht nur ein Symptom, sondern ein Zeichen für eine gestörte Barrierefunktion der Haut. Die richtige Skarapflege ist daher ein wichtiger Bestandteil der Hautpflege.

Skarapflege ist ein zentraler Bestandteil der Hautpflege. Sie ist nicht nur ein Symptom, sondern ein Zeichen für eine gestörte Barrierefunktion der Haut. Die richtige Skarapflege ist daher ein wichtiger Bestandteil der Hautpflege.

AUDIMAX · AUSGABE OT OKTOBER/2020

Abrechnung

Abrechnung ist ein zentraler Bestandteil der Hautpflege. Sie ist nicht nur ein Symptom, sondern ein Zeichen für eine gestörte Barrierefunktion der Haut. Die richtige Skarapflege ist daher ein wichtiger Bestandteil der Hautpflege.

Abrechnung ist ein zentraler Bestandteil der Hautpflege. Sie ist nicht nur ein Symptom, sondern ein Zeichen für eine gestörte Barrierefunktion der Haut. Die richtige Skarapflege ist daher ein wichtiger Bestandteil der Hautpflege.

Das AUDIMAX eignet sich für die verschiedensten Kommunikationsanlässe: von einer Rundumschau 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	10.679,00	9.600,00	9.440,00	8.363,00
Veröffentlichung*	10.400,00	2.205,00	2.500,00	1.600,00	1.900,00	1.600,00
Gesamtpreis	22.995,00	10.450,00	13.179,00	11.200,00	11.340,00	9.963,00
6-seitig						
Texterstellung/ Layout/Druck	16.800,00	11.260,00	13.041,00	12.495,00	12.265,00	11.676,00
Veröffentlichung*	10.400,00	2.205,00	2.500,00	1.600,00	1.900,00	1.600,00
Gesamtpreis	27.200,00	13.465,00	15.541,00	14.095,00	14.165,00	13.276,00
8-seitig						
Texterstellung/ Layout/Druck	23.525,00	14.450,00	16.695,00	15.980,00	15.729,00	14.970,00
Veröffentlichung*	10.400,00	2.205,00	2.500,00	1.600,00	1.900,00	1.600,00
Gesamtpreis	33.925,00	16.655,00	19.195,00	17.580,00	17.629,00	16.570,00

* mit Agenturprovision

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

AKTUELLES AUS DER PRAXIS

AKTUELLES AUS DER PRAXIS



Honorarkürzungen verhindern
Möglich machen es digitale Terminmanagementsysteme

Manche Umsatzeinbußen sind vermeidbar. So etwa die übermäßigen Besuche einzelner, besonders vorsichtiger Patienten, die auch ohne medizinische Notwendigkeit in Ihre Praxis kommen. Durch die Quartalspauschale wird in vielen Fällen nur die erste Visite vergütet, bei weiteren könnten Sie ohne Vergütung arbeiten. Moderne Terminmanagementsysteme helfen, so ausgelagerte Honorarkürzungen deutlich zu reduzieren – und eröffnen Ihnen mehr Zeit für Ihre Patienten.

Jeder dritte Termin wird online gebucht
Digitale Terminmanagementsysteme wie Doctolib können Patienten so steuern, dass sie die Praxis nur einmal beziehungsweise je nach Therapie oder Bedarf auch mehrmals im Quartal aufsuchen. Dazu legen die Ärztin oder der Arzt einfach fest, wie viele Termine welcher Art der Patient im Quartal buchen kann. Auf diese Weise erhalten Sie ein faires Honorar und gewinnen Zeit, um weitere Patienten zu behandeln. Die Patienten erleben das Terminbuchungssystem indes als bequemen Service. Denn damit können sie eigenständig Termine buchen: online und zwar immer dann, wenn sie Zeit haben, unabhängig von den Öffnungszeiten der Praxis – bis zu jeder

2 FRAGEN AN DR. GÜL KARNAS, FACHÄRZTIN FÜR ORTHOPÄDIE IN BERLIN

Wie macht sich die Nutzung von Doctolib für ihr Team bemerkbar?
„Unsere Erwartungen an die Entlastung am Telefon wurden sogar deutlich übertroffen. Wir haben heute rund 60 Prozent weniger telefonische Terminanfragen und -abstimmungen. Die gewonnene Zeit können wir für viele andere Tätigkeiten nutzen und so noch wirtschaftlicher arbeiten.“

Was schätzen die Patienten am Service?
„Unsere Patienten müssen nicht mehr in einer lästigen Warteschleife am Telefon hängen, da sie jederzeit einen Termin online buchen können.“

➔ Mit der Software kam unser Team sofort gut zurecht, durch die vielen praktischen Funktionen ist das Terminmanagement effizienter geworden. ➔



„Mit der Software kam unser Team sofort gut zurecht, durch die vielen praktischen Funktionen ist das Terminmanagement effizienter geworden.“

„dritte Termin wird online gebucht.“ Für Ihre Mitarbeiter bedeutet das eine enorme Entlastung von den sonst dauerklingenden Telefonen. Diesen Online-Service wissen gerade Privatpatienten zu schätzen – bis zu jeder zweite Patient, der über Doctolib bucht, ist privat versichert.* Sobald ein Termin in der Praxis vergeben wird, steht dieser Termin im selben Augenblick nicht mehr online zur Verfügung. Die Synchronisation findet automatisch statt. Wenn es eine Online-Buchungsoption gibt, buchen Patienten besonders gern abends und am Wochenende. Jede zweite Online-Buchung wird außerhalb der Sprechzeiten getätigt.

58 Prozent weniger Terminausfälle

- Durch die erhöhte Sichtbarkeit im Internet werden Neupatienten ganz leicht auf Ihre Praxis aufmerksam. Pro Behandler können bis zu 48 Neupatienten im Monat gewonnen werden.*
- Über die Steuerung der Patientenfillese schafft die Praxis zudem effiziente Strukturen, die die Wirtschaftlichkeit erhöhen.
- Leistungen der Praxis erreichen online mit dem Doctolib-Profil eine bessere Sichtbarkeit.

Ärgerliche Ausfälle durch Patienten, die nicht erscheinen, können Sie ebenfalls erheblich reduzieren. Denn per SMS können Patienten eine automatische Terminerinnerung erhalten. In Kombination mit der digitalen Warteliste lassen sich so Leerzeiten um bis zu 58 Prozent* reduzieren. Wird ein Termin frei, rücken wartende Patienten automatisch nach. Für Ihre Patienten bedeutet das kürzere Wartezeiten, für Ihre Praxis eine volle Auslastung. Auch Recall können automatisiert und digital erfolgen, beispielsweise für die Verabreichung eines Termins zur Fußdruck- oder Knochendichtemessung. Tatsächlich resultiert jede fünfte Erinnerung in einem Termin.*

* Quellen: info.doctolib.de

Zahlen & Fakten: Doctolib auf einen Blick

- 2013 in Frankreich gegründet, heute eines der führenden E-Health-Unternehmen in Europa
- Insgesamt über 135.000 registrierte Ärzte in Deutschland und Frankreich
- Rund 10.000 Ärzte in Deutschland sowie 200 Kliniken und MYZ nutzen diesen Service

Weitere Informationen unter:
doctolib.info/de/br
Lassen Sie sich unverbindlich beraten unter: 030 255585428



Impressum für Sonderredaktionen: Verantwortliche Redaktion: VU-LE-Dr. Medien Markt AG, Anschrift: Medical Tribune Verlagsgesellschaft mbH, Geschäftsadresse: ARZT & WIRTSCHAFT, Außenverlag Leipzig, Straße 1, 04099 Leipzig, Telefon: 08991 025-0.

AKTUELLES AUS DER PRAXIS kommuniziert klar, prägnant und einprägsam die wichtigen Informationen zu Ihren Non-Pharma Produkten/Dienstleistungen an niedergelassene Ärztinnen und Ärzte. Der Umfang dieses redaktionell gestalteten Beitrags ist eine Seite.

Preise € (Kundennetto)	Allgemeinärzte, Praktiker, Internisten	Dermatologen	Gynäkologen	Orthopäden/ Rheumatologen	Pädiater	Urologen
1-seitig						
Texterstellung/ Layout	2.250,00	2.250,00	2.250,00	2.250,00	2.250,00	2.250,00
Veröffentlichung*	6.615,00	3.465,00	4.673,00	3.150,00	3.570,00	2.835,00
Gesamtpreis	8.865,00	5.715,00	6.923,00	5.400,00	5.820,00	5.085,00

* mit Agenturprovision

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

ANALYTICS

Analytics

SCHREIBEN | BEWERTEN | VERGLEICHEN | ABRECHNEN

ARZT & WIRTSCHAFT

Austausch von Biologika Wirtschaftlich und sicher verordnen

Im August dieses Jahres hat der Gemeinsame Bundesausschuss (G-BA) beschlossen, die bei der Verordnung von Original-Biologika und Biosimilars zu beachten sind. Was das für die ärztliche Praxis konkret bedeutet, lesen Sie hier.

1. A&W-Wirtschaftslebenszyklus

Wirtschaftlichkeitsprinzip und Biosimilar-Quoten

Das Wirtschaftlichkeitsprinzip (W) ist das Prinzip, dass die Leistungen von Biosimilars wirtschaftlich und sicher zu sein müssen. Dies bedeutet, dass die Kosten für die Versorgung der Patienten nicht höher sein dürfen als die Kosten für die Versorgung mit Original-Biologika.

2. A&W-Regelungsprinzip

Wirtschaftliche und rechtliche Aspekte

Die A&W-Regelungen zielen darauf ab, die Kosten für die Versorgung der Patienten zu senken, indem sie die Verwendung von Biosimilars fördern. Dies geschieht durch die Festlegung von Quoten für die Verwendung von Biosimilars und die Einführung von Vergütungsänderungen.

Analytics

ARZT & WIRTSCHAFT

ARZT & WIRTSCHAFT

3. A&W-Literatur

Arztliche Verantwortung bei der Verordnung von Biosimilars

Die ärztliche Verantwortung bei der Verordnung von Biosimilars ist ein zentraler Aspekt der A&W-Regelungen. Sie umfasst die Pflicht, die Indikation für die Verordnung von Biosimilars zu prüfen und die Patienten vor Risiken zu warnen.

4. A&W-Regelungen

Wirtschaftliche und rechtliche Aspekte

Die A&W-Regelungen zielen darauf ab, die Kosten für die Versorgung der Patienten zu senken, indem sie die Verwendung von Biosimilars fördern. Dies geschieht durch die Festlegung von Quoten für die Verwendung von Biosimilars und die Einführung von Vergütungsänderungen.

Analytics

ARZT & WIRTSCHAFT

ARZT & WIRTSCHAFT

5. A&W-Regelungen

Wirtschaftliche und rechtliche Aspekte

Die A&W-Regelungen zielen darauf ab, die Kosten für die Versorgung der Patienten zu senken, indem sie die Verwendung von Biosimilars fördern. Dies geschieht durch die Festlegung von Quoten für die Verwendung von Biosimilars und die Einführung von Vergütungsänderungen.

6. A&W-Regelungen

Wirtschaftliche und rechtliche Aspekte

Die A&W-Regelungen zielen darauf ab, die Kosten für die Versorgung der Patienten zu senken, indem sie die Verwendung von Biosimilars fördern. Dies geschieht durch die Festlegung von Quoten für die Verwendung von Biosimilars und die Einführung von Vergütungsänderungen.

Analytics

ARZT & WIRTSCHAFT

ARZT & WIRTSCHAFT

7. A&W-Regelungen

Wirtschaftliche und rechtliche Aspekte

Die A&W-Regelungen zielen darauf ab, die Kosten für die Versorgung der Patienten zu senken, indem sie die Verwendung von Biosimilars fördern. Dies geschieht durch die Festlegung von Quoten für die Verwendung von Biosimilars und die Einführung von Vergütungsänderungen.

8. A&W-Regelungen

Wirtschaftliche und rechtliche Aspekte

Die A&W-Regelungen zielen darauf ab, die Kosten für die Versorgung der Patienten zu senken, indem sie die Verwendung von Biosimilars fördern. Dies geschieht durch die Festlegung von Quoten für die Verwendung von Biosimilars und die Einführung von Vergütungsänderungen.

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 á 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
4-seitig						
Texterstellung/ Layout	5.100,00	5.125,00	5.125,00	5.125,00	5.125,00	5.125,00
Veröffentlichung*	18.900,00	7.775,00	9.702,00	6.490,00	7.425,00	6.206,00
Gesamtpreis	24.000,00	12.900,00	14.827,00	11.615,00	12.550,00	11.331,00

* 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, Ausschlussfähigkeit

1. Für die Annahme und die Veröffentlichung aller Werbeaufträge sowie Folgeaufträge gelten ausschließlich die vorliegenden AGB sowie die zum Zeitpunkt des Vertragsabschlusses 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 zur 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 Erscheinung mit dem Unternehmen abzustimmen. Textilanzeigen müssen sich schon durch ihre Druckschrift 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 Agenturtätigkeit 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 Auftrags 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 Kaufläuten 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 Zahlungsverminderung in dem Ausmaß geltend zu machen, in dem der Zweck des Werbemittels beeinträchtigt wurde. Bei unwesentlichen Mängeln ist der Rücktritt ausgeschlossen. Gewährleistungsansprüche von Kaufläuten 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 Kaufläute, 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



Franziska Daschner
Redaktionsassistentin

T +49 8191 305 55-31
franziska.daschner@
medtrix.group



Lutz Gey
Key Account Manager

T +49 8191 305 55-13
lutz.hey@
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!**