



Media-Dokumentation 2011

Mit unserem
**Medien-
verbund**
erreichen
Sie Ihre Ziel-
gruppen!

Einen Zacken mehr können Sie immer zulegen...

Mit dem gezielten und abgestimmten Einsatz der verschiedenen Instrumente erreicht Ihre Botschaft die gesamte Drogerie-Branche und deren Kundschaft. Anders gesagt: Mit dem Medienverbund des Drogistenverbandes erreichen Sie ohne Umweg Ihre Zielgruppen!

- vitagate24.ch**
- _ Gesundheitsplattform im Internet
 - _ Ansprache neuer Zielgruppen
 - _ interaktive Werbung für potenzielle Kunden
 - _ sinnvolle Ergänzung zum Printmedium *Drogistenstern*

- Sponsoring**
- _ Aufbau langfristiger Zusammenarbeit mit dem Fachhandel
 - _ Stärkung Ihrer Glaubwürdigkeit und Ihres Images bei Drogistinnen und Drogisten

- Ausbildung, SchulungsForum**
- _ Fachwissen aufbauen beim Fachhandel
 - _ Glaubwürdigkeit und Image stärken bei den Drogistinnen und Drogisten

- Image-Aktivität «besser gesund»**
- _ Die Drogerien engagieren sich für betriebliche Gesundheit
 - _ 10x pro Jahr hilfreiche Tipps für Mitarbeitende, insbesondere von KMU
 - _ Gewinnen Sie mit Gutscheinen neue Kundschaft

Drogistenstern

- _ die Zeitschrift für Gesundheit, Schönheit und Wohlbefinden der Schweizer Drogerien
- _ Nummer 1 unter den Gesundheitszeitschriften
- _ grosse Leserzufriedenheit
- _ wird von fast jeder dritten Frau der Schweiz beachtet
- _ wird aktiv in 550 Drogerien verteilt und in die Haushaltungen gestreut



d-bulletin

- _ informiert Drogistinnen und Drogisten frühzeitig zu wichtigen Themen und Ihrer Werbung im *Drogistenstern*
- _ Sicherung der Produktverfügbarkeit in der Drogerie
- _ Tests zur Überprüfung des Fachwissens

d-mail

- _ elektronischer, wöchentlicher Newsletter
- _ transportiert Ihre Botschaft schnell und kostengünstig
- _ genießt höchste Aufmerksamkeit der Drogerien

d-inside

- _ die Fachzeitschrift für alle Drogisten vom Chef bis zum Lehrling
- _ erreicht durch adressierten Postversand über 6400 Drogistinnen und Drogisten
- _ kennt keinen Streuverlust
- _ bildet Vertrauen beim Fachpersonal

Image-Aktivität «Wehweh und Bobo»

- _ 30 Abendkurse zu den Themen Wundversorgung und Bagatellerkrankungen
- _ profilieren Sie sich bei Beziehungspersonen von Kindern

Medienvergleich

Titel	WEMF-Auflage	Anzahl Leser	Kosten 1/1-Seite	1000 KP in Fr.
<i>Drogistenstern</i> (d)	298 195	838 000	–	–
<i>Tribune du Droguiste</i> (f)	22 363	107 000	–	–
<i>Drogistenstern</i> gesamt (d+f)	320 558	945 000	Fr. 18 900	20.00
Astrea gesamt (d+f)	n.v.	n.v.	Fr. 16 500	n.v.
Beobachter (d)	306 531	960 000	Fr. 22 698	23.64
Gesundheitstipp	n.v.	637 000	Fr. 12 900	20.25
Glückspost	190 151	417 000	Fr. 12 885	30.90
Hausapotheke (d)	226 431	502 000	Fr. 14 850	29.58
Pharmacie chez soi (f)	73 871	197 000	Fr. 5 777	29.32
Hausapotheke gesamt (d+f)	300 302	699 000	Fr. 17 471	24.99
Schweizer Illustrierte (d)	213 243	935 000	Fr. 26 310	28.14
Schweizer Familie	186 098	720 000	Fr. 18 500	25.69
TV 2	43 440	101 000	Fr. 2 900	28.71
TV vier	51 469	83 000	Fr. 2 900	34.94
Vista (d)	621 354	n.v.	Fr. 24 900	n.v.
Vista (f)	166 755	n.v.	Fr. 9 900	n.v.

Titel	Reichweite in %			Reichweite Alter in %			Affinität	
	Total	Frauen	Männer	14 – 34	35 – 54	55++	Frauen	Männer
<i>Drogistenstern</i> (d)	19,3	26,4	12,0	5,7	21,8	31,2	137	62
<i>Tribune du Droguiste</i> (f)	7,6	10,6	4,3	2,9	8,1	12,1	141	56
<i>Drogistenstern</i> gesamt (d+f)	16,4	–	–	–	–	–	–	–
Astrea Apotheke	n.v.	n.v.	n.v.	n.v.	n.v.	n.v.	n.v.	n.v.
Astrea Pharmacie	n.v.	n.v.	n.v.	n.v.	n.v.	n.v.	n.v.	n.v.
Astrea gesamt (d+f)	n.v.	n.v.	n.v.	n.v.	n.v.	n.v.	n.v.	n.v.
Beobachter (d)	22,1	23,5	20,7	14,6	22,3	30,0	106	93
Gesundheitstipp	14,7	18,5	10,7	8,1	15,4	21,0	126	73
Glückspost	9,6	13,4	5,7	5,6	8,8	14,9	140	59
Hausapotheke (d)	11,6	16,4	6,6	4,7	12,6	17,7	142	57
Pharmacie chez soi (f)	14,0	21,0	6,5	6,3	14,7	21,6	150	46
Hausapotheke gesamt (d+f)	12,2	–	–	–	–	–	–	–
Schweizer Illustrierte (d)	21,6	25,9	17,1	18,7	21,9	24,2	120	79
Schweizer Familie	16,6	20,1	13,0	11,0	15,8	23,8	121	78
TV 2	2,3	2,6	2,1	1,7	2,7	2,6	111	89
TV vier	1,9	2,4	1,4	1,3	2,0	2,5	126	73
Vista (d)	n.v.	n.v.	n.v.	n.v.	n.v.	n.v.	n.v.	n.v.
Vista (f)	n.v.	n.v.	n.v.	n.v.	n.v.	n.v.	n.v.	n.v.

n.v. = nicht verfügbar

Alle Angaben ohne Gewähr

d-mail, der wöchentliche elektronische Newsletter

d-mail informiert wöchentlich über Markt und Branche. 2100 Abonnenten lesen regelmässig d-mail und informieren sich unter anderem über Ihre Produkte-News und Marktinformationen.



MARKTNOTIZEN
Wirkt sicher und zuverlässig

Seit IBSA vor genau 15 Jahren Flector EP Tissugel® auf den Markt brachte, hat sich das Pflaster in der Behandlung von Verstauchungen, Zerrungen, Prellungen und Kniearthrose bewährt. Das angenehm kühle und anschmiegsame Tissugel ist einfach und sauber in der Anwendung. Im Gegensatz zu konventionellen Gels, die mehrmals täglich eingegeben werden müssen, ist die Wirksamkeit des Pflasters bei nur zwei Anwendungen täglich, Tag und Nacht gewährleistet.

Packshot und 400 Zeichen mit Link

Fr. 480.–

NEU: Mehr Bewegungsfreiheit

„Bewegung ist meine Leidenschaft, deshalb schütze ich meine Gelenke mit Glucosamin™“ verrät Natascha Badmann, 6-fache Ironmann Hawaii Weltmeisterin. A. Vogel Glucosamin™ ist ein natürliches Glucosamin Präparat mit Hagebuttenextrakt.

WEITER

200 Zeichen mit Link

Fr. 280.–

Erscheinung

Wöchentlich jeden Freitag

Datenschluss

Jeweils am Montag der Erscheinungswoche

2100 Abonnenten
Wöchentlicher Newsletter
Deutsch und französisch

Preise und Formate

Gross: Packshot und 400 Zeichen
mit Link Fr. 480.–
Klein: 200 Zeichen mit Link Fr. 280.–

Daten

_ Text als Word-Datei in der entsprechenden Länge
_ Bilddatei als JPG mit mindestens 150 dpi Auflösung
_ inserate@drogistenverband.ch

Rabatte (Frankenabschlüsse)

Jährlicher Gesamtbruttoumsatz (alle Medien)

Fr. 25 000.– 3%	Fr. 100 000.– 6%	Fr. 200 000.– 10%
Fr. 50 000.– 4%	Fr. 125 000.– 7%	Fr. 250 000.– 12%
Fr. 75 000.– 5%	Fr. 150 000.– 8%	Fr. 300 000.– 15%

BK 5%



d-inside als wichtigstes Medium für Drogistinnen und Drogisten

d-inside bringt aktuelle Brancheninformationen, News und Trends, Veranstaltungen, baut Fachwissen auf und dient als Informationsquelle für die Zukunftsplanung mittels Weiterbildungsangeboten, Stelleninseraten und Drogerie-Angeboten. *d-inside* erscheint 10-mal jährlich, das Redaktionsprogramm ist auf die anderen Medien und Aktivitäten abgestimmt. *d-inside* wird an alle Drogistinnen und Drogisten der Schweiz persönlich adressiert verschickt. *d-inside* wird vom Geschäftsführer und Drogerieinhaber bis zum Lehrling und ESD-Studenten gelesen.

Mit der Verwendung von d-inside

- _ erreichen Sie alle Drogistinnen und Drogisten mit Ihrer Botschaft
- _ nehmen die Drogistinnen und Drogisten Ihre Produktvorteile wahr
- _ generieren Sie grosse Kenntnisse über Ihre Produkte beim Fachhandel
- _ schaffen Sie Anreize für Mehrumsatz

Meine Erreger geben damit zu einer völlig neuen Art von Virus, die die Forscher in Analogie zu den Bakteriophagen - Viren, die Bakterien infizieren - Vergleichenswert haben. www.wissenschaft.de

Silberpartikel als Bakterienkiller
Forscher der ETH Zürich haben eine neuartige Kunststoffoberfläche entwickelt, die im Nanopartikel aus Silber und Calciumphosphat besteht. Da es für Bakterien tödlich ist, kann es in Spitalen und in Lebensmittelindustrie eine Entseuchung von Käseanordnungen verhindern. www.wissenschaft.de

Forscher entdecken autoinduzierbare Substanzen
US-Forscher haben zwei Substanzen entdeckt, mit denen sich die Ausbreitung von Mäusen deutlich steuern lässt. Die Stoffe verbessern den Fortschritt bei Körperlich aktiver Mäusen, während sie andere die Ausbreitung selbst verhindern können. Diese Stoffe greifen in den Stoffwechsel von Mäusen ein und stellen deren Aktivität im Organismus an körperliche Trainings abtören. Die Forscher wollen die Stoffe nun zu Medikamenten weiterentwickeln, um bei Lebererkrankungen und Autoimmunen von in der Bewegung eingeschränkten Menschen zu steigern. www.wissenschaft.de

Drogensucht-Risikofaktoren jetzt online
Drogen, welche es Rahmen der Drogen-Konsumtion erfordern, sind eine steigende Fragestellung auf dem Markt. Können sich Patienten auf dem Markt abstrafen. Zum Lohn braucht man die gleichen Drogen, um sie zu konsumieren. Das technische Problem stellt die Vermeidung von Drogen, die zur Verfügung.

Die Gesamtbevölkerung während des Pleistozäns
Die Forscher haben die Bevölkerung der nördlichen Hemisphäre während des Pleistozäns (vor ca. 2,6 Millionen Jahren bis vor ca. 11.700 Jahren) anhand von DNA-Fragmenten in den Knochen von 60 bis 90g Karibische Vögel analysiert. Die Forscher haben festgestellt, dass die Bevölkerung vor ca. 100.000 Jahren um ca. 50% zurückgegangen war. www.wissenschaft.de

Orang-Utans setzen auf Neuroplastizität
Erfahrung haben Forscher der britischen Universität von Cambridge festgestellt, dass wildlebende Orang-Utans natürliche Hilfsstoffe als Medikament an sich selbst verwenden. Das Forscherteam hat auf der Insel Borneo beobachtet, dass die Menschenaffen Pflanzen, die eine entzündungshemmende Wirkung haben, auf die Galienen nutzen. Dabei hatten Wissenschaftler festgestellt, dass die Vögel bei Verletzungen Orang-Utans nicht beobachtet können, sondern das Magen-Neurotransmitter in einer Ölfarbe nutzen, um die Schmerzen zu lindern. www.wissenschaft.de

Warum Muttermilch besser ist als Kuhmilch
Forscher haben entdeckt, warum Muttermilch Baby besser als Kuhmilch durch Durchfall und andere Magen-Darmerkrankungen schützt. Die Oberfläche der fettsäurehaltigen Milch enthält ein ganz besonderes Struktur, an die sich Immunzellen des Kindes anheften können. Dank kann die Milch teilweise immunisierende Enzyme im Magen-Darm-Trakt des Kindes abgeben und so verhindern, dass diese die Schleimhäute angreifen. www.wissenschaft.de

Die Anti-Aging-Milchzucker
US-Forscher haben einen Weg gefunden, um den Alterungsprozess zu verlangsamen. Sie haben festgestellt, dass die Aufnahme von Milchzucker in Form von Laktose in die Ernährung die Lebenserwartung von Mäusen verlängert. www.wissenschaft.de

Die Anti-Aging-Milchzucker
US-Forscher haben einen Weg gefunden, um den Alterungsprozess zu verlangsamen. Sie haben festgestellt, dass die Aufnahme von Milchzucker in Form von Laktose in die Ernährung die Lebenserwartung von Mäusen verlängert. www.wissenschaft.de

1/4 Seite hoch
90 x 130 mm
Fr. 2500.-

1/4 Seite quer
188 x 61 mm
Fr. 2500.-



Dixa
Herbalien aus der Gegend
Mulgarten
Dankbar, gesund
Lebhaftigkeit, Lebensfreude und Drogen

Online-shopping ganz natürlich
www.dixa.ch

CONTACT MANUFACTURER
DIXA AG - Industriestrasse 10
CH-8100 St. Gallen
Tel: +41 71 221 22 22
Fax: +41 71 221 22 22
www.dixa.ch

Drogen in aller Welt:
Bereiten Sie jetzt Ihre Drogen auf...

Obst bringt Spinnen auf Trab
Atraxoiden aus Ost und Gebirge sind verantwortlich für die massive Fruchtbarkeit. Zu diesem Ergebnis kam eine spanische Wissenschaftlerin in einem nächsten Schritt wollen die Spinnen untersuchen, ob Nahrungspflanzen einen ähnlich positiven Effekt haben wie natürliche Atraxoiden.

Passen wir den Klimawandel?
Männer haben jetzt welche eine Entscheidung dabei, wenn sie bezüglich bei Hitze und Schwitzen mehr leiden als Frauen. Bei Hitzeempfinden ist nicht so stark wie das der Frauen. Zu diesem Ergebnis ist eine Studie der McGill University gekommen. Die Forscher haben herausgefunden, dass das weibliche Sexualhormon Östrogen dem weiblichen Immunsystem zusätzliche Kraft zu Abwehr von Infektionen gibt. Das Hormon scheint einen Effekt zu haben, der die Hitzeempfinden von den Frauen zu reduzieren. Die Studie wurde in den Proceedings of the National Academy of Sciences veröffentlicht.

Die Zentralkonferenz des Drogenistenverbandes
Der Drogenistenverband des Schweizerischen Drogenistenverbandes (DVG) hat am 11. November 2009 seine Vorstandswahl und ausführlichen Gesprächs mit mehreren Kandidaten in der Wahl des Zentralkonferenzschlechts an der Universität Zürich durchgeführt. In der Wahl wurde Martin Bangerter als Präsident und Matthias Bangerter als Vizepräsident gewählt. Die Wahl wurde am 11. November 2009 durchgeführt. Die Wahl wurde am 11. November 2009 durchgeführt. Die Wahl wurde am 11. November 2009 durchgeführt.

enützi
E. Nützi Drogen AG
St. Gallen 1212
Fax 0042 22 12 22
www.enuetzi.ch
www.ranking.ch

DRUGRIEN- UND APOTHEKENBAU
E. Nützi Drogen AG, Margaretenstrasse 81, 4020 Basel

Was man den Gemütszustand steigern kann
Ein wichtiger Teil in der Ernährung ist es, den Geist und Gemütszustand der Menschen zu steigern. Bei anerkannten Vitaminen ist dies durch die Einführung von Karotten als Vorkurs gegeben. Die Karotten essen nicht nur durch die Karotten selbst mehr Gemüse, sondern helfen auch bei anderen Drogen, die zu einer Lebenserweiterung beitragen. www.wissenschaft.de

Obst und Gemüse erhöhen Herzrisiko
Menschen, die Obst und Gemüse essen, haben ein höheres Risiko für Herz-Kreislauferkrankungen. Dies ist ein Ergebnis einer Analyse von Daten von 6000 britischen Beamten. Nachdem auch bei anderen Studien festgestellt wurde, dass Obst und Gemüse ein Risiko für Herz-Kreislauferkrankungen senken, ist dies ein Ergebnis einer Analyse von Daten von 6000 britischen Beamten. www.wissenschaft.de

Selbstkann als Pilz
Ein in Selbstkann verwendeter Inhaltsstoff könnte demnach auch nach Operationen zum Einsatz kommen. US-Forscher haben in einer Studie nachgewiesen, dass die Kohlenhydrate von Drogen, die zur Selbstkann verwendet werden, ein Risiko für Herz-Kreislauferkrankungen senken. www.wissenschaft.de

Die Gesamtbevölkerung während des Pleistozäns
Die Forscher haben die Bevölkerung der nördlichen Hemisphäre während des Pleistozäns (vor ca. 2,6 Millionen Jahren bis vor ca. 11.700 Jahren) anhand von DNA-Fragmenten in den Knochen von 60 bis 90g Karibische Vögel analysiert. Die Forscher haben festgestellt, dass die Bevölkerung vor ca. 100.000 Jahren um ca. 50% zurückgegangen war. www.wissenschaft.de

Orang-Utans setzen auf Neuroplastizität
Erfahrung haben Forscher der britischen Universität von Cambridge festgestellt, dass wildlebende Orang-Utans natürliche Hilfsstoffe als Medikament an sich selbst verwenden. Das Forscherteam hat auf der Insel Borneo beobachtet, dass die Menschenaffen Pflanzen, die eine entzündungshemmende Wirkung haben, auf die Galienen nutzen. Dabei hatten Wissenschaftler festgestellt, dass die Vögel bei Verletzungen Orang-Utans nicht beobachtet können, sondern das Magen-Neurotransmitter in einer Ölfarbe nutzen, um die Schmerzen zu lindern. www.wissenschaft.de

Die Anti-Aging-Milchzucker
US-Forscher haben einen Weg gefunden, um den Alterungsprozess zu verlangsamen. Sie haben festgestellt, dass die Aufnahme von Milchzucker in Form von Laktose in die Ernährung die Lebenserwartung von Mäusen verlängert. www.wissenschaft.de

Die Anti-Aging-Milchzucker
US-Forscher haben einen Weg gefunden, um den Alterungsprozess zu verlangsamen. Sie haben festgestellt, dass die Aufnahme von Milchzucker in Form von Laktose in die Ernährung die Lebenserwartung von Mäusen verlängert. www.wissenschaft.de

1/8 Seite quer
90 x 61 mm
Fr. 2200.-



enützi
E. Nützi Drogen AG
St. Gallen 1212
Fax 0042 22 12 22
www.enuetzi.ch
www.ranking.ch

DRUGRIEN- UND APOTHEKENBAU
E. Nützi Drogen AG, Margaretenstrasse 81, 4020 Basel

Produkte-News
Packshot und 400 Zeichen
(inkl. Leerzeichen und Titel)
Fr. 2200.-

Druckdaten
_ Datenträger (druckfähiges PDF)
mit farbverbundlichem Proof
_ inserate@drogistenverband.ch

Technische Daten
Format 210 x 297 mm (A4)
Druckverfahren Offset
Bildraster 60er

Beschnittzugabe 3 mm
Bilder und Farbfelder 3 mm über den Seitenrand hinaus anlegen.

Rabatte (Frankenabschlüsse)
Jährlicher Gesamtbruttoumsatz (alle Medien)

Fr. 25 000.-	3%	Fr. 100 000.-	6%	Fr. 200 000.-	10%
Fr. 50 000.-	4%	Fr. 125 000.-	7%	Fr. 250 000.-	12%
Fr. 75 000.-	5%	Fr. 150 000.-	8%	Fr. 300 000.-	15%

BK 5%

Stellen- und Kleinanzeigen

Stellenangebote Online und Print kombiniert

		SDV-Mitglieder	Nichtmitglieder
1/2 Seite hoch	90 x 268 mm	Fr. 925.–	Fr. 1850.–
1/4 Seite hoch	90 x 130 mm	Fr. 525.–	Fr. 1050.–
1/6 Seite	90 x 83 mm	Fr. 375.–	Fr. 750.–
1/8 Seite	90 x 61 mm	Fr. 210.–	Fr. 420.–

Stellengesuche (ohne Rabatt bzw. Agenturprovision)

1/12 Seite	90 x 43 mm	Fr. 150.–
1/16 Seite	90 x 33 mm	Fr. 120.–

«Diverses» (ohne Rabatt bzw. Agenturprovision)

1/8 Seite	90 x 61 mm	Fr. 256.–
1/12 Seite	90 x 43 mm	Fr. 198.–
1/16 Seite	90 x 33 mm	Fr. 172.–

«Drogerien»

Wer eine Drogerie mieten/kaufen will, inseriert gratis.

Wer eine Drogerie vermieten/verkaufen will, inseriert gratis, wenn der Standort im Inserat vermerkt ist, sonst wird das Inserat verrechnet (Gratisinsertion max. 1/4 Seite hoch 90 x 130 mm Fr. 525.–).

Infos für Inserenten

Anzeigen werden nur per Mail entgegengenommen: inerate@drogistenverband.ch

Wenn die Online-Anzeige vor Insertionsschluss der Printanzeige im *d-inside* Erfolg hat, wird ein Rabatt von 10% gewährt.

Für Stellen- und Kleinanzeigen werden keine Gut zum Druck erstellt.

Anzeigen (nur Online-Aufschaltung) Fr. 420.–

Redaktionsprogramm

Februar	März	April	Mai	Juni	Juli/August	September	Oktober	November	Dezember/Januar
Schmerz	Männerpflege	Eisen	Sonnenschutz	Schüssler-Salze und Sport	Wärme in der Therapie	Rücken	Entspannung	Gicht	Homöopathie und Wissenschaft
Menstruation	Kinderkrankheiten	Säure-Basen-Haushalt	Gelenke, Bänder, Sehnen	Organuhr	Venen	Ohren	Augen	Gefässe	Desensibilisierung Heuschnupfen
Säuglingspflege	Ernährung I Eiweiss	Ernährung II Kohlenhydrate	Ernährung III Fett	Cellulite	Fuss- und Nagelpilz	Zähne, Zahnfleisch und Zunge	Immunsystem	Stimmungstief	Magenbrennen

Erscheinung

Ende Januar	Ende Februar	Ende März	Ende April	Ende Mai	Ende Juni	Ende August	Ende September	Ende Oktober	Anfang Dezember
-------------	--------------	-----------	------------	----------	-----------	-------------	----------------	--------------	-----------------

Insertionsschluss

16.12.2010	24.01.2011	21.02.2011	24.03.2011	21.04.2011	23.05.2011	25.07.2011	22.08.2011	26.09.2011	14.11.2011
------------	------------	------------	------------	------------	------------	------------	------------	------------	------------

Druckdatenschluss

17.12.2010	25.01.2011	22.02.2011	25.03.2011	26.04.2011	24.05.2011	26.07.2011	23.08.2011	27.09.2011	15.11.2011
------------	------------	------------	------------	------------	------------	------------	------------	------------	------------

Publireportage: Insertionsschluss

10.11.2010	09.12.2010	20.01.2011	16.02.2011	16.03.2011	13.04.2011	17.06.2011	14.07.2011	19.08.2011	07.10.2011
------------	------------	------------	------------	------------	------------	------------	------------	------------	------------

Stellen- und Kleinanzeigen: Insertionsschluss

03.01.2011	31.01.2011	28.02.2011	01.04.2011	02.05.2011	30.05.2011	29.07.2011	26.08.2011	03.10.2011	21.11.2011
------------	------------	------------	------------	------------	------------	------------	------------	------------	------------

d-bulletin

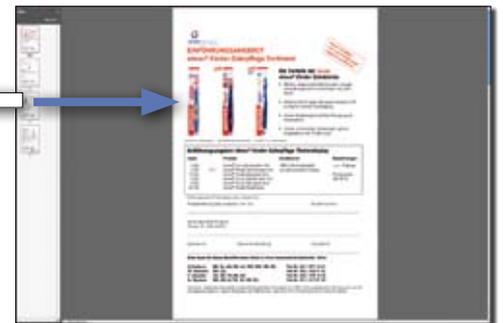
d-bulletin verbessert die Distribution

d-bulletin informiert die Drogistinnen und Drogisten frühzeitig über die nächste Ausgabe des *Drogistensterns*. d-bulletin ermöglicht dem Drogisten die Aktualisierung seines Sortimentes und bietet ihm Bestellmöglichkeit, Aufbau und Kontrolle von Fachwissen.

Sie erreichen den Drogisten mit Ihren Angeboten und sichern das Fachwissen über Ihr Produkt.



Bestellformular



Wissenstest



Geht an alle Drogerien und an die Drogisten und Drogistinnen mit E-Mail-Adressen

790 Abonnenten

Erscheint monatlich

Deutsch und französisch

Preise

Bestellformular Fr. 480.–

Fachwissen Fr. 480.–

Wissenstest Fr. 1480.–

Wettbewerb Fr. 700.–

Formate

Wissenstest: 5 Fragen zum Thema als Word-Datei

Wettbewerb: Preis mit Bild und Text

Daten

_ Bestellformular als PDF

_ Text als Word-Datei

_ Bilddatei als JPG

_ inserate@drogistenverband.ch

Rabatte (Frankenabschlüsse)

Jährlicher Gesamtbruttoumsatz (alle Medien)

Fr. 25 000.– 3% Fr. 100 000.– 6% Fr. 200 000.– 10%

Fr. 50 000.– 4% Fr. 125 000.– 7% Fr. 250 000.– 12%

Fr. 75 000.– 5% Fr. 150 000.– 8% Fr. 300 000.– 15%

BK 5%

Ausbildung und Sponsoring

Zur nachhaltigen Präsenz und zum Imageaufbau

Ausbildung bringt Nachhaltigkeit

Dank unserer Mitglieder-Datenbank erreichen Sie Ihre Zielgruppe ohne Streuverlust.
Mit einer hohen Akzeptanz bei unseren Mitgliedern erlangen Sie rasche Penetration im Drogerie-Kanal.
Ihre Verkaufsargumente werden bei Drogistinnen und Drogisten effizient verankert.
Mit modernen Methoden überprüfen Sie den Wissenstransfer.
Ihr administrativer Aufwand wird verringert.
Ihre Kurse werden validiert und sind Teil des Angebotes der **SDV-Pflichtausbildung**.

		Beispiele
Tagesseminar	Zertifizierung/Validierung, Ausschreibung, Administration und Bestätigungen, 40 Seiten s/w-Kursunterlagen, Verpflegung, Betreuung vor Ort	40 Teilnehmer: 1. Kurstag: Fr. 16 500.– 2. Kurstag: + Fr. 9500.– Ab 3. Kurstag: + Fr. 8500.–
Abendseminar	Zertifizierung/Validierung, Ausschreibung, Administration und Bestätigungen, 30 Seiten s/w-Kursunterlagen, Verpflegung, Betreuung vor Ort	40 Teilnehmer: 1. Kursabend: Fr. 12 800.– 2. Kursabend: + Fr. 4900.– Ab 3. Kursabend: + Fr. 4500.–
Fernkurs, 6 Monate	Zertifizierung/Validierung, Ausschreibung, Administration und Bestätigungen, 3 Kurskapitel à 50 Seiten s/w im Ordner, Versand der Unterlagen, Fragen-Management	40 Teilnehmer: Fr. 16 000.–
Schulung im <i>d-inside</i>	3 x 1/1-Seite im <i>d-inside</i> mit Porträt, Argumentation, Kontrolle, inkl. Kreation, Produktion, Übersetzung	Fr. 22 500.–
E-Learning-Schulung, 100 Teilnehmer	Zertifizierung/Validierung, Ausschreibung, Administration und Bestätigungen, Lehrmittel (ca. 45 Min.) und Wissenstest mit 15 bis 20 Fragen (der Inhalt des Lehrmittels und die Fragen werden vom Auftraggeber erstellt, Aufbereitung der Daten durch den SDV), Zertifikat-Erstellung für die Teilnehmer, Auswertung (Teilnahme, Erfüllungsgrad)	Fr. 9800.–

Die Angebote beinhalten keine Referentenkosten. Anpassungen werden nach Offerte/Auftrag-Prinzip verrechnet.



Ausbildung und Sponsoring

Sponsoring zur Imagepflege bei den dipl. Drogisten HF

Die Pflichtausbildung der Drogisten in Neuenburg ermöglicht Ihnen einen Auftritt als Sponsor und gibt Ihnen den direkten Kontakt zu über 500 Drogisten HF.

SchulungsForum 10. bis 13. April 2011

Fr. 9800.–

Stand während des SchulungsForums
Logo-Präsenz auf Ausschreibung, Bestätigung,
Schulungsunterlagen, Tageskarte und Tischset
Bericht in *d-inside* über SchulungsForum

An der ESD bei den zukünftigen Geschäftsführern

Präsenz an der ESD – gross

Fr. 14000.–/Jahr

Präsenz auf Leuchtkasten und Flatscreen,
Sponsoring-Label, 2 Lektionen,
Aktivität mit Studenten, Präsentation in
Modell-Drogerie, Reportage in *d-inside*

Präsenz an der ESD – klein

Fr. 6000.–/Jahr

Präsenz auf Leuchtkasten und Flatscreen,
Sponsoring-Label, Reportage in *d-inside*



Die Zeitschrift für Gesundheit, Schönheit und Wohlbefinden



Die meistgelesene Gesundheitszeitschrift der Schweiz

Mit fast einer Million Leserinnen und Lesern ist der *Drogistenstern* die Nummer 1 unter den Gesundheitstiteln*.

Das Redaktionsprogramm reicht von Gesundheit, Schönheit und Wohlbefinden bis hin zur gesunden Ernährung. Das breite Themenspektrum erklärt massgeblich die hohe Reichweite und Affinität der Zielgruppe «Frauen» im *Drogistenstern*.

Gründe für die hohe Glaubwürdigkeit der Zeitschrift sind die redaktionelle Unabhängigkeit und fachkundige Redaktorinnen und Redaktoren.

Ihre Anzeige im *Drogistenstern*

- _ erreicht die höchste Leserzahl im schweizerischen Gesundheitsmarkt*
- _ wird von gut 3 Leserinnen und Lesern pro Exemplar beachtet
- _ wird über die Drogerien in der Deutsch- und Westschweiz vertrieben
- _ profitiert von der aktiven Verteilung in rund 550 Drogerien und vom Streuverband in die Haushalte
- _ wird unter den Gesundheitsmedien* von den meisten Schweizer Frauen gelesen
- _ ist ideal für Ihre Pull-Strategie (B2P) geeignet
- _ weist den günstigsten 1000er-Kontakt-Preis bei den Gesundheitsmedien auf
- _ erscheint im Umfeld eines breiten, seriösen Redaktionsprogramms
- _ wird dank vielfältigen Inserat-Formaten stärker beachtet
- _ schafft beim Endkunden und beim Drogisten Vertrauen

NEU

Ab Januar 2011 liegt der *Drogistenstern* auch in Arzt- und Zahnarztpraxen sowie namhaften Fitnesscentern auf. Diese Auflage bietet Ihnen die Möglichkeit, zusätzliche Zielgruppen mit prominent platzierter Werbung zu erreichen.

*Quelle: WEMF 2009/2010

Formate und Preise

Publikumsportage

Schweizer Eishockeyspieler in Topform

Die besten Eishockeyspieler der Welt werden bei der Eishockey-Weltmeisterschaft 2009 in der Schweiz (24. April bis 10. Mai) um den Weltmeistertitel kämpfen. Bei einem solchen Topereignis im eigenen Land sind die Erwartungen der Schweizer Fans an die Nationalmannschaft hoch. Sportverletzungen und Spätbeschwerden sind unvermeidlich. Markus Hammerer und Beat Frank, zwei der «Medical Coaches» der Nati, erzählen, wie sie die Profispieler während der WM medizinisch unterstützen und fit halten.

Beat Frank, 41, Sportphysiotherapeut
Er besetzt seit 2001 als Med Coach die Schweizer Eishockey-Nationalmannschaft. Neben einer Tätigkeit bei der Nati leitet er ein Team von Physiotherapeuten für Profispieler in der Schweiz und in der Schweiz. Er ist passionierter Beachvolleyballer und ein Blogger.

Markus Hammerer, 31, Sportphysiotherapeut
Er ist seit 2007 Med Coach bei Schweizer Eishockey-Nationalmannschaft. Neben seiner Tätigkeit bei der Nati arbeitet er als Physiotherapeut für Profispieler in der Schweiz. Er besetzt die Positionen von eigenen Spielern. Er war früher Skirennläufer beim Landvolk in Österreich.

Für jeden Schmerz das richtige Mittel
Vitar Pharma, mit ihrer Marke Perskindol, ist Partner der medizinischen Betreuungsmannschaft von über 40 Profispieler sowie diversen Schweizer Nationalmannschaften. Dazu gehört auch die Schweizer Eishockey-Nati. Die sogenannten Medical Coaches, wie z.B. Beat Frank und Markus Hammerer von der Eishockey-Nati, sorgen dafür, dass die Profispieler Topleistungen bringen können und dass deren Sportverletzungen schneller ausheilen. Dabei können sie auch bei der Eishockey-WM 2009 wieder auf die Unterstützung von Vitar Pharma und Perskindol zählen.

Beat Frank, was muss man mitbringen, bis man als Medical Coach die Profispieler Eishockey-Welt bestanden darf?
Ein breites Fachwissen und Erfahrung als Physiotherapeut und in verschiedenen Mannschaften sind wichtig. Ich habe viele Jahre in der Nati gearbeitet. Ich habe auch viel Erfahrung in der Betreuung von Profispieler. Ich habe auch viel Erfahrung in der Betreuung von Profispieler. Ich habe auch viel Erfahrung in der Betreuung von Profispieler.

Markus Hammerer, Eishockey ist ein harter Sport. Welche Sportverletzungen müssen Sie am häufigsten behandeln?
Die häufigsten Sportverletzungen sind Verletzungen der Muskulatur, der Sehnen und der Gelenke. Die häufigsten Sportverletzungen sind Verletzungen der Muskulatur, der Sehnen und der Gelenke. Die häufigsten Sportverletzungen sind Verletzungen der Muskulatur, der Sehnen und der Gelenke.

Was passiert bei Ihnen nach dem Spiel?
Nach dem Spiel machen wir eine Massage. Wir machen eine Massage.

Die gelbe Perskindol Classic Linie
Schmerzlösend und heilungsfördernd bei:
- Muskeln- und Gelenksbeschwerden
- Verstauchungen und Taubheitserscheinungen
- Muskelfatigue und Müdigkeitssymptomen

Die rote Perskindol Dolo Linie
Angenehm wärmend, schmerzlösend und entzündungshemmend bei:
- Rücken- und Gelenksbeschwerden
- Ischias, Hexenschuss
- Gelenksentzündungen
- Rheumatischen Beschwerden

Die blaue Perskindol Cool Linie
Kühlend, abtöndelnd und schmerzlösend bei:
- Prellungen
- Sonnenjuck
- Blauergüssen




Lesen Sie die Packungsbeilage. Vitar SA

2/1 Seite
420 x 297 mm
Fr. 32 000.-

Was für eine Erleichterung

PADMA LAX

bei gelegentlicher Verstopfung

- pflanzliche und mineralische Wirkstoffe
- regt zusätzlich die Verdauungsfunktionen an
- vermindert Blähungen
- für Diabetiker geeignet

In Apotheken und Drogerien. Bitte lesen Sie die Packungsbeilage. PADMA AG, CH 8400 Schwerzenbach, www.padma.ch



1/1 Seite
210 x 297 mm
Fr. 18 900.-

WEMF-beglaubigte Auflage
Auflage D-CH 298 195 Ex.
Auflage W-CH 22 363 Ex.
Total Auflage (Gesamtauflage) 320 558 Ex.

MACH 2010
Reichweite D-CH 19,3 %
Reichweite W-CH 7,6 %
Reichweite Frauen D-CH 26,4 %
Reichweite Frauen W-CH 10,6 %
Affinität Frauen D-CH 137
Affinität Frauen W-CH 141

Preise

2/1-Seite	Fr. 32 000.-
1/1-Seite	Fr. 18 900.-
UG 2	Fr. 19 500.-
UG 3	Fr. 19 500.-
UG 4	Fr. 19 900.-
2/3-Seite	Fr. 17 500.-
1/2-Seite	Fr. 12 600.-
1/3-Seite	Fr. 8 600.-
1/4-Seite	Fr. 6 900.-
1/8-Seite	Fr. 5 700.-
Rätsel	Fr. 8 300.-
Umhefter	Fr. 8 300.-
Panorama	Fr. 14 900.-
Junior Page	Fr. 24 800.-
Produktetipp	Fr. 4 600.-
Feinverteilung	Fr. 5 000.-

30 JAHRE Redaktionsprogramm und Erscheinung

Jan./Febr.	März	April	Mai	Juni	Juli/August	September	Oktober	November	Dezember
------------	------	-------	-----	------	-------------	-----------	---------	----------	----------

Titelthema

Chronischer Schmerz	Erholbarer Schlaf	Frühlingskur + Entschlacken	Gelenke, Bänder + Sehnen	Schüssler-Salze + Sport	Pikant!	Zähne, Zunge + Zahnfleisch	Anspannung + Entspannung	Figur + Gewicht	Homöopathie + Wissenschaft
---------------------	-------------------	-----------------------------	--------------------------	-------------------------	---------	----------------------------	--------------------------	-----------------	----------------------------

Gesundheit und Schönheit

Tabus (Flatulenz, Hämorrhoiden)	Welcher Kanton i(s)st gesund?	Zucker + Süssungsmittel	Hochzeit	Innere Uhr	Alternativ heilen	Gesund leben – und dann?	Pensionsblues	Entschleunigung + Freizeitstress	Kosmetik + Hygiene
Giftstoffe	Blase + ihre Schwächen	Gedächtnis + Konzentration	Wundversorgung	Kopfschmerzen	Beine + Venen	Fett	Prostata	Rheuma + Gicht	Nikotinsucht: Endlich frei!
Menstruation	Heuschnupfen	Eisen	Sonnenschutz	Sonnenbedingte Hautallergien	Sonnenbrand	Rückenschmerzen	Schönheit + Ernährung	Lebensmittel-unverträglichkeit	Raumduft
Schnupfen	Handpflege	Schwangerschaft	Säuglings- + Babynahrung	Cellulite	Schwitzen + Körperpflege	Haarausfall (Mann)	Augen + Sehsinn	Durchblutung + Gefässe	Husten + Heiserkeit
Textilien (ent-)färben	Kinderkrankheiten	Vollwertkost + Reformprodukte	Sexy Füsse	Kalte Kräutertees (Heilkräutertage)	Bettnässen	Antioxidanzien	Abwehrkräfte stärken	Intimpflege (Frau)	Heuschnupfen + Desensibilisierung
Säuglingspflege	Zecken	Durchfall	Verstopfung	Insektenstiche	Fuss- + Nagelpilz	Sportler-Ernährung	Diabetes mellitus	Stimmungstief	Magendrücken + Völlegefühl
Muskelkater	Schönheit und Alter (Anti-Aging)	Aphthen	Säure-Basen	Ayurveda	Textilreinigung + Flecken entfernen	Verhütung (Frau)	Pflanzliche Extrakte	Jugend-Akne	Genussbäder
30 Jahre Drogistenstern	Frühlingskräuter	Kopfhaut + Schuppen	Verhütung (Mann)	Therapieformen	Sushi & Co. (Omega-3)	Ohr + Hörsinn	Fit im Kopf	Trockene Schleimhäute	DS-Titelbilder-Wettbewerb
Kosmetologie	Rasur + Pflege (Männer)	Herpes + Lippenpflege	Körper enthaaren (Frau)	Gesichtspflege	Haare färben	Schönheitsempfinden	Camouflage	Sauna + Pflege	Hautpflege im Winter

Aktuell in diesem Monat

Valentinstag	Fasnacht	Ostern	Muttertag	Sommeranfang	Schulbeginn	Herbstanfang	Halloween	Licht + Dunkelheit	Weihnachten
--------------	----------	--------	-----------	--------------	-------------	--------------	-----------	--------------------	-------------

Erscheinung

Mitte Januar	Anfang März	Anfang April	Anfang Mai	Anfang Juni	Anfang Juli	Anfang September	Anfang Oktober	Anfang November	Anfang Dezember
--------------	-------------	--------------	------------	-------------	-------------	------------------	----------------	-----------------	-----------------

Insertionsschluss Anzeigen

12.11.2010	16.12.2010	21.01.2011	17.02.2011	24.03.2011	20.04.2011	23.06.2011	27.07.2011	25.08.2011	22.09.2011
------------	------------	------------	------------	------------	------------	------------	------------	------------	------------

Insertionsschluss Publireportagen

11.10.2010	15.11.2010	09.12.2010	17.01.2011	21.02.2011	21.03.2011	20.05.2011	27.06.2011	22.07.2011	22.08.2011
------------	------------	------------	------------	------------	------------	------------	------------	------------	------------

Druckdatenschluss

22.11.2010	05.01.2011	02.02.2011	02.03.2011	04.04.2011	04.05.2011	06.07.2011	08.08.2011	06.09.2011	05.10.2011
------------	------------	------------	------------	------------	------------	------------	------------	------------	------------

Druckdaten

_ Datenträger (druckfähiges PDF) mit farbverbindlichem Proof
 _ inserate@drogistenverband.ch

Technische Daten

Format 210 x 297 mm (A4)
 Druckverfahren Offset
 Bildraster 60er
 Sprachwechsel d + f vierfarbig (Skala)

Booklets im *Drogistenstern*



Das Booklet als Beratungsinstrument ohne Streuverluste

Das 16-seitige themenspezifische Booklet im A6-Format im *Drogistenstern* hat grossen Aufbewahrungswert und erreicht Ihr Zielpublikum nachhaltig.

Das Booklet wird auch in Zusatzaufgaben von den Drogerien bezogen und im Beratungsgespräch eingesetzt.

Ihre Anzeige im Booklet

- _ erreicht fast 1 Million interessierte Leserinnen und Leser
- _ wird mit dem *Drogistenstern* in der Deutsch- und Westschweiz verteilt
- _ wird dank speziellem Auftritt gut beachtet und gelesen
- _ ermöglicht gezielte Kommunikation im seriösen redaktionellen Umfeld

Redaktionsprogramm

Jan./Febr.	März	April	Mai	Juni	Juli/August	September	Oktober	November	Dezember
Erkältung	Frühjahrskur	Kopfschmerzen	Wohlfühl-gewicht	Sonne	Magen/Darm	Herz/ Kreislauf	Rücken	Vitamine + Mineralstoffe	Schlafen

Erscheinung

Mitte Januar	Anfang März	Anfang April	Anfang Mai	Anfang Juni	Anfang Juli	Anfang September	Anfang Oktober	Anfang November	Anfang Dezember
--------------	-------------	--------------	------------	-------------	-------------	------------------	----------------	-----------------	-----------------

Insertionschluss

18.11.2010	22.12.2010	27.01.2011	28.02.2011	25.03.2011	21.04.20101	27.06.2011	29.07.2011	29.08.2011	28.09.2011
------------	------------	------------	------------	------------	-------------	------------	------------	------------	------------

Druckdatenschluss

18.11.2010	23.12.2010	27.01.2011	1.03.2011	28.03.2011	26.04.2011	28.06.2011	2.08.2011	30.08.2011	29.09.2010
------------	------------	------------	-----------	------------	------------	------------	-----------	------------	------------

Auflage pro Booklet: > 320 558 Ex.
 Eingeklebt im *Drogistenstern* und zusätzlich gezielte Abgabe durch Drogerien
 16 Seiten redaktioneller Text zum definierten Thema
 Sprachen: deutsch und französisch

Preise

Booklet 1/1-Seite Fr. 15 000.–

Formate

1/1 Seite 105 x 148 mm

Beschnittzugabe 3 mm

Bilder und Farbflächen 3 mm über den Seitenrand hinaus anlegen.

Druckdaten

- _ Datenträger (druckfähiges PDF) mit farbverbindlichem Proof
- _ inserate@drogistenverband.ch

Technische Daten

Format 105 x 148 mm (A6)
 Druckverfahren Offset
 Bildraster 60er
 Sprachwechsel d + f vierfarbig (Skala)

Rabatte (Frankenabschlüsse)

Jährlicher Gesamtbruttoumsatz (alle Medien)

Fr. 25 000.– 3%	Fr. 100 000.– 6%	Fr. 200 000.– 10%
Fr. 50 000.– 4%	Fr. 125 000.– 7%	Fr. 250 000.– 12%
Fr. 75 000.– 5%	Fr. 150 000.– 8%	Fr. 300 000.– 15%

BK 5%



monatlich 35 000 Unique User
 über 85 000 Seitenaufrufe pro Monat
 2,22 Seitenaufrufe pro Besuch
 2 Minuten durchschnittliche Besuchszeit pro Besuch
 (Quelle: Google Analytics, September 2010)

Umfassende Schweizer Gesundheitsplattform

vitagate24.ch ist attraktiv für Ihre Online-Werbung: Im Verbund mit den gedruckten Medien des Drogistenverbandes ist vitagate24.ch die ideale Ergänzung für Ihre crossmedialen Kampagnen.

- _ über 400 von der eigenen Online-Redaktion aufbereitete Artikel zu den Themen Fitness, 50 Plus, Kilos & Kalorien, Gesund leben, Heilen und Schönheit
- _ mehr als 70 ausführliche Beschreibungen von komplementärmedizinischen Therapien
- _ umfassender Online-Gesundheitstest zur Bestimmung der eigenen gesundheitlichen Chancen und Risiken
- _ interaktive Elemente wie Umfragen oder Abstimmungen zu bestimmten Themen
- _ kompetente, kostenlose Ratschläge von ausgewiesenen Experten für die Besucherinnen und Besucher
- _ umfassendes Verzeichnis von relevanten Adressen im Gesundheitswesen

Ihre Werbung auf vitagate24.ch

- _ erschliesst zusätzliche Kundenkreise
- _ erreicht mit einem Minimum an Streuverlusten gesundheitsinteressierte Konsumentinnen und Konsumenten
- _ bringt zusätzlichen Traffic auf Ihr eigenes Online-Angebot
- _ ermöglicht Ihnen die Platzierung von Informationen zu Ihren Produkten (Text, Bild) direkt im redaktionellen Umfeld

Medienvergleich

Unique Users ausgewählter Schweizer Websites

FIT for LIFE	12 000
gesundheit-sprechstunde.ch	39 000
schweizerfamilie.ch	52 000
symptome.ch	95 000
wireltern.ch	23 000

(Quelle: NET-Matrix-Audit August 2010)



Halfsky Home

Format: 160 x 300 Pixel
 Platzierung: linker Container, unten
 Laufzeit: 1 Monat
 Fr. 4900.-

Exklusive Platzierung auf der sonst werbefreien Startseite



Branding-Banner Folgeseiten

Format: 728 x 90 + 160 x 600 Pixel
 Platzierung: oberhalb und rechts ausserhalb des Content-Bereichs
 Laufzeit: 1 Monat
 Fr. 4500.-



Leaderboard Folgeseiten

Format: 728 x 90 Pixel
 Platzierung: oberhalb des Content-Bereichs
 Laufzeit: 1 Monat
 Fr. 3500.-



Skyscraper Folgeseiten

Format: 160 x 600 Pixel
 Platzierung: rechts ausserhalb des Content-Bereichs
 Laufzeit: 1 Monat
 Fr. 3700.–



Halfsky Folgeseiten

Format: 160 x 300 Pixel
 Platzierung: linker Container, unten
 Laufzeit: 1 Monat
 Fr. 2800.–



Gutscheine mit Benachrichtigung der User

Verlinkung mit Banner Fr. 200.–
 In Rubrik Gutscheine Fr. 450.–

Fit im Winter Bei gereizter Nase: Bepanthen®



Erkältungen, trockene Luft und häufiger Nasenputzen setzen Ihrer Nase vor allem im Winter ziemlich zu. Die Nasenschleimhaut und die Haut um die Nase sind dann trocken und gereizt. Hier hilft Ihnen Bepanthen Nasenspray zuverlässig. Bepanthen Nasenspray regeneriert, befeuchtet und befeuchtet gepflegte und gereizte Nasen und ist wirkungsvoll. Damit Sie auch wieder ohne Beschwerden durchatmen können.

Bayer (Schwabe) AG, 8045 Zürich. Bitte lesen Sie die Packungsbeilage.

Produktetipp im redaktionellen Umfeld

Packshot, 300 Zeichen Fr. 450.–

Anzeigen
 Das Aus für die Laus – K. Laus

Hyperlink im redaktionellen Umfeld

Titel 25 Zeichen
 Laufzeit 1 Jahr Fr. 800.–

Preise und Formate

Halfsky Home	Exklusive Platzierung auf der sonst werbefreien Startseite
Format:	160 x 300 Pixel
Platzierung:	linker Container, unten
Laufzeit 1 Monat	Fr. 4900.–

Branding-Banner Folgeseiten

Format:	728 x 90 + 160 x 600 Pixel
Platzierung:	oberhalb und rechts ausserhalb des Content-Bereichs
Laufzeit 1 Monat	Fr. 4500.–

Leaderboard Folgeseiten

Format:	728 x 90 Pixel
Platzierung:	oberhalb des Content-Bereichs
Laufzeit 1 Monat	Fr. 3500.–

Skyscraper Folgeseiten

Format:	160 x 600 Pixel
Platzierung:	rechts ausserhalb des Content-Bereichs
Laufzeit 1 Monat	Fr. 3700.–

Halfsky Folgeseiten

Format:	160 x 300 Pixel
Platzierung:	linker Container, unten
Laufzeit 1 Monat	Fr. 2800.–

Gutscheine mit Benachrichtigung der User

Verlinkung mit Banner	Fr. 200.–
In Rubrik Gutscheine	Fr. 450.–

Hyperlink im redaktionellen Umfeld

Titel 25 Zeichen	
Laufzeit 1 Jahr	Fr. 800.–

Produktetipp im redaktionellen Umfeld

Packshot, 300 Zeichen	Fr. 450.–
Laufzeit 1 Monat	

Zusätzliche Werbeformen wie interaktive Spiele, Wettbewerbe, Präsenz in Audio- bzw. Video-Files auf Anfrage

Weitere attraktive Werbeformen sind in Vorbereitung und sollten im Frühjahr 2011 verfügbar sein.

Zusatzleistungen

Gestaltung von statischen Werbeflächen	Fr. 500.–
Gestaltung von animierten Werbeflächen	auf Anfrage
Gestaltung von Gutscheinen	gratis
Aufschaltgebühr pro Schaltung	Fr. 180.–

Daten

- _ Anlieferung mindestens 2 Wochen von Aufschaltung
- _ Flash-Datei, max. 20KB
- _ inerate@drogistenverband.ch

Platzierung

Bannerwerbung kann exklusiv oder abwechselnd direkt beim Themenkreis gebucht werden.

Hyperlinks können im Textanschluss gebucht werden.

Rabatte (Frankenabschlüsse)

Jährlicher Gesamtbruttoumsatz (alle Medien)

Fr. 25 000.–	3%	Fr. 100 000.–	6%	Fr. 200 000.–	10%
Fr. 50 000.–	4%	Fr. 125 000.–	7%	Fr. 250 000.–	12%
Fr. 75 000.–	5%	Fr. 150 000.–	8%	Fr. 300 000.–	15%
BK 5%					

Abendkurse «Wehweh und Bobo – Wissen, was Kindern wirklich hilft»



Der Kurs richtet sich an Erziehende wie Eltern, Grosseltern, Patentanten und Krippenleiterinnen. Die Abendkurse finden im Frühling 2011 an rund 30 verschiedenen Orten in der ganzen Schweiz statt. Alle, die sich um Kinder bis etwa acht Jahre kümmern, können am Kursabend ihr Wissen zu leichten Erkrankungen und kleinen Verletzungen auffrischen. Erfahrene Referenten, praktische Beispiele, eine Kursbroschüre, Ausstellungen der Industriepartner und eine Geschenktasche, gefüllt mit Give-aways, erwarten die Kursteilnehmer.

Maxi-Partner

Medienpräsenz

- 1/1-Seite PR im *Drogistenstern*
- 3x PR-Text, «Profitipp» im *Drogistenstern* (400 Zeichen + Packshot)
- 1x Skyscraper/Banner auf *vitagate24.ch*
- 1/1-Seite Inserat in der Kursbroschüre «Wehweh und Bobo»
- 1/1-Seite Publireportage in *d-inside*
- 1x Produkte-News in *d-inside*
- 1/2-Seite PR in *d-inside* und 5 Fragen auf *DrogoBrain*
- 1x PR-Text mit Packshot und Link im *d-mail* (400 Zeichen)
- 3x Link im *d-bulletin* auf Bestellformular

Logopräsenz (grosses Logo)

- _ Ausschreibung der Kurse in *d-inside*
- _ 3x im *Drogistenstern*
- _ Einladungsflyer
- _ Eintrittskarten
- _ 10%-Gutschein-Karte
- _ Kursbroschüre
- _ Tragtasche
- _ Feedbackbogen
- _ Berichterstattung in *d-inside*

Präsenz an den Kursen

- _ Stand an den Kursabenden, Möglichkeit zur Beratung der Kursbesucher, Tests und Wettbewerb
- _ Tragtaschen an Kursbesucher; Möglichkeit, Muster, Flyer beizulegen

Fr. 58 000.–

Midi Partner

Medienpräsenz

- 1/2-Seite PR im *Drogistenstern*
- 1x PR-Text, «Profitipp» im *Drogistenstern* (400 Zeichen + Packshot)
- 1/2-Seite Publireportage in *d-inside*
- 1x ProdukteNews in *d-inside*
- 1/4-Seite PR in *d-inside* und 2 Fragen auf *DrogoBrain*
- 1x PR-Text mit Packshot und Link im *d-mail* (400 Zeichen)
- 2x Link im *d-bulletin* auf Bestellformular

Logopräsenz (kleines Logo)

- _ Ausschreibung der Kurse in *d-inside*
- _ 3x im *Drogistenstern*
- _ Einladungsflyer
- _ Eintrittskarten
- _ 10%-Gutschein-Karte
- _ Kursbroschüre
- _ Tragtasche
- _ Feedbackbogen
- _ Berichterstattung in *d-inside*

Präsenz an den Kursen

- _ unbetreuter Stand an den Kursabenden
- _ Tragtaschen an Kursbesucher; Möglichkeit, Muster, Flyer beizulegen

Fr. 28 000.–

Facts & Figures (Kursserie 2010)

- _ 1611 Kursteilnehmer
- _ 30 Abendkurse
- _ 5 Partner aus der Industrie
- _ 3 500 000 Kontakte mit den Themen von «Wehweh und Bobo» während vier Monaten in Publikumsmedien (Print, Online, Lokalradios) und Fachmedien (Print, Online)

Gesundheitstipps



besser gsund



Guter Rat aus der **Drogerie**

Facts & Figures («besser gsund» 2009/10)

- _ 140 Unternehmen
- _ 70 000 Kontakte monatlich
- _ 3 800 000 Kontakte mit den Themen von «besser gsund» während eines Jahrs in Publikums- und Fachmedien (Print, Online)

Gesunde Mitarbeitende sind ein wichtiger Erfolgsfaktor, und das Thema eignet sich hervorragend, um Drogerieprodukte bei Angestellten von KMU zu positionieren. Deshalb engagiert sich der Schweizerische Drogistenverband im Thema Gesundheit am Arbeitsplatz. Das Ziel von «besser gsund» ist, den Mitarbeitenden früh genug einen Gesundheitstipp mitzugeben, damit diese selbstverantwortlich handeln können, bevor sie im Betrieb ausfallen.

Themen Booklets / Gesundheitstipps 2011

- | | |
|-----------------------------|--|
| _ Januar/Februar: Erkältung | _ Juli/August: Magen/Darm |
| _ März: Frühjahrskur | _ September: Herz/Kreislauf |
| _ April: Kopfschmerzen | _ Oktober: Rücken |
| _ Mai: Wohlfühlgewicht | _ November: Vitamine und Mineralstoffe |
| _ Juni: Sonne | _ Dezember: Schlafen |

Partner Gesundheitstipp

- _ Maximal zwei Gutscheine (3. und 4. Umschlagseite)
- _ 1 Seite Inserat im *Drogistenstern*
- _ 2 Produktetipps im *Drogistenstern* im gebuchten Monat
- _ 1 Marktnotiz im *d-mail* im entsprechenden Monat (400 Zeichen)
- _ Logo auf der Internet-Seite *bessergsund.ch* bis maximal Ende 2011 (Rubrik «Partner» mit Verlinkung auf den Webauftritt des Industriepartners)

Spezialangebot: Fr. 25 000.–

Partner Gesundheitstipp und Booklet

Booklet

- _ 1 Seite Anzeige (2. Umschlagseite)

Drogistenstern

- _ 1/4 Seite Anzeige

Gesundheitstipp

- _ Maximal 2 Gutscheine (3. und 4. Umschlagseite)
- _ 2 Produktetipps im *Drogistenstern* im gebuchten Monat
- _ 1 Marktnotiz im *d-mail* im entsprechenden Monat (400 Zeichen)
- _ Logo auf der Internet-Seite *bessergsund.ch* bis maximal Ende 2011 (Rubrik «Partner» mit Verlinkung auf den Webauftritt des Industriepartners)

Spezialangebot

Gesundheitstipp	Fr. 25 000.–
+ Booklet	Fr. 15 000.–
Zwischentotal	Fr. 40 000.–
– Rabatt	Fr. 5 000.–

Spezialpreis Fr. 35 000.–

Einkleber, Beihefter und weitere Spezialitäten

(Nur nach vorheriger Absprache)

Drogistenstern

	pro Tausend	Gesamtkosten*	
Postkarte A6/A5 einkleben Mindestformat Träger-Inserat: 1/2 Seite quer, Tarif siehe Inseratepreise. Preise inkl. Porto und technische Kosten, exklusive Inseratekosten	50.–	Fr. 16 650.–	Format: minimal 55 x 85 mm / maximal 148 x 210 mm Papiergewicht: mindestens 150 g/m ² / maximal 300 g/m ² nur auf der rechten Seite möglich
Warenmuster einkleben Mindestformat Träger-Inserat: 1/2 Seite quer, Tarif siehe Inseratepreise. Preise inkl. Porto und technische Kosten, exklusive Inseratekosten	50.–	Fr. 16 650.–	Format: minimal 65 x 84 mm / maximal 148 x 210 mm Gewicht: maximal 25 g / Dicke: 2 mm
Beihefter Bei Fremdinserten im Beihefter: Preis auf Anfrage	90.–	Fr. 29 970.–	Format: minimal 105 x 148 mm / maximal 190 x 277 mm Papiergewicht: mindestens 70 g/m ² / maximal 100 g/m ² Je 5 mm Kopf-, Fuss- und Frontbeschnitt
Weitere Spezialitäten	auf Anfrage		

* Bei einer Auflage von 320 500 Ex. Die Auflage ändert monatlich.

Vor der definitiven Zusage benötigen wir 4 Musterexemplare. Die Preise verstehen sich exkl. 7,6 % MWSt.

Gerne stellen wir Ihnen eine detaillierte Offerte zu.

d-inside

	Gesamtkosten**	
Postkarte A6/A5 einkleben oder einlegen Mindestformat Inserat: 1/2 Seite quer, Tarif siehe Inseratepreise. Preise inkl. Porto und technische Kosten, exklusive Inseratekosten	Fr. 1300.–	Format: minimal 55 x 85 mm / maximal 148 x 210 mm Papiergewicht: mindestens 150 g/m ² / maximal 300 g/m ² Einkleben: auf Seite 9 oder 24 bei 32 Seiten Einlegen: zwischen den Seiten 2/3 oder 30/31 bei 32 Seiten
Warenmuster einkleben Mindestformat Inserat: 1/2 Seite quer, Tarif siehe Inseratepreise. Preise inkl. Porto und technische Kosten, exklusive Inseratekosten	Fr. 1300.–	Format: minimal 65 x 84 mm / maximal 148 x 210 mm Gewicht: maximal 25 g / Dicke: 2 mm
Beihefter Bei Fremdinserten im Beihefter: Preis auf Anfrage	Preis auf Anfrage	Format: minimal 105 x 148 mm / maximal 190 x 277 mm Papiergewicht: mindestens 70 g/m ² / maximal 100 g/m ² Je 5 mm Kopf-, Fuss- und Frontbeschnitt Beihefter: in der Mitte des Heftes
Einkleben einer Broschüre	Preis auf Anfrage	Format: minimal 55 x 85 mm / maximal 148 x 210 mm Papiergewicht: mindestens 150 g/m ² / maximal 300 g/m ² Einkleben: auf Seite 9 oder 24 bei 32 Seiten
Lose Beilagen/Huckepack	Fr. 6800.–	Format: minimal 55 x 85 mm / maximal 210 x 297 mm Huckepack: Lose Beilage und d-inside folieren, inkl. adressieren
Weitere Spezialitäten	auf Anfrage	

** Bei einer Auflage von 6400 Ex.

Vor der definitiven Zusage benötigen wir 4 Musterexemplare. Die Preise verstehen sich exkl. 7,6 % MWSt.

Publireportage

Publireportage Kombi	Fr. 27 500.– inkl. Redaktions-, Kreative-, und Übersetzungskosten	1/1 Seite im <i>Drogistenstern</i> (über Produkt und Firmenporträt) 1/1 Seite im <i>d-inside</i>
Publireportage <i>Drogistenstern</i>	Fr. 35 800.– inkl. Redaktions-, Kreative-, und Übersetzungskosten	2/1 Seite im <i>Drogistenstern</i>
Publireportage <i>d-inside</i>	Fr. 21 000.– inkl. Redaktions-, Kreative-, und Übersetzungskosten	1/1 Seite im <i>Drogistenstern</i>
Publireportage <i>d-inside</i>	Fr. 14 500.– inkl. Redaktions-, Kreative-, und Übersetzungskosten	2/1 Seite im <i>d-inside</i>
Publireportage <i>d-inside</i>	Fr. 7900.– inkl. Redaktions-, Kreative-, und Übersetzungskosten	1/1 Seite im <i>d-inside</i>

Natürlich beweglich

Der Extrakt aus neuereisendlichen Grünspannschalen kann die Beweglichkeit der Gelenke erhalten. Neuen unterstützen zwei weiteren Nährstoffgruppenzusatz auf der Basis von Original Perma-Extrakt unsere Gelenke.

Die Ernährung beeinflusst unseren Gesundheitszustand. Daraus können wir Diabetes, Bluthochdruck oder Bluthochdruckrisiko vermeiden, indem wir unsere Ernährung anpassen, mehr Gemüse, Obst und Vollkornbrot essen.

Wichtig: Warum von innen

Die Wirbelsäule aus dem Alter wird auch im Alter noch in der besten Form sein. Das kann nur von innen geschehen. In der Natur sind die Gelenke beweglich. Das ist die Natur der Natur. Das ist die Natur der Natur. Das ist die Natur der Natur.

Bon

- 1 in 1000 Drogen

PERNATON

Publireportage *Drogistenstern* 1/1 Seite Fr. 21 000.–

Die volle Pflanzenkraft für Sie

Heilpflanzen gedeihen dort, wo sie von der Sonne, der Luft und der Erde die nötigen Energie- und Nährstoffe erhalten. Jede von ihnen gibt uns Menschen ihre Heilkraft weiter – sofern alle Inhaltsstoffe beim Verarbeitungsprozess erhalten bleiben.

Heilpflanzen sind aus der Geschichte der Menschheit nicht wegzudenken. Sie sind chemisch vielfältiger als alle anderen Pflanzen. Sie sind aus der Natur der Natur. Sie sind aus der Natur der Natur.

PartnerInfo

Das Sortiment der Natur-Fach-Produkte umfasst 67 Pflanzenextrakte, die sich sowohl als Nahrungsergänzungsmittel als auch als Kosmetika eignen. Die Anwendungsmöglichkeiten sind vielfältig. Die Anwendungsmöglichkeiten sind vielfältig.

PERNATON

Publireportage *d-inside* 1/1 Seite Fr. 7900.–

d-inside dossier

Eine Fachbeilage des Schweizerischen Drogistenverbandes

Schmerz

Schmerzen definieren und einteilen ■ Mechanismen des Schmerzes ■ Schmerztherapien ■ der Schmerz in der Beratung ■ Glossar

Wirkt auch wenn Sie nicht daran glauben.

Algifor forte 400

Wirkung gegen Kopfschmerzen nach 30 Minuten.

Vifor

Fachdossier
Fachbeilage d-inside
Auflage: 6400 Exemplare
Themen auf Anfrage
1/1 Seite Inserat
Firmenlogo
Fr. 18 000.–

Insertionsbedingungen Print

Gültig ab 1. Januar 2007

1. Anwendbarkeit. Die Insertionsbedingungen regeln die vertraglichen Beziehungen zwischen dem Inserenten bzw. dem von ihm beauftragten Werbevermittler («Werbevermittler») und dem Schweizerischen Drogistenverband («Verlag»), sofern nichts anderes vereinbart wurde. Insoweit diese Bedingungen keine abweichenden Regeln enthalten, gelten für das Vertragsverhältnis die Vorschriften über den Werkvertrag (Art. 363 ff. OR).

2. Aufgabe, Änderung und Sistierung von Inseraten nur schriftlich. Änderungen und Sistierungen sind bis zum Inseratenannahmeschluss ohne Kostenfolge möglich. Unkosten für bereits bearbeitetes Druckmaterial werden in Rechnung gestellt. Die vom Druckzentrum hergestellten Repro- und Litho-Unterlagen bleiben dessen Eigentum. Für Fehler aus telefonischen Übermittlungen jeder Art oder schlechter Telefaxqualität übernimmt der Verlag keine Haftung.

3. Platzierungswünsche werden nur unverbindlich entgegengenommen. Für Anzeigen mit festen Platzierungsvorschriften wird, sofern diese vom Verlag akzeptiert werden, ein Platzierungszuschlag erhoben. Erscheint die Anzeige aus technischen oder redaktionellen Gründen an einer anderen Stelle als vorgeschrieben oder gewünscht, so kann deswegen weder die Zahlung verweigert noch Schadenersatz verlangt werden. Ein Platzierungszuschlag wird in diesem Fall nicht erhoben. Konkurrenzausschluss ist nicht möglich.

4. Veröffentlichung von Inseraten/Beilagen. Der Verlag behält sich jederzeit vor, Änderungen der Inserate-/Beilageninhalte zu verlangen oder Inserate/Beilagen ohne Angabe von Gründen abzulehnen bzw. zu sistieren.

4.1. Online-Dienste (insb. Internet). Der Inserent bzw. der Werbevermittler erlaubt dem Verlag bis auf Widerruf, die Inserate auf eigene oder fremde Online-Dienste einzuspeisen oder sonst wie zu veröffentlichen und zu diesem Zweck zu bearbeiten. Der Verlag verpflichtet sich zur Einhaltung der datenschutzrechtlichen Bestimmungen, kann aber die Vertraulichkeit, Integrität, Authentizität und Verfügbarkeit von Personendaten nicht umfassend garantieren. Der Inserent bzw. der Werbevermittler nimmt zur Kenntnis, dass Personendaten auch in Staaten abrufbar sind, die keine der Schweiz vergleichbaren Datenschutzbestimmungen kennen. Der Inserent bzw. der Werbevermittler ist damit einverstanden, dass die Inserate, die vom Verlag abgedruckt, auf Online-Dienste eingespeist oder sonst wie veröffentlicht werden, für Dritte nicht frei verfügbar sind. Der Inserent bzw. der Werbevermittler untersagt insbesondere die Übernahme von Inseraten auf Online-Dienste durch Dritte und überträgt dem Verlag das Recht, jede irgendwie geartete Verwertung und Bearbeitung dieser Inserate mit den geeigneten Mitteln zu untersagen.

5. Termine. Die Anzeigenunterlagen müssen bei Anzeigenschluss vorliegen, damit die Konformität des Inhalts und der Darstellung kontrolliert und gegebenenfalls besprochen werden können, ohne dass der Erscheinungstermin gefährdet ist. Aus denselben Gründen müssen PR-Anzeigen und «PartnerInfo»-Anzeigen einen Monat vor dem Termin für die allgemeinen Anzeigen in Auftrag gegeben sein.

6. Veröffentlichungen von redaktionellen Beiträgen können bei der Aufgabe von Inseraten nicht zur Bedingung gemacht werden.

7. Haftung. Der Inserent ist für den Inhalt der Inserate verantwortlich. Er ist verpflichtet, die einschlägigen gesetzlichen Bestimmungen, Richtlinien und Verbandsregeln der Branche einzuhalten, und stellt, soweit rechtlich möglich, den Verlag, dessen Organe und Hilfspersonen von jeglichen Ansprüchen Dritter frei. Wird der Verlag gerichtlich belangt, ist der Inserent verpflichtet, nach erfolgter Streitverkündung dem Prozess beizutreten. Der Inserent ist in jedem Fall verpflichtet, sämtliche im Zusammenhang mit Ansprüchen Dritter anfallenden gerichtlichen und aussergerichtlichen Kosten zu übernehmen.

8. Gegendarstellungsrecht. Gegendarstellungsbegehren zu Inseraten werden vom Verlag soweit möglich in Absprache mit dem Inserenten bzw. dem Werbevermittler behandelt. Wird der Verlag gerichtlich belangt, ist der Inserent verpflichtet, nach erfolgter Streitverkündung dem Prozess beizutreten. Der Inserent ist in jedem Fall verpflichtet, sämtliche im Zusammenhang mit einer Gegendarstellung anfallenden gerichtlichen und aussergerichtlichen Kosten zu übernehmen.

9. Erkennbarkeit. Inserate-Beilagen müssen von den Lesern deutlich als solche erkennbar sein und sich vom redaktionellen Teil in Gestaltung und Schrift unterscheiden. Der Verlag behält sich eine zusätzliche Kennzeichnung durch eine Überschrift «PR-Anzeige von (Firma)» oder mit ähnlichem Sinn vor. Das Logo oder der Name der Zeitschrift oder Hinweise auf die Redaktion dürfen in der Anzeige nie verwendet werden; andernfalls behält sich dieser vor, Aufträge zurückzuweisen.

10. Gut zum Druck werden nur auf ausdrücklichen Wunsch erstellt und nur, sofern die Druckunterlagen mindestens 1 Arbeitstag vor Inserateschluss dem Verlag vorliegen. Die Veröffentlichung der Inserate erfolgt grundsätzlich in den vorgeschriebenen Ausgaben, selbst wenn das Gut zum Druck noch aussteht. Bei Vollvorlagen wird grundsätzlich kein Gut zum Druck geliefert.

11. Drucktechnische Mängel. Für Inserate, die infolge fehlender oder ungeeigneter Druckunterlagen (zu feiner Raster, zu feine Linien, zu kleine Schrift usw.) nicht einwandfrei erscheinen, und für Abweichungen in der Farbgebung oder für Passerdifferenzen, die durch die technischen Gegebenheiten des Druckverfahrens bedingt sind, kann keine Haftung übernommen werden. Dies gilt ebenso für Druckunterlagen, deren Qualität vom Verlag beanstandet wurde und die trotz Intervention nicht durch einwandfreies Material ersetzt wurden. Bei Buntfarben bleibt eine angemessene Toleranz in der Farbnuance vorbehalten.

12. Druckfehler, die weder den Sinn noch die Werbewirkung des Inserates wesentlich beeinträchtigen, berechtigen nicht zu einem Preisnachlass. Ebenso wenig kann für Abweichungen von typografischen Vorschriften oder für fehlende Codezeichen in Couponinseraten Ersatz geleistet werden.

12.1. Für Übersetzungsfehler aus fremdsprachigen Vorlagen kann keine Haftung übernommen werden.

12.3. Für mangelhaftes Erscheinen, das den Sinn oder die Wirkung eines Inserates wesentlich beeinträchtigt, werden im Maximum die Einschaltkosten des entsprechenden Inserates erlassen oder in Form von Inserateraum kompensiert. Weiter gehende Ansprüche sind ausgeschlossen.

13. Reklamationen werden nur innerhalb von 10 Tagen nach Rechnungsstellung angenommen.

14. Die Berechnung der Inserate erfolgt grundsätzlich nach der effektiv belegten Fläche.

15. Rabattvereinbarungen gelten für ein Jahr und eine Firma. Für Inserate des gleichen Auftraggebers, die unter verschiedenen Namen oder auf Rechnung verschiedener Firmen erscheinen, sind getrennte Rabattvereinbarungen abzuschliessen (Tochtergesellschaften usw.). Rechtlich selbstständige Firmen haben auch dann separate Abschlüsse zu tätigen, wenn sie der gleichen Dachorganisation (Holding) angehören.

15.1. Frankenabschlüsse werden ausschliesslich über ein Kalenderjahr abgeschlossen.

15.2. Rabattabrechnungen. Wird die vereinbarte Menge überschritten, besteht rückwirkend Anrecht auf eine entsprechende Rabattgutschrift laut Tarif; bei Minderabnahme erfolgt eine Rückbelastung des zu viel bezogenen Rabattes. Das unbenutzte Quantum kann nicht auf das folgende Abschlussjahr übertragen werden.

15.3. Bei Bruttoabschlüssen werden Rabatt und Provision nach Ablauf der Rabattvereinbarung gutgeschrieben.

15.4. Kollektivinserate unterstehen besonderen Rabattvereinbarungen.

15.5 Die Kumulation von Vergünstigungen und/oder Zusatzleistungen ist ausgeschlossen.

16. Beleglieferung. Mit der Rechnung wird ein Beleg geliefert.

17. Offerten auf Chiffre-Inserate werden nur weitergeleitet, wenn sie direkt auf den Inhalt des betreffenden Inserates Bezug nehmen. Einsendungen zu Empfehlungs- und Werbezwecken, anonyme und Massenofferten sind von der Weiterleitung ausgeschlossen. Zur Feststellung solcher Offerten behält sich der Verlag das Stichprobenweise Öffnen der Briefe vor. Wir empfehlen dringend, keine Originalzeugnisse oder andere unersetzliche Papiere beizulegen. Für die Rücksendung von Dokumenten kann der Verlag keine Verantwortung übernehmen. Bei Offertensendungen, die das Format C5 überschreiten, muss für die Weiterleitung die entsprechende Postgebühr beigelegt werden.

18. Zahlungskonditionen. Sofern keine gegenteilige Vereinbarung vorliegt, sind die Rechnungen innerhalb von 30 Tagen ohne Skontoabzug zu bezahlen. Unberechtigte Skontoabzüge werden nachgefordert.

18.1. Bei Zahlungsverzug werden eine Mahngebühr von Fr. 10.– sowie 6 % Verzugszins in Rechnung gestellt. Bei Betreibung, Nachlassstundung und Konkurs entfallen Rabatte und Vermittlerprovisionen. Bereits ausbezahlte Vermittlerprovisionen werden zurückgefordert. Zudem werden für Umtriebe 5 % der Forderungssumme (mind. Fr. 50.–, max. Fr. 300.–) belastet.

18.2. Der Verlag behält sich jederzeit vor, die Bonität von Inserenten bzw. Werbevermittlern zu überprüfen.

18.3. Gerichtsstand und Erfüllungsort ist Biel.

Insertionsbedingungen Online

Anwendbarkeit

Diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen («AGB») regeln die vertraglichen Beziehungen zwischen dem Kunden und dem Schweizerischen Drogistenverband («SDV»). Die AGB finden Anwendung auf sämtliche Vereinbarungen zwischen dem SDV und dem Kunden betreffend der vom SDV angebotenen Dienstleistungen und Produkte.

Inkrafttreten, Widerrufsrecht, Rücktritt

Sobald der Kunde eine Auftragsbestätigung erhalten und innert 5 Tagen keinen Einspruch geltend gemacht, eine Vereinbarung unterzeichnet oder den Bezug von Dienstleistungen und/oder Produkten über das Internet bestätigt hat, tritt die entsprechende Vereinbarung unter Einbezug dieser AGB in Kraft.

Der SDV behält sich das Recht vor, jede durch einen Mitarbeiter oder eine andere Hilfsperson des SDV oder jede über das Internet mit dem Kunden abgeschlossene Vereinbarung ohne Angabe eines Grundes und ohne Entschädigungsfolgen innerhalb von 20 Tagen aufzulösen.

Im Fall einer vertragswidrigen, widerrechtlichen oder sittenwidrigen Benützung der Dienstleistungen durch den Kunden oder im Fall, dass der Kunde wegen mangelnder Qualität der an SDV übermittelten Daten, wie beispielsweise Insertionsdaten, Anlass zu Reklamationen gegeben hat, kann der SDV ohne Entschädigungsfolgen sofort vom Vertrag zurücktreten und die Leistungserbringung ohne vorgängige Mitteilung an den Kunden und ohne Entschädigungsfolgen einstellen.

Preise und Zahlungsbedingungen

Für die Berechnung der Preise gilt die jeweils gültige Preisliste des SDV für das entsprechende Produkt. Der SDV behält sich vor, die Preise der Markt- und/oder Preisentwicklung anzupassen. Solche Preisanpassungen werden auch auf laufende Verträge angewendet. Die Preise verstehen sich netto in Schweizer Franken exklusiv Mehrwertsteuer. Vorbehalten bleiben anderslautende Absprachen zwischen den Parteien.

Die Zahlungsfrist beträgt 10 Tage ab dem Zeitpunkt der Rechnungsstellung. Bezahlt der Kunde nicht innerhalb der Zahlungsfrist, so kann der SDV die Vereinbarung frist- und entschädigungslos ohne Mahnung auflösen. Nach Ablauf der Zahlungsfrist ist ein Verzugszins von 1 % pro Monat geschuldet. Zusätzlich sind Mahnkosten von Fr. 50.– pro Mahnung zu bezahlen. Im Weiteren trägt der Kunde den dem SDV durch den Zahlungsverzug und/oder die Auflösung der Vereinbarung entstandenen Schaden.

Media-, PR-, oder Werbeagenturen sind gegenüber den Werbeauftraggebern zur Tariftreue verpflichtet.

Vorbereitung

Der Kunde ist verpflichtet, dem SDV die Werbevorlagen rechtzeitig im vereinbarten Format und in der endgültigen digitalen Fassung zur Verfügung zu stellen. Die Werbung hat den auf den vereinbarten Plattformen aufgeführten Gestaltungsvorgaben zu entsprechen und darf die gebuchte Werbefläche nicht überschreiten. Sie muss auf den gängigen Browsern eine optimale Darstellung ergeben. Die Qualität der Vorlagen in rechtlicher und technischer Hinsicht liegt im alleinigen Verantwortungsbereich des Kunden. Er trägt die Gefahr der Übermittlung.

Die Werbemittel und alle übrigen Unterlagen müssen spätestens 5 Arbeitstage vor dem Beginn der Werbeaktion beim SDV eingetroffen sein.

Der Kunde stellt sicher, dass Webseiten, auf welche im Rahmen der Werbeaktion verwiesen wird (Verlinkung), spätestens bei Beginn der Aufschaltung in Betrieb sind. Er verpflichtet sich, die verlinkten Webseiten während der gesamten Dauer der Werbeaktion funktionsfähig und aktuell zu halten.

Durchführung

Die Werbung wird vom SDV innerhalb der vereinbarten Dauer publiziert. Wenn im Vertrag kein bestimmter Platz für die Publikation vereinbart wurde, entscheidet der SDV frei über die Platzierung der Werbung. Ein Zufallsgenerator entscheidet über die Einblendung von Werbung beim Abruf einer bestimmten Seite.

Der SDV ist nicht verpflichtet, Werbung vor Annahme des Auftrages oder während der Dauer der Werbeaktion anzusehen und zu prüfen. Der SDV behält sich auch bei rechtsverbindlich angenommenen Aufträgen vor, Werbung aus rechtlichen, sittlichen oder ähnlichen Gründen zurückzuweisen. Zudem ist der SDV berechtigt, Werbung wegen deren Herkunft, Inhalt, Form, technischer Qualität oder aus anderen Gründen zurückzuweisen. Die Zurückweisung von Werbung ist spätestens innert 5 Tagen dem Kunden seit Datenlieferung mitzuteilen. Der Kunde ist im Fall der Zurückweisung dazu verpflichtet, unverzüglich neue bzw. abgeänderte Werbung zur Publikation zur Verfügung zu stellen, auf welche die Zurückweisungsgründe nicht zutreffen. Soweit dieser Ersatz innert Frist zur Verfügung gestellt wird, verlängert sich der Vertrag um die Dauer der Unterbrechung. Kommt der Kunde der Aufforderung nicht nach, kann der SDV nach unbenutztem Ablauf der Nachbesserungsfrist vom Vertrag zurücktreten, ohne dass der SDV seinen Vergütungsanspruch verlieren würde.

Immaterialgüterrechte

Sämtliche Urheberrechte und Marken sowie Know-how an den Applikationen und Online-Plattformen der *vitagate ag* stehen ausschliesslich *vitagate ag* zu. Soweit die vertragsgemässe Nutzung der Applikation der *vitagate ag* durch den Kunden Nutzungsrechte an Urheberrechten, Marken und/oder Know-how von *vitagate ag* voraussetzt, werden diese dem Kunden nicht-exklusiv, unübertragbar und im benötigten Umfang für die Dauer der entsprechenden Vereinbarung durch *vitagate ag* erteilt. Dieser Abschnitt gilt analog für Applikationen weiterer Dritter, soweit der SDV mit dem Kunden die Nutzung einer solchen Dritt-Applikation vereinbart.

Die dem Kunden eingeräumten Nutzungsrechte an Applikationen und Online-Plattformen von *vitagate ag* und Applikationen Dritter sind persönlich und nicht übertragbar.

Sämtliche im Auftrag des Kunden durch den SDV erstellten Objektunterlagen, Fotos und Templates sind Eigentum des Kunden.

Bewirtschaftung und Weiterentwicklung der Applikation

Der Betrieb und die Bewirtschaftung der Applikationen und Online-Plattformen von *vitagate ag* erfolgen durch *vitagate ag*. Diese ist berechtigt, zur Erfüllung ihrer Leistungspflichten Dritte beizuziehen.

vitagate ag ist bestrebt, den Betrieb der Applikationen und Online-Plattformen von *vitagate ag* möglichst störungsfrei anzubieten und Unterbrechungen für die Behebung von Störungen, Wartungsarbeiten, Einführungen neuer Technologien und dergleichen kurz zu halten. Die technische Weiterentwicklung liegt allein im Ermessen der *vitagate ag*.

Die Applikationen anderer Dritter werden durch diese betrieben und bewirtschaftet. Die technische Weiterentwicklung liegt in deren Ermessen.

Datenschutz/Publikationsnetzwerk

Der Kunde erlaubt dem SDV sowie *vitagate ag*, Daten gemäss Vereinbarung, wie beispielsweise Werbeaktionen, inklusive der dazugehörenden Elemente, wie Texte, Logos, Grafiken, Bilder etc., auf der Online-Plattform von *vitagate ag* sowie in weitere eigene Online- und Offline-Dienste sowie solche Dritter zu integrieren. Ein Anspruch auf Publikation innerhalb dieser Medien existiert nicht. Der SDV und/oder *vitagate ag* können die Publikation innerhalb des Publikationsmediums jederzeit, aus welchem Grund auch immer, ohne Kostenfolge unterbrechen, verändern oder gänzlich unterbinden. Ebenso können der SDV und/oder *vitagate ag* die Insertionsdaten für weitere eigene Zwecke und solche Dritter nutzen (wie beispielsweise die Erstellung von Statistiken) oder sonst wie veröffentlichen und zu diesem Zweck speichern und bearbeiten.

Der Kunde stimmt der direkten und/oder indirekten Übergabe der für die Nutzung der Applikationen Dritter notwendigen Daten von der Applikation von *vitagate ag* in die Applikation(en) Dritter sowie der Speicherung solcher Daten in deren Datenbank(en) ausdrücklich zu. Der Kunde stimmt der Nutzung der Daten durch den Dritten ausdrücklich zu.

Der SDV verpflichtet sich zur Einhaltung der geltenden Datenschutzbestimmungen. Er kann die Vertraulichkeit, Unverfälschbarkeit und Authentizität der online publizierten Daten des Kunden jedoch nicht umfassend zusichern. Der Kunde nimmt insbesondere zur Kenntnis, dass Personendaten auch in Staaten abrufbar sind, die keine mit der Schweiz vergleichbaren Datenschutzbestimmungen kennen.

Rechte und Pflichten des Kunden

Der Kunde verpflichtet sich, die Applikationen von *vitagate ag* und von Dritten gesetzlich- und vertragsgemäss zu nutzen. Der Kunde sichert insbesondere zu, dass er sämtliche an den SDV oder Dritte übermittelte Daten in der vom SDV vorgegebenen Form und Qualität liefert, gemäss den Insertionsbestimmungen der entsprechenden Applikationen; er an sämtlichen von ihm direkt oder indirekt über Dritte dem SDV oder Dritten zur Verfügung gestellten Daten wie beispielsweise Grafiken, Fotos, Plänen, Texten, Software und Sounds berechtigt ist und diese im Rahmen der vertraglichen Vereinbarungen mit dem SDV verwenden darf; die an den SDV oder Dritte übermittelte Daten vollständig und wahr sind sowie von ihm ständig aktuell gehalten werden; er die jeweiligen Nutzungsbestimmungen/Disclaimer akzeptiert.

Der SDV behält sich vor, die vom Kunden übermittelte Daten aus technischen Gründen zu verändern oder gänzlich nicht zu verarbeiten.

Wird der SDV im Zusammenhang mit einer Vereinbarung mit dem Kunden oder im Zusammenhang mit den vom Kunden zur Verfügung gestellten Daten und/oder Werbung von einem Dritten belangt, so ist der Kunde verpflichtet, auf erste Aufforderung des SDV hin diesem für die Abwendung der geltend gemachten Ansprüche sämtliche dem SDV nützlich erscheinende Dokumente und Informationen zur Verfügung zu stellen. Wird der SDV im Zusammenhang mit einer Vereinbarung mit dem Kunden oder im Zusammenhang mit den vom Kunden zur Verfügung gestellten Daten von einem Dritten gerichtlich belangt, so ist der Kunde verpflichtet, nach erfolgter Streitverkündung dem Prozess beizutreten. Der Kunde ist in jedem Falle verpflichtet, sämtliche im Zusammenhang mit solchen Ansprüchen Dritter anfallende gerichtlichen und aussergerichtlichen Kosten vom SDV zu übernehmen und den SDV vollumfänglich schadlos zu halten. Soweit (auch) die *vitagate ag* von einem Dritten belangt wird, gelten die Bestimmungen dieses Absatzes mutatis mutandis auch gegenüber der *vitagate ag*.

Gewährleistung

Dem Kunden steht für Arbeiten, die sich nach Werkvertragsrecht beurteilen, ausschliesslich das Recht auf Nachbesserung durch den SDV zu. Wandelung und Minderung sind ausgeschlossen. Soweit gesetzlich zulässig, schliesst der SDV jede Haftung für Mängelfolgeschäden und entgangenem Gewinn aus.

Risiko

Der Kunde trägt sämtliche Risiken, die infolge von Manipulationen an seinem EDV-System und/oder von Funktionsstörungen seines EDV-Systems und/oder missbräuchlicher Verwendung von Zugriffsberechtigungen auftreten können.

Haftung

Der Kunde ist vollumfänglich für den Inhalt der von ihm an den SDV übermittelte Daten verantwortlich. Der SDV lehnt jede Haftung für die Inhaltsgebung des Kunden ab. Insbesondere übernimmt der SDV keinerlei Gewährleistungen und Garantien für die angebotenen Güter und Dienstleistungen sowie für die sich möglicherweise daraus ergebenden Vertragsabschlüsse, wie beispielsweise Kaufverträge. Der SDV haftet nur bei Absicht oder grober Fahrlässigkeit. In keinem Fall haftet der SDV für Folgeschäden und entgangenem Gewinn. Kann der SDV trotz aller Sorgfalt aufgrund von höherer Gewalt wie beispielsweise Naturereignissen, kriegerischen Auseinandersetzungen, Streik, unvorhergesehenen behördlichen Restriktionen, technischen Störungen, welche dem Verantwortungsbereich Dritter zuzuordnen sind, seinen vertraglichen Verpflichtungen nicht nachkommen, besteht für die Dauer des Ereignisses kein Anspruch des Kunden auf Vertragserfüllung.

Der SDV haftet nicht für den Missbrauch des Internets und damit verbundene Schädigungen des Kunden durch Dritte, für Sicherheitsmängel und Störungen der Fernmeldenetze von Dritten und des Internets sowie für Betriebsunterbrüche und Störungen der Applikationen und Online-Plattformen von *vitagate ag* und von Dritten.

Diese Haftungsbestimmungen gelten für den Kunden auch gegenüber der *vitagate ag*.

Nutzung von Applikationen Dritter

Der Kunde akzeptiert bei jeder Nutzung von in den Applikationen und/oder Online-Plattformen von *vitagate ag* integrierten Applikationen Dritter die entsprechenden Nutzungsbestimmungen/Disclaimer dieser Dritt-Applikationen.

Verrechnungs- und Abtretungsverbot

Der Kunde ist weder berechtigt, seine Forderungen mit solchen des SDV zu verrechnen, noch ist es ihm gestattet, das bestehende Vertragsverhältnis mit dem SDV ohne dessen schriftliche Einwilligung einem Rechtsnachfolger abzutreten.

Allgemeine Bestimmungen

Änderungen und Ergänzungen von schriftlichen Vereinbarungen ausserhalb dieser AGB, der entsprechenden Nutzungsbestimmungen/Disclaimer und der entsprechenden Insertionsbestimmungen bedürfen zu ihrer Gültigkeit der Schriftform unter Zustimmung beider Parteien. Dies gilt auch für einen allfälligen Verzicht auf das Schriftformerfordernis.

Sollte eine Bestimmung einer Vereinbarung ungültig oder undurchführbar sein, so fällt diese nur im Ausmass ihrer Ungültigkeit oder Undurchführbarkeit dahin und ist im Übrigen durch eine der unwirksamen oder undurchführbaren Regelung wirtschaftlich möglichst nahekommende Ersatzbestimmung zu ersetzen. Allfällige Lücken der entsprechenden Vereinbarung sind durch Regelungen auszufüllen, welche dem am nächsten kommen, was die Parteien nach dessen Sinn und Zweck vereinbart hätten, wenn sie an den betreffenden Punkt beim Abschluss der entsprechenden Vereinbarung gedacht hätten.

Anwendbares Recht und Gerichtsstand

Dieser Vertrag untersteht ausschliesslich schweizerischem Recht, unter Ausschluss des internationalen Kollisionsrechts. Ausschliesslicher Erfüllungsort und Gerichtsstand ist am Sitz des SDV. Der SDV ist auch berechtigt, den Kunden an seinem Sitz/Wohnsitz zu belangen.

Biel, Juni 2008



Schweizerischer Drogistenverband

Nidaugasse 15
Postfach 3516
2500 Biel/Bienne 3
Telefon 032 328 50 30
Fax 032 328 50 41

info@drogistenverband.ch
www.drogistenverband.ch

Kontakt

Nadia Bally
Leiterin Verkauf & Sponsoring
Telefon 032 328 50 54
Mobile 076 328 26 66
n.bally@drogistenverband.ch