

## B.1 Leistungsmerkmale

### I. Vermarktung, Herstellung und Versand der Zahnärztlichen Mitteilungen

1.	Projektbeschreibung	<p>Die „Zahnärztliche Mitteilungen“ (nachfolgend zm) gehören zu den traditionsreichsten Journalen der Zahnärzteschaft. Mittlerweile im 116. Jahrgang erscheinend sind die Zahnärztlichen Mitteilungen, im Markt nur kurz „zm“ genannt, zu einer der stärksten Kommunikationsmarken im Dentalmarkt herangereift, die in Print und Online jeweils die marktführende Position innehaben.</p> <p>Die zm sind das offizielle Organ der Bundeszahnärztekammer (BZÄK), Arbeitsgemeinschaft der deutschen Zahnärztekammern e. V. und der Kassenzahnärztlichen Bundesvereinigung (KZBV), Körperschaft des öffentlichen Rechts. Die redaktionellen Inhalte werden von einer eigenen, der BZÄK und KZBV zugehörigen Redaktion erstellt und sind nicht Teil der Ausschreibung</p> <p>Die Printausgabe der zm erscheint in der Regel 14-tägig in einer Druckauflage lt. IVW 4. Quartal 2025 von 78.000 Ex. Die verbreitete Auflage beträgt 77.814 Ex., davon sind 77.286 Mitgliederstücke. Die zm werden allen berufstätigen Zahnärzten in Deutschland, die Mitglied einer Landeszahnärztekammer sind, (Praxisinhaber, Assistenten und Vertreter in freier</p>	
----	---------------------	---	--

		<p>Praxis, Beamte, Angestellte in Unikliniken, Krankenhäusern, Bundeswehr), zugestellt.</p> <p>Die Zeitschrift erscheint derzeit mit 20 Ausgaben im Jahr (Ausgaben Januar, Juni, Juli, August und Dezember als Doppelausgaben). Der regelmäßige Erscheinungstermin ist jeweils der 01. und 16. des Monats. Die Erscheinungstermine der Doppelausgaben sind wie folgt festgelegt:</p> <p>Die Januar-Doppelausgabe erscheint am 16. Januar d. J. Die Erscheinungstermine der Juni-, Juli- und August-Doppelausgabe sind jeweils der 16. des Monats.</p> <p>Die Dezember-Doppelausgabe erscheint am 1. Dezember d. J.</p> <p>Produktion und Druck sind so einzurichten, dass die Zeitschrift pünktlich zum Erscheinungstermin bei den Kammermitgliedern vorliegt.</p> <p>Ebenfalls Gegenstand der Konzession ist das von den Herausgebern KZBV und BZÄK in Ergänzung zur Zeitschrift unter <a href="http://www.zm-online.de">www.zm-online.de</a> tagesaktuelle Internetangebot „zm-online“. Auch hier erfolgt die Erstellung der redaktionellen Inhalte durch die Redaktion der Herausgeber (s. B1, II. der Vergabeunterlagen).</p> <p>Die Rechte an den Marken „Zahnärztliche Mitteilungen“ und „zm-online“ und den damit verbundenen Produkten (zum Beispiel ePaper, Podcasts, App) liegen bei KZBV und BZÄK.</p>	
--	--	---	--

		<p>Die wirtschaftliche Verantwortung trägt der Konzessionsnehmer. Das Recht zur Akquisition von Anzeigen, Beilagen und Kleinanzeigen einschließlich deren Verwaltung wird an den Konzessionsnehmer übertragen. Dies gilt gleichermaßen für Print, Online, Newsletter und Social Media.</p> <p>Der Konzessionsnehmer stellt den Internetauftritt gemäß Leistungsanforderung (s. B1, II. der Vergabeunterlagen) zur Verfügung, übernimmt die technische Verantwortung und ist für Hosting und Betrieb verantwortlich. Funktionalitäten und Layout sind mit den Herausgebern abzustimmen.</p> <p>Der Konzessionsnehmer trägt das wirtschaftliche Risiko. Er beteiligt die Herausgeber in einem vertraglich zu definierenden Umfang an dem wirtschaftlichen Erfolg (Erlöse aus Industrie- und Rubrikanzeigen sowie Vertriebs Erlöse) von zm und zm-online. Die jährliche Vergütung der Konzessionsgeber KZBV und BZÄK muss mindestens die Gesamtkosten in Höhe von 1,55 Mio. EUR decken. (s. C1 und C3 der Vergabeunterlagen, jeweils unter § 6). Diese sog. <b>Mindestvergütung</b> erhöht sich jährlich um 2 % im Sinne eines Inflationsausgleichs.</p> <p>Die Mindestvergütung an die Konzessionsgeber erhöht sich gemäß Angebot des Konzessionsnehmers um eine <b>variable, erlösabhängige Zusatzvergütung</b></p>	
--	--	--	--

		<p>(s. hierzu auch A. Bewerbungsbedingungen, Ziff. 11.1).</p> <p>Die Gesamtvergütung wird jeweils zu 50% auf BZÄK und KZBV aufgeteilt.</p> <p>Die Herausgeber haben das Recht, bei Verstößen gegen die Musterberufsordnung sowie die ethischen Grundsätze des Berufsstandes Werbung und PR-Inhalte abzulehnen. Die Verantwortung für den redaktionellen Teil der Marke (Print, Online, Digital, Social Media) liegt bei der Redaktion.</p>	
2.	Vergabeumfang	<p>Akquisition von Anzeigen, primär aus der Dentalindustrie sowie Rubrikenanzeigen und deren Verwaltung, Layout, Erstellung der Marktreaktion (PR-Beiträge vornehmlich der Dentalindustrie), Termine (Fort- und Weiterbildungsangebote vornehmlich der zahnärztlichen Körperschaften und der Fach- und Berufsverbände der Zahnärzteschaft), Produktion, Herstellung, Druck und Vertrieb/Versand für zm, zm-online, zm-Newsletter, ePaper und Social Media.</p>	
3.	ZM Terminplan/Produktionsplan	<p>Der Produktionsplan für die zm wird jährlich vom Konzessionsnehmer erstellt und legt nach Rücksprache mit der Redaktion sämtliche produktions- und druckrelevanten Termine verbindlich zum Ende des Vorjahres für das Folgejahr fest. Dieser ist für beide Seiten verbindlich. Abweichungen von diesem Plan bedürfen der Absprache und gemeinsamen Entscheidung.</p>	

3.1	Redaktionssystem	<p>Kollaborative Datenbearbeitung (web- bzw. cloudbasiert) im Rahmen eines browserbasierten marktüblichen Redaktionssystems mit granularer Rechtevergabe. Das Redaktionssystem muss bei mehreren Zeitschriftenproduktionen im deutschsprachigen Raum zum Einsatz kommen. Das Redaktionssystem verfügt über eine Schnittstelle (Integration) zum CMS von zm-online.</p> <p>Das Redaktionssystem sowie die für die Produktion erforderliche Software für die Redaktionsmitarbeiter sind zur Verfügung zu stellen. Diese verbleiben im Eigentum des Konzessionsnehmers. Die Hardware wird von den Konzessionsgebern gestellt. Für zm-online muss der Internetauftritt gestellt sowie Hosting, Betrieb und regelmäßige Aktualisierungen (Funktions- und Sicherheitsupdates) übernommen werden. Planbare Wartungsarbeiten sind mindestens vier Wochen vor der Durchführung schriftlich mit der Redaktion abzustimmen.</p>	<p>Das angebotene Redaktionssystem muss einen Datenaustausch zur Bearbeitung von Texten mit marktüblichen Textverarbeitungsprogrammen sicherstellen.</p>
3.2	Layout	Textverarbeitung, Seitengestaltung	<p>Weiterverarbeitung und Platzierung der von der Redaktion gelieferten Texte und Bilder gemäß Styleguide bzw. Absprachen zwischen Layout und Redaktion; Bildrecherche im Auftrag der Redaktion; Der Konzessionsnehmer muss mit Vertragsbeginn ein Konzept für einen zeitgemäßen Heft-Relaunch vorstellen. Dann erfolgt ein Relaunch alle 2 Jahre. Dasselbe gilt für Online und sämtliche andere digitale Kanäle. Ein ebenfalls vom Layout entwickelter Styleguide stellt sicher, dass die Marke zm erkennbar und sichtbar bleibt.</p>
		Fotos	<p>Gelieferte Dateien sind durch das Layout sämtlich unmittelbar auf Druckfähigkeit zu prüfen. Anschließend sind die Dateien</p>

			nachzuarbeiten und falls erforderlich in ein druckfähiges Format umzuwandeln bzw. anzupassen; dies kann auch eine manuelle Bearbeitung erfordern.
		Freigabe	Nach Fertigstellung der layouteten Seiten seitens des Verlages (3 Korrekturgänge gelten als vereinbart) erfolgt die Freigabe durch die Redaktion auf Basis eines Proofs der gesamten Ausgabe.
<b>3.3</b>		Regelumfang redaktioneller Teil	64 Seiten pro Ausgabe
		Auflagenhöhe	Auflage gemäß IVW 4. Quartal 2025: Druckauflage 78.000 Ex., verbreitete Auflage 77.814 Ex, davon Mitgliederstücke 77.286.
		Format	A4 verkleinert (207 mm breit, 280 mm hoch)
	Druck	Druck	4/4-farbig Euroskala POS-Standard gemäß DIN ISO 12647 oder gleichwertig
		Papier-Umschlag	Umschlag: 115 g/qm holzfrei glänzend Bilderdruck, Nordland Maxigloss oder gleichwertig
		Papier-Innenseiten	Inhalt: 57g/qm Impress Plus H 1.1 oder gleichwertig Änderungen der Papiersorte, Papierqualität oder Grammatur erfolgen im Einvernehmen.
		Sonderleistungen	Nach Absprache
		Verarbeitung	Klebegebunden
<b>3.4</b>	Verpackung	Verpackung	Die Cellophanierung der zm aufgrund von Beilagen ist zu vermeiden und ist auf fünf Ausgaben pro Jahr begrenzt. Ausnahme: Für kleinformatige Beilagen/Booklet (regionale Bewerbung ID Infotage Dental, ID Fachdental) kann ein Teil der Auflage gemäß PLZ-Zuordnung oder bei Warenproben die Vollaufgabe cellophaniert werden.
<b>3.5</b>	Logistik	Adressierung	Anlieferung der aktuellen Adressen pro Ausgabe durch den Herausgeber BZÄK auf Basis eines jeweils aktuellen bilateralen Datenverarbeitungsvertrages. Adressierung erfolgt nach technischem Stand durch Aufkleber oder Direktdruck.
		Versand	Versand als Postvertriebsstück E plus2; Versendung ohne oder mit Umhüllung; Adressierung (Absender, Empfängeranschrift) und Freimachungsvermerk auf Cheshire Etikett; Bundefertigung

			entsprechend der Liste ZEBU-manuell oder der Datei ZEBU; Palettenfertigung; Premiumadresse kommt nicht zum Einsatz
--	--	--	---