

Medienpreisträger des BVA

Augenlicht

VisionCare

Das Magazin für Patienten und Kunden

Mediadaten 2010

Porträt



„Augenlicht ist ein nicht mehr wegzudenkendes Medium für die Patienten. Redaktionelle und PR-Arbeit sind klar getrennt. Ein einprägsames und abwechslungsreiches Layout hält den Leser bei Laune und hilft ihm, die reichhaltigen Informationen zu verarbeiten. Heinz Jürgen Höniger, Herausgeber und Spiritus Rector der Zeitschrift, sorgt für Qualität und Kontinuität gleichermaßen. Augenlicht hat sich um die Darstellung der Augenheilkunde in der Öffentlichkeit verdient gemacht.“ Mit Stolz zitieren wir diese Passage aus der Laudatio zur Vergabe des Medienpreises 2004, den der Berufsver-

band der Augenärzte Deutschlands (BVA) dem Herausgeber Heinz Jürgen Höniger und der Redaktionsleiterin Susanne Wolters (gemeinsam mit dem ZDF) zuerkannt hat.

Viel hat sich im Gesundheitsmarkt getan, seit Augenlicht VisionCare 1994 erstmals erschien. Es war ein mutiger Versuch und kein einfacher Weg. Etwas zusammen zu bringen, was damals getrennt gesehen wurde: Augenheilkunde und Augenoptik. Die Zeiten haben sich geändert. Die Unter-



nehmen der jeweiligen Branchen schätzen das Medium, das die Schnittstellen Augenarzt – Patient – Kunde – Augenoptik kommunikativ bedient. Ein Magazin, welches ein Synergieprodukt einer größeren Vision ist: Das Thema Sehen in seinem kompletten Kontext verlegerisch zu bedienen. Der Verleger und Herausgeber Heinz Jürgen Höninger schafft Verknüpfungen mit den Fachmagazinen CONCEPT Ophthalmologie (Augenheilkunde) und OPTIC+VISION (Augenoptik). All dieses Engagement mündet in Augenlicht VisionCare.

Die Leserschaft ist heterogen. Treue Abonnenten erwarten jede Ausgabe mit Ungeduld. Deshalb, weil die Redaktion seit so vielen Jahren sachlich und kompetent verlässliche Informationen liefert. Viele Augenärzte und Arzthelferinnen gehören ebenfalls zur Leserschaft.

Wer in den Augenarztpraxen nachfragt, wird feststellen, wie beliebt Augenlicht VisionCare ist: ein nicht mehr wegzudenkendes Special-Interest-Magazin, das Augenärzte als das Ihre ansehen.

Anzeigen-Preisliste Nr. 4 gültig ab 1. Januar 2010

- 1 Auflage:** Druckauflage 10.000 Exemplare
Tatsächlich verbreitete Auflage 9.900 Exemplare
- 2 Zeitschriftenformat:** 210 mm breit, 297 mm hoch
Satzspiegel: 182 mm breit, 262 mm hoch; 4 Spalten, je 42 mm breit
- 3 Druck- und Bindeverfahren:** Bogenoffset, Rückendrahtheftung
Druckunterlagen: Daten
Datenformate: EPS, JPEG, TIFF, PDF

Datenträger Mac und PC: DVD +/-, CD-ROM.

Nur Daten, die vorhanden sind, können verarbeitet werden. Für Abweichungen in Texten, Abbildungen und insbesondere Farben kann der Verlag keine Haftung übernehmen. Bei der Anlieferung der Dokumente ist zu beachten, dass alle verwendeten Schriften mitgeliefert oder vorher in Pfadformat umgewandelt werden. Es können auch PostScript- oder PDF-Daten verarbeitet werden. Auch hier müssen unbedingt die verwendeten Schriften enthalten sein. Liefern Sie bitte Datenträger und farbechtes Proof zusammen an und beschriften Sie den Datenträger wie folgt: Ihre Anschrift, Hinweis: „Augenlicht“, Ausgabennummer, Größe der Anzeige, verwendetes Format und Software. Druckunterlagen (Daten) werden bis längstens 3 Monate nach Auftragsabwicklung aufbewahrt.

- 4 Termine:**
Erscheinungsweise: vier Ausgaben jährlich
Erscheinungstermine: siehe Termin- und Themenplan
Anzeigenschluss: siehe Termin- und Themenplan

- 5 Verlag:** autentic.info GmbH
Postanschrift: Postfach 1410, 88230 Wangen im Allgäu
Hausanschrift: Lange Gasse 19, 88239 Wangen im Allgäu
Internet: www.augenlicht.de / www.autentic.info
- Anzeigendisposition:** **autentic.info**
Tel. (07522) 931-073, Fax (07522) 707 98 32, E-Mail: media@autentic.info
- Verkauf Europa** **Angela Mrositzki**
Tel. +39 (3471) 1260-88, E-Mail: am@autentic.info

Verkauf Deutschland **Karin Burghardt**
Tel. (02054) 155-29, Fax (02054) 155-28, E-Mail: kb@autentic.info
Vanessa Burghardt
Tel. (02054) 155-30, Fax (02054) 155-28, E-Mail: vb@autentic.info
Michaela Einhauser
Tel. 07522/93 10 73, Fax 07522/707 98 32, E-Mail: me@autentic.info

- 6 Zahlungsbedingungen:** Empfehlungsanzeigen sind zahlbar in 30 Tagen nach Rechnungseingang netto. Bei Zahlung innerhalb von 8 Tagen 2% Skonto. Gelegenheitsanzeigen sind innerhalb von 8 Tagen nach Rechnungseingang netto zu zahlen. Bei Zahlungsverzug werden Verzugszinsen berechnet.
- Bankverbindungen:** Postbank Dortmund (BLZ 440 100 46) (Kto. 3502 36-467)

- 7 Anzeigenformate und -preise:** Allen Preisen ist der jeweils gültige Mehrwertsteuersatz hinzuzurechnen.
- 7.1 Formatanzeigen**

Formate in Seitenteilen	Satzspiegel Breite x Höhe in mm	Anschnitt Breite x Höhe in mm + 3 mm Beschnitt	Preise s/w in €	Preise Farbe* in €
1/1	181 x 262	210 x 297	3.193,-	4.326,-
1/2 hoch	88 x 262	105 x 297	1.679,-	2.266,-
1/2 quer	181 x 131	210 x 148	1.679,-	2.266,-
1/3 hoch	57 x 262	73 x 297	1.102,-	1.493,-
1/3 quer	173 x 82	210 x 99	1.102,-	1.493,-
1/4 hoch	42 x 262	58 x 297	865,-	1.163,-
1/4 quer	181 x 57	210 x 74	865,-	1.163,-
1/4 zweispaltig	88 x 131	104 x 148	865,-	1.163,-

* Euroskala

7.2 Produkt-Beiträge: (PR-Anzeigen)

Seite	Zeichen	Bild(er)	€
1/1	3.000	2-3	2.163,-
1/2	1.400	1-2	1.133,-
1/4	600	1	587,-

Nicht rabattierbar, AE-Provision nicht abzugsfähig

Kostenloser Service für Anzeigenkunden: Anzeigen und Rundblick-Beiträge werden zusätzlich im Internet-Angebot publiziert, wenn die entsprechend optimierten Daten für die Online-Veröffentlichung zur Verfügung gestellt werden.
Anlieferung unter: media@autentic.info

7.3 Internet (€ Preis je Woche)

Produkt	Status	Home	Rubrik	Subrubrik
Banner FZ*	exklusiv	400,-	100,-	25,-
Banner HZ**	exklusiv	300,-	75,-	18,75
Button		200,-	50,-	12,50
Firmen-Subrubrik mit bis zu 5 Links				40,-

*Full Size, **Half Size

8 Zuschläge: Nicht rabattierbar

8.1 Farbe: Farbanzeigen werden nach der Europa-Skala gedruckt. Farbangleichungen aus technischen Gründen vorbehalten.
Sonderfarbe: Auf Anfrage

8.2 Platzierungen: Titelseite auf Anfrage
2. und 4. Umschlagseite zzgl. 30 % von 1/1 Seite
3. Umschlagseite zzgl. 20 % von 1/1 Seite

8.3 Formate: Kein Preiszuschlag für Anzeigen im Anschnitt.
Andere Formate auf Anfrage

9 mm-Anzeigen: Je 1-spaltige, 42 mm breite Zeile € 3,90

10 Sonderwerbformen: Auf Anfrage

11 Rabatte: Bei Abnahme innerhalb eines Insertionsjahres (Beginn mit dem Erscheinen der ersten Anzeige) nach der Malstaffel/Mengenstaffel

3 Anzeigen oder 1 Seite	5 %
6 Anzeigen oder 3 Seiten	10 %
12 Anzeigen oder 6 Seiten	15 %
24 Anzeigen oder 12 Seiten	20 %

Beilagen und aufzuklebende Postkarten werden nicht rabattiert.

12 Kombinationen: Concept Ophthalmologie/OPTIC+VISION und Augenlicht VisionCare: Unterschiedliche Motive in beiden Zeitschriften sind möglich. Gemeinsame verbreitete Auflage: >> 16 Tsd. – 20 Tsd. Bei Kombination mit drei Zeitschriften bitte Verlag kontaktieren.

Kombipreise Formathereich	Kombipreise PR-Anzeigen
1/1 Seite sw + 2-c € 5.109,-	1/1 Seite 3.000 Zeichen € 2.966,-
1/1 Seite 3-c + 4-c € 6.499,-	1/2 Seite 1.400 Zeichen € 1.555,-
	1/4 Seite 600 Zeichen € 803,-

Sie sparen 20 % gegenüber einer Einzelbuchung.

13 Einhefter: DIN A4, unbeschnitten (216 mm breit, 303 mm hoch)

bei zweiseitiger Ausführung	€ 3.193,-
bei vierseitiger Ausführung	€ 5.588,-
bei sechsseitiger Ausführung	€ 7.184,-
bei achtsseitiger Ausführung	€ 7.983,-
benötigte Liefermenge	10.000 Exemplare

14 Beilagen: Beilagegebühr bis 25 g Gewicht (pro Tausend) € 515,-
zzgl. Postentgelt – nur Österreich
Teilbeilagen auf Anfrage
Format bis höchstens 200 mm Breite / 290 mm Höhe
benötigte Liefermenge 10.000 Exemplare

15 Aufgeklebte Werbemittel: (bis zu 55 mm vom Bund, Abweichungen auf Anfrage)

Nur Bogenanfang/-ende	€ 968,-
Bogenmitte	€ 1.215,-
zzgl. Postentgelt – nur Österreich	

16 Lieferanschrift: Limburger Vereinsdruckerei GmbH
(für Pos. 13-15)
Senefelderstraße 2, 65549 Limburg
Liefervermerk: Bestimmt für Augenlicht VisionCare, Ausgabe:

17 Bezugspreise:

Inland inkl. Lieferung	€ 17,-
Ausland inkl. Lieferung	€ 22,-
Einzelverkauf	€ 6,-

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen und Fremdbeilagen für Zeitschriften

1 „Anzeigenauftrag“ im Sinn der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen von Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten 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 der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschied zwischen dem gewährten und dem tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Verlag zu erstatten. Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht.

5 Bei der Errechnung der Abnahmemengen werden Text-Millimeterzeilen dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.

6 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 beim Verlag eingehen, dass dem Auftraggeber noch vor Anzeigenschluss mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht auszuführen ist. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.

7 Textteil-Anzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens drei Seiten an den Text und nicht an andere Anzeigen angrenzen. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung als Anzeigen nicht erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.

8 Der Verlag behält sich vor, Anzeigenaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses - und Beilagenaufträge wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form aus einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Verlages abzulehnen, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder deren Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist. Dies gilt auch für Aufträge, die bei Geschäftsstellen, Annahmestellen oder Vertretern aufgegeben werden. Beilagenaufträge sind für den Verlag erst Vorlage eines Modells 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.

9 Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen oder der Beilagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. Der Verlag gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten.

10 Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder bei unvollständigem Abdruck die Anzeige Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Lässt der Verlag eine ihm hierfür gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages.

Schadensersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsabschluss und unerlaubter Handlung sind – auch bei telefonischer Auftragserteilung – ausgeschlossen. Schadensersatzansprüche aus Unmöglichkeit der 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 des Verlegers, seines gesetzlichen Vertreters und seines Erfüllungsgehilfen. Eine Haftung des Verlages für Schäden wegen des Fehlens zugehöriger Eigenschaften bleibt unberührt. Im kaufmännischen Geschäftsverkehr haftet der Verlag darüber hinaus auch nicht für die 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 vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.

11 Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.

12 Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach der Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.

13 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.

14 Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag 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 offen stehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

15 Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages werden Anzeigenausschnitte, Belegseiten oder vollständige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.

16 Kosten für die Anfertigung bestellter Druckunterlagen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.

17 Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage oder - wenn eine Auflage nicht genannt ist - die durchschnittlich verkaufte (bei Fachzeitschriften gegebenenfalls die durchschnittlich tatsächlich verbreitete) Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisminderung berechtigter Mangel, wenn sie

- bei einer Auflage bis zu 50.000 Exemplaren 20 v.H.,
- bei einer Auflage bis zu 100.000 Exemplaren 15 v.H.,
- bei einer Auflage bis zu 500.000 Exemplaren 10 v.H.,
- bei einer Auflage über 500.000 Exemplaren 5 v.H. beträgt.

Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preisminderungsansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Vertrag zurücktreten konnte.

18 Bei Ziffernanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an, Einschreibebriefe und Eilbriefe auf Ziffernanzeigen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet. Die Eingänge auf Ziffernanzeigen werden vier Wochen aufbewahrt, Zuschriften, die in dieser Zeit nicht abgeholt sind, werden vernichtet. Wertvolle Unterlagen sendet der Verlag zurück, ohne dazu verpflichtet zu sein. Der Verlag behält sich im Interesse und zum Schutz des Auftraggebers das Recht vor, die eingehenden Angebote zur Ausschaltung von Missbrauch des Zifferndienstes zu Prüfzwecken zu öffnen. Zur Weiterleitung von geschäftlichen Anpreisungen und Vermittlungsangeboten ist der Verlag nicht verpflichtet.

19 Druckunterlagen 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 des Verlages. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand der Sitz des Verlages. Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers, auch bei Nicht-Kaufleuten, im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragsschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes gelegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart.

Ergänzende Geschäftsbedingungen des Verlages

1 Werbemittler und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preislisten des Verlages zu halten. Vom Verlag gewährte Mittlervergütung darf weder ganz noch teilweise an die Auftraggeber weitergegeben werden.

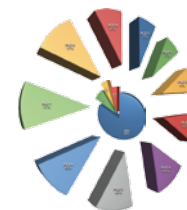
Daten und Fakten

Auflage 10.000 / Verbreitung 9.900

1. Aus ökologischen Gründen drucken wir nur 100 Exemplare mehr, als wir tatsächlich verbreiten. Sollten Sie für Ihre Kunden Sonderexemplare wünschen, geben Sie uns das bitte vor Drucklegung bekannt.
2. Empfehlungsanzeigen-Kunden können die Empfängerliste Augenärzte/ Augenkliniken/Wellness-Institutionen der Ausgabe, in der sie geschaltet haben, für eine Nachfassaktion gegen Gebühr einmalig nutzen. Der Preis richtet sich nach dem Jahres-Schaltaufkommen.
3. Wir verbreiten randomisiert* ca. 5.900 Exemplare an Augenarztpraxen, 1.410 an Abonnenten, 1.000 an Wellness-Institutionen, 1.000 an Augenoptikfachgeschäfte, 200 an Augenkliniken, 290 an Industrie und 100 an Gesundheitsinstitutionen (Politik) sowie Publikums- und Gesundheitspresse.

Verbreitung Wartezimmer nach Postleitzonen:

PLZ 0	8,4 %	PLZ 5	11,6 %
PLZ 1	9,6 %	PLZ 6	9,1 %
PLZ 2	10,1 %	PLZ 7	9,4 %
PLZ 3	10,3 %	PLZ 8	10,2 %
PLZ 4	13,3 %	PLZ 9	8,0 %



*Basis ist eine Datenbank mit ca. 7.500 qualifizierten Augenarztadressen, Stand 2008. Unsere Datenbank der Kliniken umfasst 66 der BRD. Die Daten unserer Abonnenten sind datenschutzrechtlich und ethisch vertraulich. Es sind Betroffene!

Verlag *info@autentic.info*

autentic.info GmbH

Postfach 1410 – 88230 Wangen im Allgäu

Lange Gasse 19 – 88239 Wangen im Allgäu

Tel. 07522 / 931 073 – Fax. 07522 / 707 98 32

Internet: www.augenlicht.de, www.autentic.info

Verleger/ Herausgeber

Heinz Jürgen Höniger (V.i.S.d.P.)

Tel. 07522 / 931 074 – Fax 07522 / 707 98 32 - *hjh@autentic.info*

Redaktion *redaktion@autentic.info*

Susanne Wolters – Tel. 02361 / 900 171 – *sw@autentic.info*

Media-Disposition – Tel. 07522 / 931 073 – Fax 07522 / 707 98 32

media@autentic.info

Anzeigenverkauf

Karin Burghardt – Tel. 02054 / 155 29 – Fax 02054 / 155 28 – *kb@autentic.info*

Vanessa Burghardt – Tel. 02054 / 155 30 – Fax 02054 / 155 28 – *vb@autentic.info*

Michaela Einhauser – Tel. 07522 / 931073 - Fax 07522 / 7079832 – *me@autentic.info*

Termin- und Themenplan 2010

	Ausgabe 1 – Frühjahr	Ausgabe 2 – Sommer	Ausgabe 3 – Herbst	Ausgabe 4 – Winter
Titelthema	Umwelt – Pollen & Co: Augenreizungen	Katarakt: Ersatz für die getrübbte Linse	AMD: Bewährte und neue Verfahren	Refraktive Chirurgie: Laserverfahren und IOL
Medizin	Antiallergika und Tränenersatz	Intraokularlinsen ab 45	Diätetische Nahrungs-ergänzung für die Augen	Lasern im Ausland. Pro und Contra
Medizin	Glaukom – Aktuelle Therapien	Diabetische Retinopathie – Neue Therapieansätze	Update Uveitis – Fortschritte und Erkenntnisse	Trockene Augen – Was wirklich hilft
Selbstzahler	Vorsorgeuntersuchungen für Kinder	Bildgebende Verfahren in der Augenheilkunde	Welche Vorsorgeuntersuchungen empfehlen Augenärzte?	Leistungen privater Zusatzkassen für das Sehen
Porträt	BVA – der Verband der niedergelassenen Augenärzte	DOG – die wissenschaftliche Vereinigung der Augenärzte	Pro Retina – Patienten-Selbsthilfe und Forschungsförderung	BDOC – Zusammenschluss operierender Augenärzte
Kontaktlinsen	Multifokale KL	Hart oder weich?	KL für Empfindliche	Die richtige KL-Pflege
Optimales Sehen	Kind + Sehen: Schielbehandlung	Sonne + Sehen: Blend- und Sonnenschutz	Büro + Sehen: Sehprobleme und ihre Lösung	Alter + Sehen: Low-Vision-Geschenkkideen
Brillen	für Kinder	für Sportler und Sportliche	fürs Büro und Nahbereiche	Gleitsicht für Presbyope
Erscheinungstermin	02. Februar 2010	03. Mai 2010	02. August 2010	19. November 2010
Redaktion	13. Januar 2010	13. April 2010	15. Juli 2010	01. November 2010
Anzeigen	20. Januar 2010	20. April 2010	20. Juli 2010	05. November 2010
Druckunterlagen	26. Januar 2010	26. April 2010	26. Juli 2010	12. November 2010