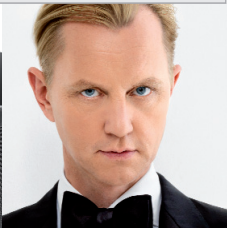
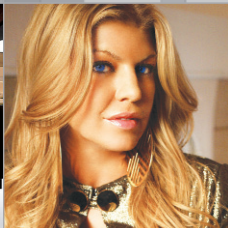


Verlag otello media

Das Musikmagazin im Deutschen Ärzteblatt

tonart



Mediadaten 2012 | Preisliste Nr. 12 gültig ab 1.1.2012

2. Zeitschriftenprofil, Zielgruppe

3. Verlagsangaben, Ansprechpartner

4. Anzeigenpreise und Rabatte

5. Anzeigenformate

6. Termine

7. Technische Angaben

8. Leserprofil

10. Geschäftsbedingungen



tonart ist ein Supplement im **Deutschen Ärzteblatt**, dem meist-gelesenen Titel der gesamten ärztlichen Fachpresse. Die hohe Frequenz der wöchentlichen Erscheinungsweise empfiehlt das Ärzteblatt mit **ausgezeichneten Media-Leistungswerten** als führenden Werbeträger bei der Zielgruppe Arzt. **tonart** nutzt diesen hochwertigen Verteiler erfolgreich seit **über 11 Jahren**, erreicht mit 70.000 Exemplaren als Beilage im IVW-geprüften Deutschen Ärzteblatt sämtliche niedergelassenen Fachärztinnen und Fachärzte in Deutschland. **tonart** ist somit ein fester Begriff innerhalb der Ärzteschaft.

Mittlerweile ist **tonart** eines der führenden Musikmagazine in Deutschland. Unsere namhaften Autoren berichten über Pop, Jazz, World Music, Klassik und Entertainment. **tonart** ist vor allem auch ein **Servicemedium**: Tipps und Kritiken beraten die Ärzteschaft kompetent beim Kauf von CDs, DVDs und HiFi-Geräten. Festival- und Konzert-Termine vernetzen Medium, Leserschaft und das Live-Erlebnis Musik.

Ein hoher Anteil der Ärzteschaft hat selbst ein Instrument erlernt. **Aktiv Musizierern** hat bei Ärzten Tradition und Zukunft: keine andere Berufsgruppe organisiert sich neben dem Job in so vielen Orchestern, Big- und Rockbands. Vor dem Hintergrund dieser **hohen Musik-Affinität** funktioniert **tonart** durch Kaufkraft, Bildung und Anspruch der Ärzteschaft als ein Medium mit großer Werbeeffizienz.

Coverbilder v. l. n. r.: Universal Music, Yamaha, Universal Music, Sony Music Entertainment, Sony Classics, Loewe, Universal Music

3 | Verlagsangaben, Ansprechpartner

Herausgeber

Christian Scharf

Verlag

Verlag otello media
Christian Scharf
Preysingstrasse 50
81667 München

fon ++49 (0)89 45 70 98 - 70

fax ++49 (0)89 45 70 98 - 71

email office@tonartmagazin.de

Marketing & Anzeigen

m.p.c. media

fon ++49 (0)171 - 244 08 45

email MMmoehring@aol.com

Anzeigenannahme

Verlag otello media
Preysingstrasse 50
81667 München

fon ++49 (0)89 45 70 98 - 70

fax ++49 (0)89 45 70 98 - 71

email grafik@otello.cc

Erscheinungsweise

4 x jährlich

Verbreitete Auflage

70.000 Exemplare als Beilage im
IVW-geprüften Deutschen Ärzteblatt.

Vertrieb

DEUTSCHES ÄRZTEBLATT/
Teilaufgabe Praxisausgabe.

Zahlungsbedingungen

14 Tage nach Rechnungsdatum
ohne Abzug,
2% Skonto bei Bezahlung
innerhalb von 7 Tagen,
3% Skonto bei Vorauszahlung

Bankverbindung

Donner & Reuschel AG
Kto-Nr. 25 21 180
BLZ 200 303 00
IBAN DE92200303000252118000
SWIFT-BIC CHDBDEHHXXX

4 | Anzeigenpreise und Rabatte

Anzeigenpreise	Seitenformat	Anzeigen sw	Anzeigen 2c	Anzeigen 3c	Anzeigen 4c
	1/1	4.309,- €	5.006,- €	5.703,- €	5.831,- €
	1/2	2.154,- €	2.851,- €	3.546,- €	3.676,- €
	1/3	1.436,- €	2.133,- €	2.830,- €	2.958,- €
	1/4	1.077,- €	1.774,- €	2.471,- €	2.599,- €
	Titelseite	2. und 3. Umschlagseite		4. Umschlagseite	
	7.994,- €	6.414,- €		6.997,- €	

Rabatte	Malstaffel	2 Anzeigen 5%	4 Anzeigen 10%	6 Anzeigen 15%
	Preise in € zzgl. MwSt.			

Ihre Anzeige in **tonart** wirkt im redaktionell und optisch starken Umfeld:



Formatangaben

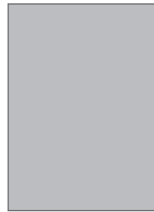
Breite x Höhe in mm | A= Anschnittformat | S= Satzspiegelformat | Z= rundum 3 mm Beschnittzugabe

2/1 Seite



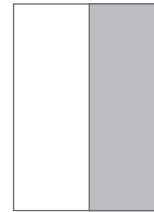
A: $400 \times 275 + Z$
S: $376 \times 227,5$

1/1 Seite



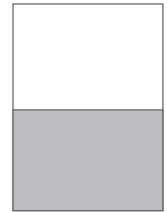
A: $200 \times 275 + Z$
S: $173 \times 227,5$

1/2 Seite hoch



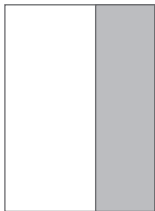
A: $102 \times 275 + Z$
S: $90 \times 227,5$

1/2 Seite quer



A: $200 \times 137 + Z$
S: $173 \times 119,5$

1/3 Seite hoch



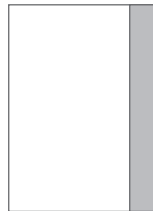
A: $80 \times 275 + Z$
S: $68 \times 227,5$

1/3 Seite quer



A: $200 \times 91 + Z$
S: $173 \times 73,5$

1/4 Seite hoch



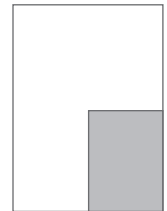
A: $52 \times 275 + Z$
S: $40 \times 227,5$

1/4 Seite quer



A: $200 \times 68 + Z$
S: $173 \times 50,5$

1/4 Seite



A: $102 \times 137 + Z$
S: $90 \times 119,5$

7 | Technische Angaben

Formate

Heftformat:
200 mm Breite, 275 mm Höhe
Satzspiegel:
173 mm Breite, 227,5 mm Höhe

Druckverfahren

Rollen-Offset

Papier

80g/m² aufgebessert LWC glänzend
Klammerheftung

Datenversand online

email grafik@otello.cc

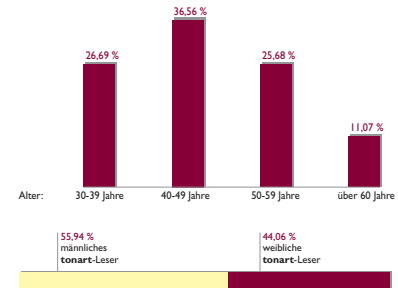
Datenträgerversand

CD-ROM o. DVD-ROM
Postadresse:
Verlag otello media / Anzeigen tonart
Preysingstrasse 50
81667 München

tonart ist seit über 11 Jahren auf dem Markt und zählt zu den etablierten Musiktiteln in Deutschland. Als Beilagen-Magazin im **Deutschen Ärzteblatt** wird ein Verteiler gewählt, der eine qualitativ und quantitativ klar definierte Zielgruppe erreicht. Die Leserbefragung gibt Aufschluss über die Interessen und das Konsumverhalten der Zielgruppe Ärztin und Arzt in den Bereichen, die das redaktionelle Konzept von **tonart** umfassen. Der Arzt ist sowohl als Konsument verschiedener Musikrichtungen, als auch als aktiv Musizierender eine starke Zielgruppe. Die historisch belegte Interessensverwandtschaft zwischen Musik und Medizin wird somit bestätigt.

Alter und Geschlecht

Besonders die jüngeren Ärztinnen und Ärzte lesen tonart, wobei der Anteil der Ärztinnen mit **44,06 %** gegenüber den Ärzten mit **55,94 %** überdurchschnittlich hoch ist. Zum Vergleich: Das Verhältnis zwischen weiblichen und männlichen ambulant tätigen Medizinern beträgt in Deutschland 35,33 % zu 64,67 %.



Wo tonart gelesen wird

Der beliebteste Leseort ist das eigene Heim. **77,53 %** der Ärztinnen und Ärzte lesen tonart zu Hause. **28,19 %** geben an, tonart mit dem Partner zu lesen. Das Ergebnis zeigt, dass tonart intensiv gelesen wird. Und das nicht nur von einer Person. Bei der Fülle an Fachinformationen, die den niedergelassenen Mediziner wöchentlich erreichen, ein beachtliches Ergebnis, das eine hohe Leser-/Blattbindung demonstriert. (Mehrfachnennung möglich).

27,31 % lesen tonart in der Praxis



77,53 % lesen tonart zuhause

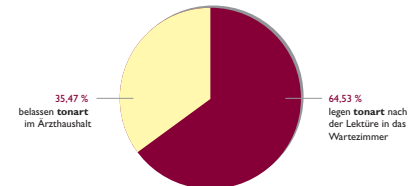


28,19 % lesen tonart mit ihrem Partner



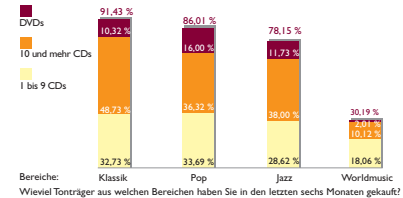
tonart im Wartezimmer

Das Trägermedium von tonart, das Deutsche Ärzteblatt (DÄ), ist der meistgelesene Titel der gesamten ärztlichen Fachpresse. Als Fachlektüre ist das DÄ für Patienten nicht erwünscht. Anders bei Titeln, die den Arzt als Konsumenten ansprechen. Hier zeigt sich, dass tonart von einem hohen Prozentsatz der Ärzte nach der Lektüre im Wartezimmer ausgelegt wird.



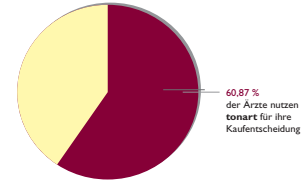
Konsumverhalten – Tonträger

Als „audiophile Weißkittel“ bezeichnete das Branchenmedium „kress report“ die Ärzteschaft treffend in einem Artikel über „tonart“. Die Umfrageergebnisse verdeutlichen ein intensives Kaufverhalten bei der Zielgruppe Arzt im Segment Musikmedien. **84,35 %** der Ärzte haben tonart für ihre Kaufentscheidung genutzt (Mehrfachnennungen möglich).



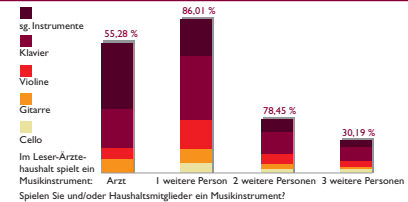
Konsumverhalten – HiFi

Der schönste Konzertsaal der Welt ist nicht die Carnegie Hall, sondern das eigene Wohnzimmer! Und damit es mit geschlossenen Augen ein echter Ohrenschaus wird, braucht man die richtige HiFi-Analge mit allem was dazu gehört. Denn: Ärzte legen großen Wert darauf, dass der gute Ton auch richtig klingt. **30,83 %** der Ärzte haben in den letzten 12 Monaten elektronische Geräte und/ oder Zubehör zur Musikwiedergabe gekauft. **60,87 %** der Ärzte haben tonart für ihre Kaufentscheidung genutzt.



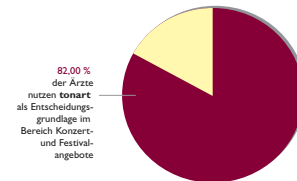
Der Arzt als aktiv Musizierender

Keine Berufsgruppe organisiert sich so gut, wie die Ärzte, die in Deutschland zahlreiche Arztorchester unterhalten. Familienmitglieder wachsen in einer Atmosphäre auf, in der die Musik nicht (nur) aus dem CD-Player kommt. Wo in der breiten Masse erst seit „Deutschland sucht den Superstar“ Gesangslehrer wieder gefragt sind, hat innerhalb der Ärzteschaft ein passionierter Kern von Musikliebhabern nie aufgehört zu musizieren. **39,20 %** der Ärzte würden tonart für ihre Kaufentscheidung in punkto Musikinstrumente nutzen.



Der Arzt als Kulturreisender und Konzertbesucher

Die musikalische Reiseapotheke ist schnell gepackt, im Auto surrt schon der CD-Player die Lieblings-Musik, und wenn der Praxis-Stress mal wieder reicht, ergreifen Frau und Herr Doktor gern die wohlverdiente Flucht in den erholsamen Kurzurlaub mit kulturellem Hintergrund. **75,65 %** der Ärzte nutzen tonart als Entscheidungsgrundlage für Kurzreiseangebote im Kulturbereich und **82,00 %** für Konzert- und Festivalangebote.



*Zur Grundgesamtheit zählen alle 70.000 berufstätigen niedergelassenen Fachärztinnen und Fachärzte in Deutschland. Als Verfahren wurde ein Fragebogen gewählt, der auf einer Doppelseite in einer Ausgabe tonart integriert wurde (Rücklauf 1.253. Feldzeit: 2.2. 2009 – 30. 4. 2009).

Für das Anzeigengeschäft, PR-Beiträge und Druckkostenbeiträge gelten nachfolgende Allgemeine Geschäftsbedingungen:

1. „Anzeigenauftrag“ im Sinn der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungtreibenden oder sonstigen Interessenten in einer Druckschrift zum Zweck der Verbreitung.
2. Anzeigen sind im Zweifel zur Veröffentlichung innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzurufen. Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln, sofern die erste Anzeige innerhalb der in Satz 1 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht wird.
3. Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in Ziffer 2 genannten Frist auch über die im Auftrag genannte Anzeigenmenge hinaus weitere Anzeigen abzurufen.
4. Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die otello media* nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass otello media zu erstatten.
5. Der Auftraggeber hat nur ein Recht zum Rücktritt vom Vertrag aus wichtigem Grund. Die Erklärung des Rücktritts muss spätestens eine Woche vor dem Anzeigenschlusstermin bei otello media schriftlich eingegangen sein. Bei Ein-/ Durchheftern und allen verbindlich zugesagten Vorzugsplätzen einschließlich Umschlagseiten akzeptiert otello media keinen Rücktritt aus beim Auftraggeber liegenden wichtigen Gründen.
6. Bei der Errechnung der Abnahmemengen werden Text-Millimeterzeilen dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.
7. Aufträge für Anzeigen und Fremdbeilagen, die erklärtermaßen ausschließlich in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig bei otello media eingehen, dass dem Auftraggeber noch vor Anzeigenschluss mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht auszuführen ist.
8. Anzeigen, die auf Grund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche von otello media mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.
9. otello media behält sich vor, Anzeigenaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – und Beilagenaufträge wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen von otello media abzulehnen, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstoßt oder deren Veröffentlichung für otello media unzumutbar ist. Dies gilt auch für Aufträge, die bei den Geschäftsstellen, Annahmestellen oder Vertretern abgegeben werden. Beilagenaufträge sind für otello media erst nach Vorlage eines Musters der Beilage und deren Billigung bindend. Beilagen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung oder Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen. Die Ablehnung eines Auftrags wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.
10. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen oder der Beilagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen fordert otello media unverzüglich Ersatz an. otello media gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten.
11. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder bei unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Lässt otello media eine ihr hierfür gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrags. Schadensersatzansprüche



aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsabschluss und unerlaubter Handlung sind – auch bei telefonischer Auftragserteilung – ausgeschlossen; Schadensersatzansprüche aus Unmöglichkeit oder Leistung und Verzug sind beschränkt auf Ersatz des vorhersehbaren Schadens und auf das für die betreffende Anzeige oder Beilage zu zahlende Entgelt. Dies gilt nicht für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit von otello media, seines gesetzlichen Vertreters und seines Erfüllungsgehilfen. Eine Haftung von otello media für Schäden wegen des Fehlens zugesicherter Eigenschaften bleibt unberührt. Im kaufmännischen Geschäftsverkehr haftet otello media darüber hinaus auch nicht für grobe Fahrlässigkeit von Erfüllungsgehilfen; in den übrigen Fällen ist gegenüber Kaufleuten die Haftung für grobe Fahrlässigkeit dem Umfang nach auf den voraussehbaren Schaden bis zur Höhe des betreffenden Anzeigenentgelts beschränkt. Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb von zwei Wochen nach Eingang der Rechnung geltend gemacht werden.

12. Korrekturabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Korrekturabzüge. otello media berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihr innerhalb der bei der Übersendung des Korrekturabzugs gesetzten Frist mitgeteilt werden.
13. Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zu Grunde gelegt.
14. Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung sofort, möglichst aber 14 Tage nach Veröffentlichung der Anzeige übersandt. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen vom Empfang der Rechnung an laufenden Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.
15. Anzeigenaufträge durch eine Agentur werden in deren Namen und auf deren Rechnung angenommen. Die Werbemittler und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preisliste von otello media zu halten.
16. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen berechnet. otello media kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung eines laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist otello media berechtigt, auch während der Laufzeit eines Anzeigenabschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.
17. otello media liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Kann der Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung von otello media über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.
18. Kosten für die Ausfertigung bestellter Druckvorlagen und Zeichnungen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.
19. Druckvorlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages.
20. Erfüllungsort ist der Sitz von otello media.
Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand der Sitz von otello media. Soweit Ansprüche von otello media nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nicht-Kaufleuten nach deren Wohnsitz. Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers, auch bei Nicht-Kaufleuten, im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragsabschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz von otello media vereinbart.

*otello media – Christian Scharf, in den Geschäftsbedingungen kurz otello media genannt.

tonart

Das Musikmagazin im Deutschen Ärzteblatt



Verlag otello media

Preysingstrasse 50
81667 München

fon ++49 (0)89 45 70 98 - 70
fax ++49 (0)89 45 70 98 - 71
email office@tonartmagazin.de