

OPHTHALMOLOGIE

CONCEPT

Mediadaten 2009

Porträt



CONCEPT Ophthalmologie ist das 2007 erstmals aufgelegte zweimonatlich erscheinende Fachmagazin für Augenärztinnen und Augenärzte in Klinik und Praxis.

CONCEPT Ophthalmologie ist die publizistische Antwort auf die Frage, wie sich der moderne Augenarzt in einem Gesundheitsmarkt aufstellt, der sich im Umbruch befindet. Hier eröffnen sich neue Chancen und Geschäftsfelder, die das Spektrum der bisherigen Tätigkeiten erweitern.

Allerdings erfordern sie auch eine Neuorientierung des ärztlichen Selbstverständnisses.

Das klassische Arzt-Patient-Verhältnis wird ergänzt durch ein Vertragsverhältnis mit definiertem Leistungsumfang. Der Patient wird auch zum Kunden, der Arzt auch zum Dienstleister. Hier liegen die Chancen. Um diese nutzen zu können, bietet das Magazin seinen Lesern zusätzlich Perspektiven out of the box.



CONCEPT Ophthalmologie berichtet über innovative Ansätze in der Augenheilkunde mit Blick auf das berufliche Selbstverständnis, erfolgreiche Therapien, moderne Diagnosemöglichkeiten sowie eine wertschöpfende Praxisführung.

Das Fachmagazin will zum unternehmerischen Erfolg im Einklang mit ethischer Grundhaltung motivieren und lösungsorientierte Informationen für Arzt und Praxis bieten. Der Fokus liegt auf dem handlungsbereiten und aktiven Augen-

arzt mit Konzeption für die Zukunft. Es wird Wert darauf gelegt, dass erfolgreiche und authentische Persönlichkeiten selbst zu Wort kommen.

Gestaltung und Themenaufarbeitung sind zeitgemäß. Sie berücksichtigen den gesellschaftlichen Wertewandel, den großen Frauenanteil, die zunehmende Befreiung von hohen Erwartungen einer „ärztlichen Berufung“. Viele Ärzte tragen in der Praxis keine weißen Kittel mehr. Farbe in Praxis und Persönlichkeit - das ist CONCEPT Ophthalmologie.

Anzeigen-Preisliste Nr. 3 gültig ab 1. Januar 2009

1 Auflage: Druckauflage 6.000 Exemplare

2 Zeitschriftenformat: 210 mm breit, 297 mm hoch
Satzspiegel: 173 mm breit, 242 mm hoch
 4 Spalten, je 39 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 insbes. 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: Concept Ophthalmologie, Ausgabennummer, Größe der Anzeige, verwendetes Format und Software. Druckunterlagen (Daten) werden bis längstens 3 Monate nach Auftragsabwicklung aufbewahrt.

Termine:

Erscheinungsweise: sechs Ausgaben jährlich

Erscheinungstermine: siehe Termin- und Themenplan

Anzeigenschluss: siehe Termin- und Themenplan

4 Verlag: authentic.info GmbH

Postanschrift: Postfach 1410, 88230 Wangen im Allgäu

Hausanschrift: Lange Gasse 19, 88239 Wangen im Allgäu

Internet: www.concept-ophthalmologie.de

5 Anzeigendisposition: **authentic.info**

Tel. (07522) 931 073, Fax (07522) 707 98 32

E-Mail: media@concept-ophthalmologie.de

Verkauf

Deutschland **Karin Burghardt**

Tel. (02054) 155 29, Fax (02054) 155 28

E-Mail: kb@concept-ophthalmologie.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 €
1/1	173 x 242	210 x 297	2.550,-
1/2 hoch	84 x 242	103 x 297	1.400,-
1/2 quer	173 x 129	210 x 148	1.400,-
1/3 hoch	54 x 242	73 x 297	1.000,-
1/3 quer	173 x 80	210 x 99	1.000,-
1/4 hoch	39 x 242	58 x 297	840,-
1/4 quer	173 x 65	210 x 74	840,-
1/4 zweispaltig	84 x 129	103 x 148	840,-

Farbzuschläge: Je Normalfarbe = € 490,-, je Sonderfarbe = € 690,-. Vierfarbdruck nach Eurokala. Farbzuschläge werden nicht rabattiert.

7.2 Produkt-Beiträge:

(PR-Anzeigen)	Seite	Zeichen	Bild(er)	€
	1/1	3.000	2-3	3.100,-
	1/2	1.400	1-2	2.100,-
	1/4	600	1	1.150,-

Produktnachrichten /
 Marktübersichten

	1	278,-
--	---	-------

Nicht rabattierbar, AE-Provision nicht abzugsfähig.

7.3	Kleinanzeigen/ Stellenmarkt:	1-spaltig: 1,90 Euro/mm	2-spaltig: 3,60 Euro/mm
		3-spaltig: 5,80 Euro/mm	4-spaltig: 7,20 Euro/mm

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

7.4 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 Eurokala gedruckt. Farbangleichungen aus technischen Gründen vorbehalten.
Sonderfarbe: Auf Anfrage

8.2 Platzierungen: Titelseite zzgl. 50 % von 1/1 Seite
2. und 4. Umschlagseite zzgl. 30 % von 1/1 Seite
3. Umschlagseite zzgl. 20 % von 1/1 Seite

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

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

10 Sonderwerbeformen: 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“ und „Augenlicht VisionCare“ (Patienten- und Kundenzeitschrift): Unterschiedliche Motive in beiden Zeitschriften sind möglich.

Kombipreise Formatbereich	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 1.500 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) (pro Tausend)
bei zweiseitiger Ausführung € 825,-
bei vierseitiger Ausführung € 1.650,-
bei sechsseitiger Ausführung € 2.475,-
bei achtseitiger Ausführung € 3.300,-
benötigte Liefermenge 6.000 Exemplare

14 Beilagen: Beilagengebühr bis 25 g Gewicht (pro Tausend) € 500,-
zzgl. Postentgeld – nur Österreich
Teilbeilagen auf Anfrage
Format bis höchstens 200 mm Breite / 290 mm Höhe
benötigte Liefermenge 6.500 Exemplare

15 Aufgeklebte Werbemittel: (bis zu 55 mm vom Bund, Abweichungen auf Anfrage)
nur Bogenanfang/-ende € 940,-
Bogenmitte € 1.180,-
zzgl. Postentgeld – nur Österreich

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

17 Bezugspreise: Inland inkl. Lieferung € 56,-
Ausland inkl. Lieferung € 66,-
Einzelverkauf € 10,-

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 Gründen 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 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.
- 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

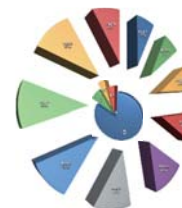
- 1** Werbemittler und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preistenden des Verlages zu halten. Vom Verlag gewährte Mittlervergütung darf weder ganz noch teilweise an die Auftraggeber weitergegeben werden.

Daten und Fakten Auflage 6.000 / Verbreitung 5.900

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 der Ausgabe, in der sie geschaltet haben, für eine Nachfassaktion gegen Gebühr einmalig nutzen. Der Preis richtet sich nach dem Schaltaufkommen.
3. Wir verbreiten randomisiert* ca. 5.000 Exemplare an niedergelassene Augenärzte in Deutschland (80 %), Österreich (10 %) und der Schweiz (10 %), 450 an Augenkliniken, 100 an relevante Organisationen und 350 an Industrie und Handel.

Augenärzte

Frauen	44,7 %
Männer	55,3 %
Professoren	3,3 %
Privatdozenten	1,3 %
Dres.	94,1 %
ohne Promotion	5,9 %



*Basis ist eine Datenbank mit ca. 7.500 qualifizierten Augenarztadressen, Stand 2008. Unsere Datenbank der Kliniken umfasst 81 Häuser (66 BRD). Die Branchenverbände werden ständig aktualisiert.

Verbreitung BRD nach Postleitzonen:

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

Verlag *info@autentic.info*

autentic.info GmbH

Postfach 1410 – 88230 Wangen im Allgäu

Lange Gasse 19 – 88239 Wangen im Allgäu

Tel. + 49 (0) 7522 931 073 – Fax. + 49 (0) 7522 707 98 32

Internet: www.concept-ophthalmologie.de, www.autentic.info

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

media@concept-ophthalmologie.de

Karin Burghardt - Tel. 02054 155 29 - Fax 155 28 - *kb@concept-ophthalmologie.de*

Verleger/ Herausgeber

Heinz Jürgen Höniger (V.i.S.d.P.) – *hjh@concept-ophthalmologie.de*

Herausgeber

Prof. Dr. med. Fritz Dannheim – *fd@concept-ophthalmologie.de*

Redaktion *redaktion@concept-ophthalmologie.de*

Susanne Wolters – Tel. 02361 900 171 - *sw@concept-ophthalmologie.de*

Jutta Hunke – Tel. 030 47 33 607 - *jh@concept-ophthalmologie.de*

Dr. med. Christiane Schumacher - *cs@concept-ophthalmologie.de*

Termin- und Themenplan 2009

	Edition 1	Edition 2	Edition 3	Edition 4	Edition 5	Edition 6
Schwerpunkt Medizinische Fachberichte	Moderne OP-Techniken	Das Glaukom in Forschung und Praxis	Erfolgreiche Refraktive Chirurgie	Degenerative Netzhaut-erkrankungen	Das trockene Auge	Das alternde Auge
Spezialfeature	Die Stärken der Operierenden Porträts, Orientierungen, Spezialisierungen und Spezialisten, Kooperationen mit konservativ Tätigen, Einordnungen	Der Nutzen der konservativ Tätigen Porträts, Orientierungen, Konzepte, Visionen, Funktion im Gesundheitswesen, Kooperationen mit Operierenden, Einordnungen	Die Chance Privatsprechstunde Alternative und Erweiterung, erfolgreiche Karrieren, engagierte Standpunkte, freie Therapien, andere Investitionen	Die Notwendigkeit von Innovationen Stillstände und Fortschritte. Wer entwickelt wo mit wem? Entwicklungen. Aussichten. Hoffungen. Ideenträger. Kooperationen	Das Engagement der Kliniker Wer macht was wo? Karrieren. Porträts. Kooperationen und Konkurrenzen. Forschung und praktische Medizin	Vertrauen in Industrie und Arzt Von Ehen und Zweckgemeinschaften. Koabhängigkeit oder gegenseitige Freiheit? Industrieforschung. Geht es ohne den Niedergelassenen?
Marktüberblicke Innovationen, Updates & Upgrades	- Intraokularlinsen (IOL) - Phako-Geräte - Ophthalmologische Laser - Neues zur DGII	- Diagnose Glaukom Technologien - Therapie Glaukom Medikamente - Die Augenarztpraxis (Einrichtung, Ausstattung, EDV) - Neues zur AAD	- Refraktive Chirurgie (Laser) - Rund um die OP (Geräte, Instrumente, Zubehör) - Orthokeratologie - Neues zur DOC	- Diagnose Netzhaut Technologien - Therapie AMD Medikamente - Funduskameras - IOL mit Blaufiltern	- Mikronährstoffe - Sicca: Tränenersatz / Befeuchtung - Kontaktlinsen für Empfindliche - Kontaktlinsen-Pflege - Neues zur DOG	- Technologien bei Gleitsichtgläsern - Wellenfront-Aberrometer - Multifokale Kontaktlinsen - Multifokale Intraokularlinsen - Low Vision
Erscheinungstermin	26.01.2009	05.03.2009	08.06.2009	20.07.2009	18.09.2009	20.11.2009
Redaktion	08.01.2009	13.02.2009	20.05.2009	01.07.2009	28.08.2009	30.10.2009
Anzeigen	12.01.2009	19.02.2009	25.05.2009	06.07.2009	04.09.2009	06.11.2009
Druckunterlagen	19.01.2009	26.02.2009	01.06.2009	13.07.2009	11.09.2009	13.11.2009
Kongresstermine	DGII 26.-28.02.2009	AAD 10.-14.03.2009	DOC 18.-21.06.2009		DOG 24.-27.09.2009	