

Fünf STARKE Titel - eine Rabattstaffel: AMT, CTJ, KPH, MPJ, PPT

MPJ 2012 MEDIA-INFORMATION VORSPRUNG DURCH MEHR WISSEN



WVG

Wissenschaftliche Verlagsgesellschaft Stuttgart

Verlag:

Wissenschaftliche Verlagsgesellschaft Stuttgart, Birkenwaldstraße 44, 70191 Stuttgart
Postfach 10 10 61, 70009 Stuttgart, Telefon (07 11) 25 82-0, Telefax (07 11) 25 82-290
anzeigen@wissenschaftliche-verlagsgesellschaft.de, www.medizinprodukte-journal.de

Geschäftsführung:

Dr. Christian Rotta, Dr. Klaus G. Brauer

Herausgeber:

Dr. Annika S. Bien, Bad Homburg v.d.H.
Dr. Volker Lücker, Essen
Dr. Gert H. Schorn, Meckenheim/Bonn
Dr. Heike Wachenhausen, Basel

Redaktion:

Dr. Bettina Hellwig, Telefon (0 75 31) 3699 480, Telefax (0 75 31) 3699 535

Leitung Media:

Kornelia Wind, Telefon (07 11) 25 82-245, Telefax (07 11) 25 82-252
E-Mail: kwind@wissenschaftliche-verlagsgesellschaft.de

**Mediaberatung
und -disposition:**

Karin Hoffmann, Telefon (07 11) 25 82-242, Telefax (07 11) 25 82-263
E-Mail: khoffmann@wissenschaftliche-verlagsgesellschaft.de

Mediaberatung:

Dr. Axel Sobek, Kurt-Schumacher-Straße 54, 50374 Erftstadt
Telefon (0 22 35) 77 07-54, Telefax (0 22 35) 77 07-53
E-Mail: asobek@wissenschaftliche-verlagsgesellschaft.de

Medizinprodukte Journal

Journal für Wissenschaft und Praxis, Handel und Anwender

Inhalt:

- | | | |
|------|----------|--------------------------------|
| 4-5 | 1 | Titelporträt |
| 6 | T | Terminplan |
| 7-8 | P | Preisliste |
| 9-13 | F | Formate und technische Angaben |
| 14 | 2 | Auflagen-Analyse |



Die Medienmarke:

Zielgruppe:

Führungskräfte, Entscheidungsträger, Verantwortliche und Mitarbeiter in der Forschung, Entwicklung und Herstellung von Medizinprodukten und Arzneimitteln.

Anwender und Verwender wie Ärzte, Techniker und sonstige Therapeuten, Apotheker, medizinisches und pharmazeutisches Hilfspersonal. Krankenhäuser, sonstige Sozialeinrichtungen, Krankenkassen, Bundes-, Landes- und Kommunalbehörden, Prüfstellen, Sachverständige und Berater, Juristen Verwaltungen und Presse.

Themenspektrum:

Das MPJ behandelt Themen zur Anwendung und Verwendung von Medizinprodukten sowie das dazugehörige Recht,

Angebot der Medienmarke Medizinprodukte Journal

- **Medizinprodukte Journal (MPJ):** vierteljährlich erscheinende Fachzeitschrift, im 19. Jahrgang



1 Medizinprodukte Journal (MPJ)

2 Kurzcharakteristik:

Das **MPJ – Medizinprodukte Journal** – berichtet für Wissenschaft, Theorie und Praxis über die Entwicklung, Herstellung, Qualitätssicherung, Prüfung, Kontrolle und Überwachung, das Inverkehrbringen, das Betreiben und das Anwenden von Medizinprodukten in Europa und hier insbesondere in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Unter den Oberbegriff „Medizinprodukt“ fällt eine breite, heterogene Produktpalette: von Verbandstoffen, Produkten zur Kranken- und Altenversorgung, ärztlichen Instrumenten und Einrichtungsgegenständen, Implantaten, medizinischen Geräten bis hin zu Computertomographen und dazugehöriger Software. Außerdem gehören auch arzneimittelähnliche Produkte, mit Arzneimitteln kombinierte Medizinprodukte und Medizinprodukte, die originär Medizinprodukte sind, aber in rechtlich definierten Fällen dem Arzneimittelrecht unterworfen werden.

Das **MPJ** behandelt Themen, die unmittelbar und im weiten Sinne auch mittelbar Medizinprodukte betreffen. Schwerpunkte der Berichte und Informationen betreffen die Entwicklung, Herstellung, den Handel und die Werbung, die Anwendung und Verwendung von Medizinprodukten sowie das dazugehörige und angrenzende Recht, dessen Fortentwicklung und Auslegung in Europa allgemein und insbesondere in Deutschland, Österreich und in der Schweiz.

Die **MPJ**-Autoren sind in- und ausländische Experten der jeweiligen Gebiete aus der Praxis, Wissenschaft, Verbänden und Behörden.

Das **MPJ** betrifft medizinische und technische Forschung und Entwicklung, Herstellung, Einkauf und Verkauf, Import und Export, Warenbewirtschaftung und -qualitätssicherung, Anwendung und Verwendung, Marketing und Werbung, Personal- und Sozialverwaltung, Wissenschaft und Lehre, Rechtsetzung, -auslegung und Rechtsprechung.

3 Zielgruppe:

Das **MPJ** richtet sich an Führungskräfte, Entscheidungsträger und Verantwortliche aber auch an Mitarbeiter in der Forschung, Entwicklung und Herstellung von Medizinprodukten und Arzneimitteln sowie deren Vorprodukte, an Anwender und Verwender wie Techniker, Ärzte und sonstige Therapeuten, Apotheker, medizinisches und pharmazeutisches Hilfspersonal, an Krankenhäuser und sonstige Sozialeinrichtungen, an Krankenkassen, Bundes-, Landes- und Kommunalbehörden, Prüfstellen, Sachverständige und Berater sowie an Juristen, Verwaltungen und Presse.

4 **Erscheinungsweise:** vierteljährlich

5 **Heftformat:** 210 x 297 mm, DIN A4

6 **Jahrgang:** 19. Jahrgang 2012

7 **Bezugspreis:**

Jahresabonnement: € 162,00 zzgl. Versandkosten
Studenten: € 93,00 zzgl. Versandkosten
Versandkosten Inland: € 14,80
Versandkosten Ausland: € 19,80
Einzelpreis: € 44,00

8 Organ:

-

9 Mitgliedschaften:

-

10 Verlag:

Wissenschaftliche
Verlagsgesellschaft Stuttgart
Postfach 101061
70009 Stuttgart
www.wissenschaftliche-
verlagsgesellschaft.de
Telefon (07 11) 25 82-0
Telefax (07 11) 25 82-290

Geschäftsführung:

Dr. Christian Rotta,
Dr. Klaus G. Brauer

11 Herausgeber:

Dr. Annika S. Bien, Bad Homburg v.d.H.
Dr. Volker Lücker, Essen
Dr. Heike Wachenhausen, Basel

12 Leitung Media:

Kornelia Wind
Telefon (07 11) 25 82-245
Telefax (07 11) 25 82-252
E-Mail kwind@wissenschaftliche-
verlagsgesellschaft.de

**Mediaberatung/
-disposition:**

Karin Hoffmann
Telefon (07 11) 25 82-242
Telefax (07 11) 25 82-263
E-Mail khoffmann@wissenschaftliche-
verlagsgesellschaft.de

Mediaberatung:

Dr. Axel Sobek,
Kurt-Schumacher-Straße 54,
50374 Erftstadt
Telefon (0 22 35) 77 07-54
Telefax (0 22 35) 77 07-53
E-Mail asobek@wissenschaftliche-
verlagsgesellschaft.de

13 Redaktion:

Telefon
Telefax
E-Mail
MPJ-Website

Telefon
E-Mail

Beirat:

Dr. Bettina Hellwig, Fachjournalistin,
Am Guckenbühl 13, 78465 Konstanz
(07531) 3699-480
(07531) 3699-535
bhellwig@bettina-hellwig.de
Thiemo Steinrücken, Emilienstrasse 28
12277 Berlin
(030) 7201 7766
ulthiemo@online.de

Repräsentanten und Experten aus

- medizinischen, pharmazeutischen
und technischen Bereichen
- Wissenschaft, Forschung und
Entwicklung
- Handel und Verbänden
- Behörden Deutschlands,
Österreichs und der Schweiz
- EG und EFTA

14 Umfangs-Analyse 2010 = 4 Ausgaben

Gesamtumfang:	336 Seiten	=	100,0 %
Redaktionsteil:	309 Seiten	=	92,0 %
Anzeigenteil:	27 Seiten	=	8,0 %
davon:			
Stellen- und Gelegenheitsanzeigen	1 Seite	=	3,7 %
Verlagseigene Anzeigen	19 Seiten	=	70,4 %
Einhefter	0 Seiten	=	0,0 %
Beilagen	4 Stück		

15 Inhalts-Analyse**Redaktion:**

-

Terminkalender

Nummer	Erscheinungsweise vierteljährlich	Anzeigenschluss/ Druckunterlagenschluss	
01	10.02.2012	20.01.2012	
02	11.05.2012	20.04.2012	
03	10.08.2012	20.07.2012	10.10. -13.10.2012 Rehacare, Düsseldorf
04	09.11.2012	19.10.2012	14.11. -17.11.2012 Medica, Düsseldorf

1 Anzeigenformate und Preise:

Allen Preisen ist der jeweils gültige gesetzliche Mehrwertsteuersatz hinzuzurechnen. Rabattstafel siehe Ziffer 3.

Format	Breite x Höhe Anschnitt in mm	Breite x Höhe Satzspiegel in mm	Grundpreis s/w €	Anzeigenpreis in € (rabattfähig)		
				Euroskala 2c €	Euroskala 3c €	ISO-Skala 4c €
1/1 Seite	210 x 297	182 x 262	2014,-	2269,-	2524,-	2779,-
2/3 Seite hoch	130 x 297	112 x 262	1342,-	1597,-	1852,-	2107,-
2/3 Seite quer	210 x 190	182 x 164	1342,-	1597,-	1852,-	2107,-
1/2 Seite hoch	105 x 297	87 x 262	1103,-	1358,-	1613,-	1868,-
1/2 Seite quer	210 x 148	182 x 128	1103,-	1358,-	1613,-	1868,-
1/3 Seite hoch	70 x 297	56 x 262	771,-	1026,-	1281,-	1536,-
1/3 Seite quer	210 x 99	182 x 87	771,-	1026,-	1281,-	1536,-
1/4 Seite hoch		87 x 128	610,-	865,-	1120,-	1375,-
1/4 Seite quer	210 x 74	182 x 60	610,-	865,-	1120,-	1375,-
2. + 4. Umschlagseite je						3001,-

2 Zuschläge:

Platzierung: 2. + 4. Umschlagseite je 222,- Euro
 Farbe: Genannte Preise gelten pro Farbkanal im CMYK-Modus nach ISO-Skala. Farbzuschläge sind rabattfähig. Preise für Sonderfarben auf Anfrage
 Format: Es wird kein Anschnittzuschlag erhoben

3 Rabatte:

bei Abnahme innerhalb eines Insertionsjahres (Beginn mit dem Erscheinen der ersten Anzeige)

Malstafel		Mengenstafel	
2-maliges Erscheinen	3%	1 Seite	3%
4-maliges Erscheinen	5%	ab 2 Seiten	5%
6-maliges Erscheinen	10%	ab 4 Seiten	10%
12-maliges Erscheinen	15%	ab 6 Seiten	15%
		ab 12 Seiten	20%

Beilagen und technische Kosten sind nicht rabattfähig

Kombinationen:

Gesamt-Kombi: Krankenhauspharmazie, Arzneimitteltherapie, Chemotherapie Journal, Psychopharmakotherapie und Medizinprodukte Journal: **5 starke Titel – ein Gesamtseitenrabatt.**

4 Rubriken:

-

5 Sonderwerbformen:

Sonderpublikationen auf Anfrage
Sonderdrucke auf Anfrage

Technische Daten, Beschnittschema, Anlieferadressen:
siehe Modul F, Formate Seite 12

Einhefter/Durchhefter: -

Beilagen (nicht rabattfähig):

Preise (inkl. Postgebühren*):

Allen Preisen ist der jeweils gültige gesetzliche Mehrwertsteuer-
satz hinzuzurechnen.

Technische Kosten bis 25 g	€ 200,- %
je weitere angefangene	
5 g zusätzlich	€ 12,50 %
Höchstformat:	200 x 295 mm
Benötigte Liefermenge:	Zeitschriftenauflage + 3% Zuschuss
Anlieferungstermin:	2 Wochen vor Erscheinen

Aufgeklebte Werbemittel (nicht rabattfähig):

Preise (inkl. Postgebühren*):

Allen Preisen ist der jeweils gültige gesetzliche Mehrwertsteuer-
satz hinzuzurechnen.

Technische Kosten (Postkarten usw.) € 75,- %

Prospekt/Warenmuster:	auf Anfrage nach Vorlage eines Musters
Benötigte Liefermenge:	Zeitschriftenauflage + 3% Zuschuss
Anlieferungstermin:	2 Wochen vor Erscheinen

*Postgebühren:

Unter drei Millimeter Höhe werden keine Postkosten mehr
berechnet. Zusätzliche Postkosten entstehen dann, wenn die
Beilage ab 3 bis 30 Millimeter hoch ist.

Gegenstände	Cent pro Stück
3,0 mm bis 5,4 mm	5,00
5,5 mm bis 10,4 mm	7,50
10,5 mm bis 30,0 mm	10,00

6 Beratung, Buchung, Datenlieferung, Rechnungen, Belege:

Karin Hoffmann, Mediaberatung
Tel. (07 11) 25 82-242

Mediaberatung

Dr. Axel Sobek
Tel. (0 22 35) 77 07-54

7 Zahlungsbedingungen:

Zahlbar innerhalb 30 Tagen nach Rechnungserhalt,
bei Zahlung innerhalb 8 Tagen 2% Skonto.

Bankverbindung:

Baden-Württembergische Bank
(BLZ 600 501 01) Konto-Nr. 2029 845
Postbank Stuttgart
(BLZ 600 100 70) Konto-Nr. 27 380-703

Agenturprovision:

10% (nicht auf durchlaufende Posten)

Unsere allgemeinen Geschäftsbedingungen für Anzeigen und
Fremdbeilagen in Zeitungen und Zeitschriften finden Sie im Inter-
net unter: [www.wissenschaftliche-verlagsgesellschaft.de/media-
agb](http://www.wissenschaftliche-verlagsgesellschaft.de/media-
agb)

1 Zeitschriftenformat:

DIN A4
B 210 x H 297 mm beschnitten
B 216 x H 303 mm unbeschnitten
3 mm Beschnitt je Anschnittkante

Satzspiegel:

B 182 x H 262 mm, 3 Spalten je 55 mm,
2 Spalten je 85 mm

2 Druck- und Bindeverfahren: Offset, 60er Raster, Rückendrahtheftung

3 Datenübermittlung:

Ankündigungen, Auskünfte, Abstimmung usw. bei Übermittlungen digitaler Druckunterlagen:

Ihre Ansprechpartnerin: Karin Hoffmann
Telefon (07 11) 2582-242
Telefax (07 11) 2582-263
E-Mail khoffmann@wissenschaftliche-verlagsgesellschaft.de

Per FTP-Server: auf Anfrage

4 Dateiformate: Wir bitten grundsätzlich um Übersendung eines druckfähigen PDF (composite) als Druckunterlage. Wir bevorzugen hierbei das Format PDF-X1a, da hier nur CMYK-Bilder eingestellt werden können. PDF-X3-Formate mit CMYK-Bildern (ohne RGB-Bilder) können ebenfalls weiter verarbeitet werden. Alle Schriften müssen im PDF eingebunden sein, bitte ohne Untergruppen.

PDFs dürfen keine Transparenzen enthalten.

Bei einer Transparenzreduzierung in der Weiterverarbeitung kann keine Garantie übernommen werden. *Nicht* verarbeitet werden können: RGB-Bilder, LAB-Bilder, DCS-Bildformate, Duplexbilder mit Sonderfarben, Haarlinien.

In Ausnahmefällen können auf Anfrage auch offene Daten für Mac verarbeitet werden. Bitte stimmen Sie sich unbedingt vorher mit uns ab! Einen Mehraufwand stellen wir gegebenenfalls in Rechnung.

Datenträger/-empfänger:

E-Mail (bei Datenmenge unter 30 MB)

CD-Rom, DVD

FTP-Server auf Anfrage

Zusammen mit dem Datenträger bzw. der FTP-Übermittlung werden alle Informationen über Zeitschrift/Titel/belegte Ausgabe, Absender/Firma/Kunde, Betriebssystem, verwendete Programmversionen, Datei-Namen sowie Anzahl und Namen der Druckfarben benötigt.

Grafiken/Auflösung:

Rasterabbildungen sollten eine Auflösung zwischen 250 und 300 dpi haben, Strichabbildungen Minimum 600 dpi.

Preise: Für die Übernahme digitaler Anzeigen gelten die nachfolgenden Preise. Fehlbelichtungen aufgrund von unvollständigen oder fehlerhaften Dateien, falschen Einstellungen oder unvollständigen Angaben werden berechnet. Das gilt gleichermaßen für zusätzliche Satz- oder Lithoarbeiten sowie für die Erstellung fehlender Proofs.

Bearbeitung:

Erstellung eines digitalen Proofs:

bis Format DIN A4 € 33,-

bis Format DIN A3 € 65,-

Stundensatz für DTP-Arbeiten:

Erkannte Datei-Fehler werden auf Wunsch des Kunden und nach Absprache des erforderlichen Arbeitsaufwandes soweit wie möglich bearbeitet. Eingriffe werden nach Zeitaufwand pro Stunde berechnet mit € 90,-, mindestens mit € 25,-.

Alle anderen Arbeiten im Bereich der Druckvorstufe nach Aufwand auf Anfrage.

5 **Farben: Druckfarbe CMYK nach ISO 12647-2C (PSO).**

Von jeder zu belichtenden Seite wird ein verbindlicher Proof benötigt. Für Anzeigen mit Sonderfarben (Pantone, HKS) wird zum farbverbindlichen Proof zusätzlich ein Ausdruck des Sonderfarbenkanals mit den genauen Farbbezeichnungen benötigt. Farbdrucke vom Farbkopierer oder PC-Drucker sind nicht druckverbindlich.

6 **Proof:** Für den Druck von Anzeigen in CMYK ist **unbedingt ein druck- und farbverbindlicher Proof nach ISOcoated_v2.icc FOGRA39 mit Medienkeil erforderlich!**

7 **Datenarchivierung:** Daten werden archiviert, unveränderte Wiederholungen sind daher in der Regel möglich. Eine Datengarantie wird jedoch nicht übernommen.

8 **Gewährleistung:** Nur was auf dem Datenträger vorhanden ist, kann belichtet werden. Für Abweichungen in Texten, Abbildungen und insbesondere Farben übernimmt der Verlag keine Haftung. **Der Druck von Farbanzeigen ohne druckverbindliches Proof und ohne Medienkeil erfolgt ohne Gewährleistung. Reklamationen sind somit ausgeschlossen. Dies gilt auch, falls Proof und Druckunterlage nicht identisch sind.**

Wir gehen davon aus, dass es sich bei den uns zugeleiteten und übergebenen Dateien um Kopien handelt und übernehmen für deren Bestand keine Haftung.

9 **Kontakt:** Karin Hoffmann
Telefon (0711) 2582-242
E-Mail khoffmann@wissenschaftliche-verlagsgesellschaft.de

10 Beispiele der Anzeigengrößen MPJ

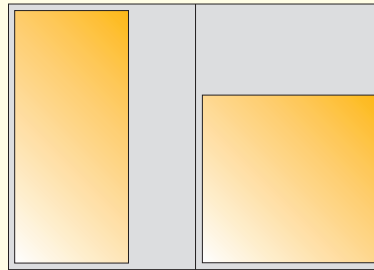
Anschnittformat zzgl. 3 mm Beschnitt allseitig



1/1 Seite

Satzspiegel: 182 x 262 mm

Anschnitt: 210 x 297 mm



hoch

2/3 Seite

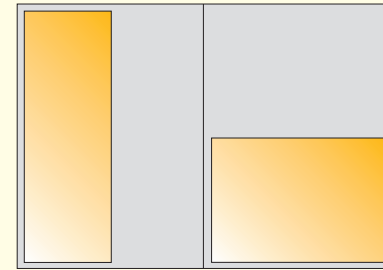
quer

112 x 262 mm

Satzspiegel: 182 x 164 mm

130 x 297 mm

Anschnitt: 210 x 190 mm



hoch

1/2 Seite

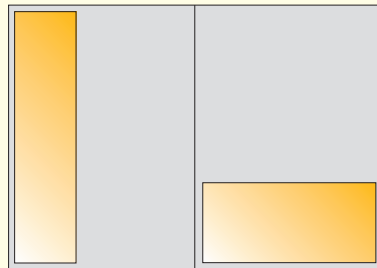
quer

87 x 262 mm

Satzspiegel: 182 x 128 mm

105 x 297 mm

Anschnitt: 210 x 148 mm



hoch

1/3 Seite

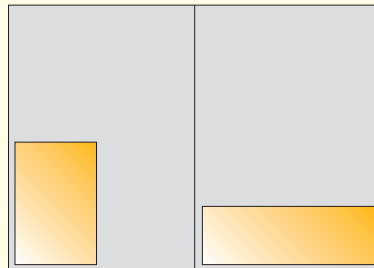
quer

56 x 262 mm

Satzspiegel: 182 x 87 mm

70 x 297 mm

Anschnitt: 210 x 99 mm



hoch

1/4 Seite

quer

87 x 128 mm

Satzspiegel: 182 x 60 mm

87 x 297 mm

Anschnitt: 210 x 74 mm

1 Beilagen (nicht rabattfähig):

Vor Auftragsannahme und -bestätigung ist die Vorlage eines verbindlichen Musters, notfalls eines Blindmusters mit Größen und Gewichtsangabe erforderlich. Beilagen müssen so gestaltet sein, dass sie als Werbung erkennbar sind und nicht mit dem Redaktionsstil verwechselt werden können. Die Platzierung von Beilagen ist abhängig von den technischen Möglichkeiten.

Benötigte Auflage: Druckauflage + 3% Zuschuss
Anliefertermin: 2 Wochen vor Erscheinen

Format: siehe Termin- und Themenplan S.6

Versandanschrift: Ungeheuer + Ulmer
Körnerstr. 14-18

71634 Ludwigsburg
Liefervermerk: Für MPJ, Ausgabe ...

Technische Daten:

Beilagen werden lose eingelegt. Sie müssen aus einem Stück und so beschaffen sein, dass eine zusätzliche Bearbeitung entfällt. Erschwernisse bei der Verarbeitung und zusätzliche Arbeiten werden gesondert in Rechnung gestellt.

Beilagen, die auf einem anderen Werkstoff als Papier gedruckt sind, können nur nach Vorlage eines verbindlichen Musters zur Prüfung der Möglichkeiten von Verarbeitung und Versand angenommen werden.

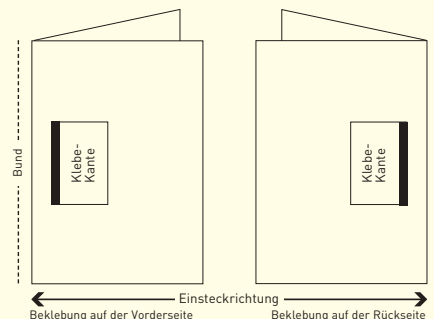
2 Aufgeklebte Werbemittel (nicht rabattfähig):

Aufgeklebte Werbemittel (Postkarten, Prospekte, Warenproben o. Ä.) auf Einheftern oder ganzseitigen Anzeigen müssen zusätzlich zum Träger und den Kosten für die technische Verarbeitung wie Beilagen berechnet werden. Vor Auftragsannahme und -bestätigung ist die Vorlage des Anzeigenmotivs mit aufgeklebtem Werbemittel erforderlich.

Warenmuster können nur nach Vorlage eines verbindlichen Musters zur Prüfung der Möglichkeiten von Verarbeitung und Versand angenommen werden.

Technische Angaben:

Bei aufgeklebten Postkarten oder Warenmustern sollten die Klebekanten parallel zum Bund und zum Bund hin liegen.



Benötigte Auflage: Druckauflage + 3% Zuschuss
Anliefertermin: 2 Wochen vor Erscheinen
Format: siehe Termin- und Themenplan S.6
Versandanschrift: Maximal 200 x 295 mm
Ungeheuer + Ulmer
Körnerstr. 14-18
71634 Ludwigsburg
Liefervermerk: Für MPJ, Ausgabe ...



MEDIA-INFORMATIONEN

Auflagen und Verbreitungsanalyse

Gültig ab 1.10.2011

1 Auflagenkontrolle

-

2 Auflagen-Analyse:

Exemplare pro Ausgabe im Jahresdurchschnitt
(1. Juli 2010 bis 30. Juni 2011)

Druckauflage	1.900		
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	1.386	davon Ausland	44
Verkaufte Auflage	960	davon Ausland	42
Abonnierte Auflage	960	davon Mitgliedschaften	-
Einzelverkauf	-		
Sonstiger Verkauf	-		
Freistücke	426		
Rest-, Beleg- und Archivexemplare	514		

3 Geographische Verbreitungs-Analyse

Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächlich Verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Inland	96,82	1.342
Ausland	3,18	44
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	100,00	1.386