

GESTALTUNGSHINWEISE

Informationen zur Gestaltung von Anzeigen und Advertorials

Der Leser hat das Recht zu erkennen, welche Informationen von der Redaktion und welche vom Werbekunden stammen. Deshalb legen wir großen Wert darauf, dass sich Anzeigen in der Gesamtanmutung von den redaktionellen Beiträgen des jeweiligen Trägertitels unterscheiden. Um diesen Anforderungen gerecht zu werden, bitten wir folgende Grundsätze zu beachten:

Als Partner der Apotheken unterstützen wir mit unseren Magazinen – die vom Apotheker gekauft und als Kundenzeitschrift abgegeben werden – die Beratung des Apothekers und den Abverkauf des Apothekensortiments in stationären Offizinen. Darum achten wir darauf, dass die Produkte aus dem OTC- bzw. Gesundheitsbereich über die stationäre Apotheke zu kaufen bzw. zu beziehen sind.

Der Verlag behält sich vor, Anzeigen mit dem Wort „Anzeige“ deutlich als solche zu kennzeichnen. Platzierungszusagen können generell nicht gegeben werden. Selbstverständlich gehen wir aber auf Ihre Platzierungswünsche ein und stimmen gerne im Einzelfall mögliche Platzierungsalternativen mit Ihnen ab.

Die Abwicklung erfolgt gemäß Preisliste. Es gelten unsere AGB und Zahlungsbedingungen in der jeweils gültigen Fassung, die Sie jederzeit bei uns anfordern können bzw. unter folgendem Link www.wub-media.de/agb-anzeigen-zahlungsbedingungen auf unserem Mediaportal einzusehen sind.

Bei Advertorials/Textanzeigen gilt zudem: Das Layout darf nicht mit dem Layout des Trägertitels verwechselbar sein. Bitte beachten Sie daher, dass grafische Gestaltungsmerkmale der Redaktionsseiten wie Kästen, Initial, Rubrikentitel sowie Farbcodes nicht in identischer oder verwechslungsfähiger Form übernommen werden.

Die Typografie der Textanzeige weicht deutlich von derjenigen des jeweiligen Magazins ab und ist mit ihr nicht verwechselbar. Es dürfen keine Schriften oder Schriften aus deren Familie genutzt werden, die in der Redaktion des jeweiligen Titels verwendet werden.

Der Absender der Advertorial-Anzeige bzw. das beworbene Produkt ist für den Leser klar und eindeutig erkennbar bzw. identifizierbar durch Abbildung eines Firmen- oder Produktlogos.

Die Kennzeichnung des Advertorials ist im Sinne der ZAW-Richtlinien mit dem Wort „Anzeige“ vorzunehmen. Der Verlag behält sich vor, nicht ordnungsgemäß gekennzeichnete Advertorial-Anzeigen mit einer deutlichen Anzeigenkennzeichnung zu versehen (Ziffer 9 AGB). 1/1 Anzeigen werden in der Regel zweifach gekennzeichnet.

Die Advertorial-Anzeige sollte mindestens eine Woche vor dem regulären Anzeigenschlusstermin (= Druckunterlagenschlusstermin) der Anzeigenabteilung zur Verfügung gestellt werden. So können ggf. notwendige Änderungen miteinander abgestimmt und umgesetzt werden.