

Medienpreisträger des BVA

# Augenlicht

*VisionCare*

Das Magazin für Patienten und Kunden

Mediadaten 2009

## 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 (BVA) dem Herausgeber Heinz Jürgen Höniger und der Redaktionsleiterin Susanne Wolters (gemeinsam mit dem ZDF) zuerkannt hatte.

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. 3 gültig ab 1. Januar 2009

**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 Pfade 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 farbverbindliches 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) 7079832, E-Mail: media@augenlicht.de

**Verkauf**  
Deutschland **Karin Burghardt**  
Tel. (02054) 155-29, Fax (02054) 155-28, E-Mail: kb@augenlicht.de  
Europa **Angela Mrositzki**  
Tel. +39 (3471) 1260-88, E-Mail: am@augenlicht.de

**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 €
<b>1/1</b>	181 x 262	210 x 297	3.100,-	4.200,-
<b>1/2 hoch</b>	88 x 262	105 x 297	1.630,-	2.200,-
<b>1/2 quer</b>	181 x 131	210 x 148	1.630,-	2.200,-
<b>1/3 hoch</b>	57 x 262	73 x 297	1.070,-	1.450,-
<b>1/3 quer</b>	173 x 82	210 x 99	1.070,-	1.450,-
<b>1/4 hoch</b>	42 x 262	58 x 297	840,-	1.130,-
<b>1/4 quer</b>	181 x 57	210 x 74	840,-	1.130,-
<b>1/4 zweispaltig</b>	88 x 131	104 x 148	840,-	1.130,-

\* Euroskala

## 7.2 Produkt-Beiträge:

(PR-Anzeigen)

Seite	Zeichen	Bild(er)	€
<b>1/1</b>	3.000	2-3	2.100,-
<b>1/2</b>	1.400	1-2	1.100,-
<b>1/4</b>	600	1	570,-

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@augenlicht.de

**7.3 Internet** (€ Preis je Woche)

Produkt	Status	Home	Rubrik	Subrubrik
<b>Banner FZ*</b>	exklusiv	400,-	100,-	25,-
<b>Banner HZ**</b>	exklusiv	300,-	75,-	18,75
<b>Button</b>		200,-	50,-	12,50
<b>Firmen-Subrubrik mit bis zu 5 Links</b>				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 Formathbereich	Kombipreise PR-Anzeigen
1/1 Seite sw + 2-c € 4.960,-	1/1 Seite 3.000 Zeichen € 2.880,-
1/1 Seite 3-c + 4-c € 6.310,-	1/2 Seite 1.400 Zeichen € 1.510,-
	1/4 Seite 600 Zeichen € 780,-

Sie sparen 20 % gegenüber einer Einzelbuchung.

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

bei zweiseitiger Ausführung	€ 3.100,-
bei vierseitiger Ausführung	€ 5.425,-
bei sechsseitiger Ausführung	€ 6.975,-
bei achtsseitiger Ausführung	€ 7.750,-
benötigte Liefermenge	10.000 Exemplare

**14 Beilagen:** Beilagegebühr bis 25 g Gewicht (pro Tausend) € 500,-  
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	€ 940,-
Bogenmitte	€ 1.180,-
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 Musters der Beilage und deren Billigung bindend. Beilagen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung oder Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen. Die Ablehnung eines Auftrags wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.
- 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.
- 11 Schadenersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsabschluss und unerlaubter Handlung sind – auch bei telefonischer Auftragserteilung – ausgeschlossen. Schadenersatzansprüche 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 Preistabelle 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 Preistabelle 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 Preistabelle 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.
- 18 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 Preistenden des Verlages zu halten. Vom Verlag gewährte Mittlervergütung darf weder ganz noch teilweise an die Auftraggeber weitergegeben werden.

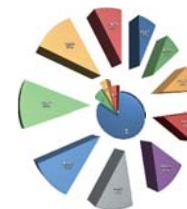
# Daten und Fakten

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](http://www.augenlicht.de), [www.autentic.info](http://www.autentic.info)

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

*media@augenlicht.de*

**Karin Burghardt** – Tel. 02054 155 29 – Fax 155 28 - *kb@augenlicht.de*

**Verleger/ Herausgeber**

**Heinz Jürgen Höniger** (V.i.S.d.P.)

Tel. 07522 931 074 – Fax 07522 707 98 32

*hjh@augenlicht.de*

**Redaktion** *redaktion@augenlicht.de*

**Susanne Wolters** – Tel. 02361 900 171 – *sw@augenlicht.de*

**Jutta Hunke** – *jh@augenlicht.de*

# Termin- und Themenplan 2009

	<b>Edition 1 / Frühjahr</b>	<b>Edition 2 / Sommer</b>	<b>Edition 3 / Herbst</b>	<b>Edition 4 / Winter</b>
<b>Titelthema</b>	<b>Kind und Sehen</b>	<b>Jugend und Sehen</b>	<b>Beruf und Sehen</b>	<b>Das Alter und Sehen</b>
<b>Gesundheit</b>	Kinder und Sehkontrolle	Schüler. Lernen und Sehen	Seh-Checks ab 40	Augengesundheit aktiv
<b>– Checklisten „Achtung“</b>	„Glaukom“	„Trockenes Auge“	„Grauer Star“	„AMD“
<b>Medizinthemen</b>				
<b>– Katarakt</b>	Wen trifft es wann?	Intraokularlinsen im Überblick	Multifokale Intraokularlinsen	Intraokularlinsen mit Filter
<b>– Glaukom</b>	Kinder und Glaukom	Glaukomvorsorge	Glaukom-Operationen	Druck und Durchblutung
<b>– Netzhaut</b>	Diabetes Ursache und Therapie	AMD Ursache und Therapie	Netzhautablösung	Degenerative Prozesse
<b>– Refraktive Chirurgie</b>	Auslandsreisen	Argumente für Hightech	Nie mehr Brille?!	Presbyopie (IOL und Laser)
<b>– Rote Augen</b>	Was tun bei Allergien?	Die gereizte Bindehaut	Achtung! Ab zum Augenarzt	Mögliche Diagnosen
<b>– Trockene Augen</b>	Umwelt und Umfeld als Einflussfaktor	Als Nebenwirkung von Medikamenten	Hormone und ihr Einfluss	Ursache: systemische Erkrankungen
<b>– OTC-Produkte</b>	Allergie	Trockene Augen	Mikronährstoffe (ohne AMD)	Mikronährstoffe (nur AMD)
<b>Kontaktlinsen</b>				
<b>– besondere Linsen</b>	KL-Pflege: das A und O	Für den Sport geeignet?	KL für empfindliche Augen	Multifokale KL
<b>– Technologien</b>	Orthokeratologie	Formstabile	Das Neueste	Linsenherstellung
<b>– Checklisten „KL“</b>	„Wie pflege ich meine Linsen?“	„Wann zum Spezialisten?“	„Mein Beitrag: Compliance“	„Meine Linse passt zu mir“
<b>Optik</b>				
<b>– Technologien</b>	Glastechnologien im Überblick	Sportgläser im Visier	Gleitsichtgläser im Überblick	Low Vision
<b>– Veredelungen</b>	UV-Filter + Sonnenschutz	Kantenfilter + farbige Gläser	Beschichtungen	Phototrope Gläser
<b>Brille &amp; Design</b>	Sonnenbrillen	Welche Brille für welchen Typ?	Die Brille am Arbeitsplatz	Sportive Brillen
<b>Überblick Alternativen</b>	Phytotherapie	Homöopathie	Seele und Auge	Entspannungstechniken
<b>Erscheinungstermin</b>	09. Februar 2009	15. Mai 2009	31. August 2009	30. November 2009
<b>Redaktion</b>	21. Januar 2009	24. April 2009	11. August 2009	10. November 2009
<b>Anzeigen</b>	27. Januar 2009	30. April 2009	17. August 2009	16. November 2009
<b>Druckunterlagen</b>	02. Februar 2009	08. Mai 2009	24. August 2009	23. November 2009