Media Daten 2023

Baby und Familie

WORT & BILD VERLAG

Damit die Familie gesund bleibt

Stefanie Becker
Chefredakteurin
Baby und Familie

Mit unserem Magazin Baby und Familie erreichen wir jeden Monat 1,69 Millionen Leserinnen und Leser.[1] Wir sind das reichweiten- und auflagenstärkste Elternmagazin in Deutschland – ein Ansporn für uns, erfolgreich weiterzumachen. Denn wir wollen, dass es Familien gut geht. Dass Eltern ihren Kindern das Wichtigste überhaupt schenken können: Liebe und Gesundheit.

Wir kennen die Themen, die Eltern bewegen. Und wir geben ihnen die Informationen, die sie weiterbringen. Mit fundiertem Rat von ausgewiesenen Expertinnen und Experten, aber auch mit Tipps von Müttern und Vätern, die so manche herausfordernde Situation bereits erfolgreich gelöst haben.

Speziell unseren Kernzielgruppen Schwangere, Baby-Eltern und Kleinkind-Eltern bieten wir ein großes Spektrum an Themen rund um Gesundheit und Ernährung, Entwicklung und Erziehung. Die Rubrik Miteinander unterhält und informiert zu allem, was ein zufriedenes, glückliches Leben ausmacht: zu Partnerschaft, zum Alltag mit Großeltern und Freunden, zu finanziellen und rechtlichen Dingen. Mitmachaktionen und das große Preisrätsel steigern den Lesespaß.

Unser Extrateil, die Familienseiten, bietet Eltern wie Großeltern tolle Anregungen, unbeschwert Zeit mit den Kindern zu verbringen – mit einer exklusiven Vorlesegeschichte, Spiel- und Bastelideen.

Ob im Magazin, auf unseren Social-Media-Kanälen oder unserem Internetauftritt – auf unsere Informationen können sich Eltern verlassen. Blättern Sie einfach mal durch oder besuchen Sie uns auf www.baby-und-familie.de. Wir freuen uns auf Sie.

Ihre

Stefanie Becker

Online finden Sie uns auf www.wub-media.de/baby-und-familie

1 AWA 2022

Seitenblicke

Titelthema

STILLEN
Eine besondere Beziehung

Vom ersten Anlegen bis zum Abstillen: Die Stillbeziehung ist eine **Zeit mit Höhen und Tiefen.** Was brauchen Mutter und Kind, um entspannt und so lange wie sie möchten, stillen zu können?

TEXT: SILKE DROLL, NADJA KATZENBERGER

Ganz instinktiv robbt das Neugeborene kurz nach der Geburt auf dem Bauch der Mutter in Richtung Brust. Der Hautkontakt, die Wärme und Mamas ganz besonderer Geruch weisen ihm den Weg und es beginnt zu saugen. Und wenn nichts dazwischenkommt, stillen Mama und Kind glücklich bis zum ersten Geburtstag, mindestens. Nur – so unproblematisch verlaufen die wenigsten Stillbeziehungen. Knapp 97 Prozent der Mütter versuchen, laut der Studie „Stillen und Säuglingsernährung in Deutschland" (SuSe II) nach der Geburt zu stillen. Anfangs klappt das gut: Bis zum Alter von vier Monaten werden die meisten Kinder ausschließlich gestillt, doch danach stillen vor allem aufgrund von Stillproblemen weniger als die Hälfte der Mütter weiter.

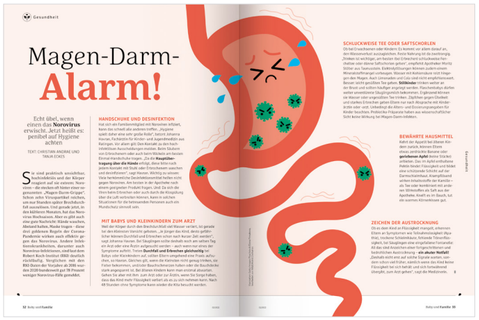
Hinter dem Wort „Stillprobleme" stecken Geschichten von Brustentzündungen, Milchstaus, wunden Brustwarzen, Kohlblättern in Still-BHs, schreienden, hungrigen Babys, verzweifelten Müttern und viele Tränen. Dabei ist Muttermilch doch die beste und natürlichste Form der Ernährung für ein Baby, perfekt temperiert und abgestimmt auf seine Bedürfnisse. Woran liegt es, wenn diese Milch nicht einfach fließen will? Vor allem an mangelnder Unterstützung für die Mütter, sagt Dr. Skadi Springer, Kinderärztin und Stillberaterin aus Leipzig. „Im Krankenhaus und in den ersten Wochen klappt die Betreuung noch ganz gut, die Hebamme kommt nach Hause. Aber Stillprobleme können auch nach drei Monaten auftauchen und das ist oft der Anfang vom Ende", sagt die Kinderärztin. Das Kind mit der Flasche zu füttern erscheint dann oft als die beste Alternative – und wird nicht selten angeraten, von der besorgten Oma oder vom Kinderarzt. „Stillwissen fehlt überall, im privaten Umfeld genauso wie bei den Profis", beobachtet Skadi Springer. Mütter brauchen kompetente und kontinuierliche Unterstützung, solange sie stillen, von Hebammen und Stillberaterinnen. „Wir müssen den Müttern die Zweifel nehmen, ihr Selbstbewusstsein stärken", betont Springer.

Stillkrisen mit Ruhe meistern

Die Nationale Strategie zur Stillförderung der Bundesregierung will hier ansetzen und Deutschland stillfreundlicher machen. Kommunen sollen Familien besser unterstützen, Arbeitgeber für bessere Vereinbarkeit von Stillen und Beruf sorgen, alle Profis, die Mütter während dieser Zeit begleiten, besser aus- und weiterqebildet werden.

Doch was hilft Still-Mamas sofort? Hilfe zu Hause – nicht nur vom Partner. Ein Netzwerk aus Großeltern, Nachbarn und Freundinnen, das einspringt. „Der Körper reagiert sehr sensibel auf körperliche und seelische Überlastung, das führt schnell zur Stillkrise", sagt Skadi Springer. Bei Stillproblemen brauchen Mama und Baby die Möglichkeit, sich so lange wie nötig zurückziehen zu können. „Ruhe, viel Hautkontakt und ständiges Anlegen regen die Milchbildung wieder an", so die Expertin. Diese Ruhezeiten sind nicht nur im Wochenbett wichtig, sondern während der ganzen Stillzeit. Wie lange diese Beziehung währt, parallel zur Einführung der Beikost, entscheiden Mama und Kind. Sie sollten so lange stillen können, wie sie das möchten. Auf den folgenden Seiten erzählen vier Mütter, wie sie die Stillbeziehung erleben und wie sie Stillprobleme meistern konnten. ▶

Illustration: M&K/Camilla Metzert



Media Facts

Monatlich verkaufte Auflage:

547.592 Exemplare

IVW 2/2022

Reichweite:

1,69 Mio. Leser:innen pro Monat

AWA 2022, deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahre

Durchschnittliche Lesedauer pro Ausgabe:

1 Stunde 10 Minuten

Copytest 2/20, Ipsos

Heftnutzung:

Durchschnittlich 3,2-mal wird jede Ausgabe in die Hand genommen

Copytest 2/20, Ipsos

TAP Baby und Familie:

€ 67,59

1/1 Seite 4c netto, Preise 2022, IVW 2/2022

Leser-Strukturdaten

Leserschaftsstruktur (laut AWA 2022) nach relevanten Kriterien	AWA Gesamt Ant. %	Baby und Familie Ant. %	Baby und Familie Index
Geschlecht			
Männer	49,3	22,9	46
Frauen	50,7	77,1	**152**
Altersgruppen			
14 – 19 Jahre	6,5	0,7	10
20 – 29 Jahre	13,2	13,3	**101**
30 – 39 Jahre	15,1	37,0	**246**
40 – 49 Jahre	14,0	19,7	**141**
50 Jahre und älter	51,2	29,3	57
Haushaltsgröße			
1 oder 2 Personen	61,3	31,9	52
3 Personen	16,7	29,8	**178**
4 Personen	15,6	25,1	**161**
5 Personen und mehr	6,4	13,2	**207**
Eigene Kinder im Haushalt			
unter 1 Jahr	1,4	13,5	**968**
1 bis unter 3 Jahre	3,5	22,6	**653**
3 bis unter 6 Jahre	5,9	26,2	**447**
6 bis unter 10 Jahre	7,2	20,2	**281**
Kind(er) unter 6 Jahre gesamt	8,9	48,3	**544**
Kind(er) unter 14 Jahre gesamt	17,7	60,8	**344**

Leser-Strukturdaten

Leserschaftsstruktur (laut AWA 2022) nach relevanten Kriterien	AWA Gesamt Ant. %	Baby und Familie Ant. %	Baby und Familie Index
Persönliche Veränderungen in den nächsten 12 Monaten			
Ich werde heiraten	2,1	4,7	**227**
Ich/wir erwarte(n) ein Kind	2,1	10,0	**482**
Informationsinteresse: Interessiert mich besonders			
Berufliche Weiterbildung	21,5	29,3	**137**
Natur- und Umweltschutz	25,4	30,2	**119**
Diät, z. B. Diätvorschläge, Diätprodukte	5,8	12,4	**213**
Medizinische Fragen	26,1	40,6	**155**
Gastlichkeit zu Hause, Gästebewirtung	26,7	40,6	**152**
Gartenpflege, Gartengestaltung	24,0	31,0	**129**
Modernes Design	7,3	8,3	**114**
Wohnen und Einrichten	28,0	43,6	**156**
Haarpflege, Frisuren	20,6	31,6	**153**
Kosmetik, Make-up	13,8	21,8	**158**

Potenzial: 70,60 Mio. – Baby und Familie 1,69 Mio. Leser = 2,4 % Reichweite

Themenauswahl 2023

JANUAR 2023

AS: 21.11.2022 | ET: 02.01.2023

Beikost-Start

Windeldermatitis

Hilfe für kleine Schniefnasen

Kosmetik für Schwangere

FEBRUAR 2023

AS: 20.12.2022 | ET: 01.02.2023

Mein Kita-Kind

Kratzen im Hals

Runter mit den Pfunden

Digitale Helfer

Babypflege leicht gemacht

MÄRZ 2023

AS: 18.01.2023 | ET: 01.03.2023

Allergie

Verstopfung bei Kindern

Baby- und Kinderkleidung

APRIL 2023

AS: 20.02.2023 | ET: 01.04.2023

Wie wollen wir wohnen?

Heilpflanzen für Kinder

Nahrungsergänzungsmittel in der Schwangerschaft

Änderungen vorbehalten

Themenauswahl 2023

MAI 2023

AS: 17.03.2023 | ET: 02.05.2023

Wunderbares erstes Jahr

Reiseziele in Deutschland

Impfungen

JUNI 2023

AS: 18.04.2023 | ET: 01.06.2023

Gut durch den Sommer (inkl. Sonnenschutz für Kinder)

Zahnungsbeschwerden

Elektroautos

JULI 2023

AS: 19.05.2023 | ET: 01.07.2023

Wir sind Familie

Reiseapotheke

Naturkosmetik

AUGUST 2023

AS: 21.06.2023 | ET: 01.08.2023

Nachhaltig leben (Haushalt, Umwelt)

Durchfall

Beikost

Themenauswahl 2023

SEPTEMBER 2023

AS: 21.07.2023 | ET: 01.09.2023

Fieber bei Kindern

Wandern (inkl. Funktionswäsche)

Läuse

OKTOBER 2023

AS: 22.08.2023 | ET: 02.10.2023

Digital Health für Familien

Erkältung, Grippe, Immunsystem

Kinderzähne pflegen

NOVEMBER 2023

AS: 19.09.2023 | ET: 02.11.2023

Schmuddelwetter? Spieletipps für drinnen und draußen

Kur, Kururlaub

Fläschchen

DEZEMBER 2023

AS: 19.10.2023 | ET: 01.12.2023

Stillen (inkl. Stillpumpe)

Husten

Versicherungen

Änderungen vorbehalten

Themenauswahl 2024

JANUAR 2024

AS: 17.11.2023 | ET: 02.01.2024

Geschwister

Neurodermitis (inkl. HA-Nahrung)

Schnuller

FEBRUAR 2024

AS: 19.12.2023 | ET: 01.02.2024

Gute Nacht, mein Kind (inkl. Ausstattung)

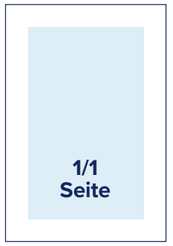
Vegetarische Familienernährung

Erkältung

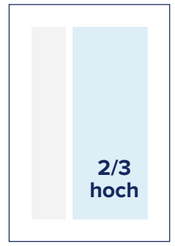
Änderungen vorbehalten

Formate und Preise

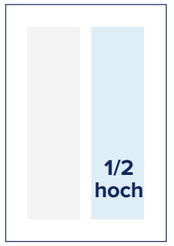
S.: 394 × 256
A.: 420 × 280



S.: 184 × 256
A.: 210 × 280

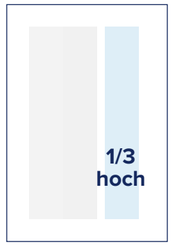


S.: 120 × 256
A.: 133 × 280



S.: 88 × 256
A.: 101 × 280

S.: 184 × 124
A.: 210 × 136



S.: 56 × 256
A.: 69 × 280

S.: 184 × 80
A.: 210 × 92

S.: 88 × 124

Beschnittzugabe: je 6 mm.
Bei Anschnittanzeigen müssen Text- und Bildmaterial mindestens 8 mm vom Anschnittformat entfernt sein.

S. = Satzspiegel-Format
Angaben in Millimetern (Breite × Höhe)

A. = Angeschnittene Anzeigen

Weitere Formate auf Anfrage

Preisliste 2023 (Nr. 52, gültig ab 01. Januar 2023), Erscheinungsweise: monatlich

Formate	Baby und Familie
1/1 Seite	37.010 €
1/2 Seite	21.830 €
1/3 Seite	15.630 €
1/4 Seite	11.970 €
U2, U3*	42.550 €
U4*	44.440 €

Weitere Formate, Sonderformate auf Anfrage. Alle Preise zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer.
Agentur-Rabatt: 15 %.
* Nicht in der Gesamtauflage möglich. Belegbare Auflage auf Anfrage.

Alle Daten und Informationen zu den Digital-Angeboten des Wort & Bild Verlags finden Sie unter **www.wub-media.de/digital**

Technische Daten

Druckverfahren		Magazine
Rotations-Tiefdruck Bogen-Offsetdruck	(Inhalt) (Umschlag)	Apotheken Umschau Senioren Ratgeber Diabetes Ratgeber
Rollenoffsetdruck Bogen-Offsetdruck	(Inhalt) (Umschlag)	Baby und Familie Ärztlicher Ratgeber für werdende und junge Eltern HausArzt-PatientenMagazin gesund.de
Rollenoffsetdruck		medizini

Profile
Druckprofile zu unseren Magazinen finden Sie auf der Website des DUON-Portals unter **www.duon-portal.de**

Druckunterlagen
Das Standardformat für die Datenanlieferung ist eine Composite-PDF-Datei. Zulässige PDF-Spezifikationen sind PDF/X-3, PDF/X-1a und PDF/X-4-Dateien, die mit einem eindeutigen OutputIntent gekennzeichnet sind. Fortdruckverbindliche Proofs werden nur dann akzeptiert, wenn sie über den UGRA/FOGRA-Medienkeil und das dazugehörige Auswertungsprotokoll zertifiziert sind. Für Anlieferung ohne farbverbindliche Proofs wird keine Gewähr für farbliche und sachliche Richtigkeit übernommen (Reklamationsausschluss).

Anzeigenbeschnitt
Beschnittzugabe bei angeschnittenen Anzeigen an allen Seiten: je 6 mm. Bei Anschnittanzeigen müssen Text- und Bildelemente mindestens 8 mm vom Anschnittformat entfernt sein. Wir behalten uns aus produktionstechnischen Gründen vor, die Anzeigen (umfangsabhängig) unproportional bis zu max. 5 % zu skalieren.

Datenanlieferung
DUON-Portal
www.duon-portal.de
Bei Fragen zur Datenanlieferung oder technischen Angaben wenden Sie sich bitte an unsere Kollegen im Sales Service unter Tel. 0 89 / 744 33 -113 oder an www.duon-portal.de/service.aspx

Allgemeine Geschäftsbedingungen

1. »Anzeigenauftrag« oder »Auftrag« im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen (nachfolgend »AGB«) ist der Vertrag zwischen der Wort & Bild Verlag Konradshöhe GmbH & Co. KG (nachfolgend »Verlag«) und einem Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten (nachfolgend insgesamt als »Auftraggeber« bezeichnet) über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen, Fremdbeilagen und/oder sonstiger Werbemittel in einer Druckschrift zum Zweck der Verbreitung.
2. Für jeden Auftrag und Folgeaufträge gelten die vorliegenden AGB sowie die im Zeitpunkt der Veröffentlichung der Werbung aktuelle Preisliste des Verlags, deren Regelungen einen wesentlichen Vertragsbestandteil bilden. Die Gültigkeit etwaiger AGB des Auftraggebers ist, soweit sie mit diesen AGB nicht übereinstimmen, ausgeschlossen.
3. Aufträge können persönlich, telefonisch, schriftlich, per E-Mail, Telefax oder per Internet aufgegeben werden. Der Verlag haftet nicht für Übermittlungsfehler. Der Vertrag kommt erst durch die Auftragsbestätigung des Verlags zustande, die vorbehaltlich anderer individueller Vereinbarungen zwischen Verlag und Auftraggeber schriftlich, per Telefax oder per E-Mail erfolgt.
Aufträge für Beihefter, Beikleber und Beilagen sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Musters und seiner Billigung durch den Verlag bindend.
4. Ein »Abschluss« ist ein Vertrag über die Veröffentlichung mehrerer Anzeigen, Fremdbeilagen oder sonstiger Werbemittel unter Beachtung der dem Auftraggeber gemäß jeweils geltender Preisliste zu gewährenden Rabatte, wobei die einzelnen rechtsverbindlichen Anzeigenaufträge jeweils erst durch schriftliche oder elektronische (z. B. E-Mail) Bestätigung des Abrufs zustande kommen.
Ein »Abruf« ist die Aufforderung des Auftraggebers an den Verlag, auf Grundlage eines Abschlusses eine konkrete Anzeige, Fremdbeilage oder ein sonstiges Werbemittel zu veröffentlichen und die vom Auftraggeber veranlasste Zustellung der für die Produktion erforderlichen Texte und Vorlagen beim Verlag. Ist kein Erscheinungstermin vereinbart, sind Anzeigen, Fremdbeilagen und/oder sonstige Werbemittel 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 eines Jahres nach Vertragsschluss abgerufen und veröffentlicht wird. Die zahlen- und mengenmäßige Einbeziehung in einen Abschluss, für die die Preisliste keinen Nachlass vorsieht, ist nicht möglich.
Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in Ziffer 4 Absatz 2 genannten Frist auch über die im Auftrag genannte Anzeigenmenge hinaus weitere Anzeigen abzurufen.
5. Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen gegenüber den Werbungtreibenden an die Preisliste des Verlags zu halten. Die vom Verlag gewährte Vermittlungsprovision errechnet sich aus dem Kundennetto, also nach Abzug von Rabatt, Boni und Mängelnachlass. Sie wird nur an vom Verlag anerkannte Werbeagenturen vergütet unter der Voraussetzung, dass der Auftrag unmittelbar von der Werbeagentur erteilt wird, ihr die Beschaffung der fertigen und druckreifen Druckunterlagen obliegt und eine Gewerbeanmeldung als Werbeagentur vorliegt. Dem Verlag steht es frei, Aufträge von Werbeagenturen abzulehnen, wenn Zweifel an der berufsmäßigen Ausübung der Agenturtätigkeit oder der Bonität der Werbeagentur bestehen. Anzeigenaufträge durch Werbeagenturen werden in deren Namen und auf deren Rechnung erteilt. Soweit Werbeagenturen Aufträge erteilen, kommt der Vertrag daher im Zweifel mit der Werbeagentur zustande. Soll ein Werbungtreibender Auftraggeber werden, muss dies gesondert unter namentlicher Nennung des Werbungtreibenden vereinbart werden. Der Verlag ist berechtigt, von der Werbeagentur einen Mandatsnachweis zu verlangen.
6. Der Verlag ist berechtigt, Aufträge, auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses, nach sachgemäßem Ermessen abzulehnen. Dies gilt insbesondere, wenn der Inhalt der Werbung gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt, die Veröffentlichung der Werbung für den Verlag wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist, wenn Beihefter, Beikleber und/oder Beilagen durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung oder Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten oder im Fall eines Verstoßes gegen Ziffer 23 dieser AGB. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.
7. 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 aufgrund einer höheren Abnahmemenge gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass (Rabatt) dem Verlag zu erstatten. Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höhere Gewalt im Risikobereich des Verlags beruht.
8. Aufträge für Anzeigen und Fremdbeihefter, Fremdbeikleber 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.
9. Der Verlag behält sich vor, Anzeigen mit dem Wort »Anzeige« deutlich als solches zu kennzeichnen.
10. Für die rechtzeitige Lieferung fehlerfreier, den technischen Anforderungen entsprechender und für den Verlag verwendbarer Druckunterlagen, wie z. B. Anzeigen, Fremdbeihefter, Beikleber und/oder sonstiger Werbemittel, ist ausschließlich 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. Druckunterlagen werden nur auf schriftliche Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt, andernfalls gehen sie in das Eigentum des Verlags über. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet sechs Wochen nach Veröffentlichung der vorgelegten Druckunterlage.
11. Reklamationen müssen vom Auftraggeber bei offensichtlichen Mängeln innerhalb von zwei Wochen nach Veröffentlichung der Anzeige geltend gemacht werden. Nicht offensichtliche Mängel müssen Kaufleute spätestens ein Jahr nach Veröffentlichung der Anzeige reklamieren. Bei fehlerhaftem Abdruck einer Anzeige, trotz rechtzeitiger Lieferung einwandfreier Druckunterlagen und rechtzeitiger Reklamation, kann der Auftraggeber den Abdruck einer einwandfreien Ersatzanzeige verlangen. Der Anspruch auf Nacherfüllung ist ausgeschlossen, wenn der Mangel den Anzeigenzweck nicht beeinträchtigt (z. B. bei geringfügigen Farbfehlern oder bei einem nicht ganz scharfen Abdruck) und/oder wenn die Nacherfüllung für den Verlag mit unverhältnismäßigen Kosten verbunden ist. Lässt der Verlag eine ihm gesetzte angemessene Frist verstreichen, verweigert er die Nacherfüllung, ist die Nacherfüllung dem Auftraggeber nicht zumutbar oder schlägt sie fehl, so hat der Auftraggeber das Recht, vom Vertrag zurückzutreten oder Zahlungsminderung in dem Ausmaß geltend zu machen, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Gewährleistungsansprüche von Kaufleuten verjähren zwölf Monate nach Veröffentlichung der entsprechenden Anzeige.
12. Der Verlag haftet für vorsätzlich oder grob fahrlässig verursachte Schäden, für Schäden aus schuldhafter Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit sowie für Schäden aufgrund mindestens leicht fahrlässiger Verletzung einer Pflicht, deren Erfüllung die ordnungsgemäße Durchführung des Werbeauftrags überhaupt erst ermöglicht, deren Verletzung die Erreichung des Vertragszwecks gefährdet und auf deren Einhaltung der Auftraggeber regelmäßig vertraut. Die Schadensersatzpflicht ist – abgesehen von der Haftung für Vorsatz und schuldhafter Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit – auf den vorhersehbaren, typischerweise eintretenden Schaden begrenzt. Im Übrigen sind Schadensersatzansprüche gegen den Verlag unabhängig vom Rechtsgrund ausgeschlossen. Soweit die Haftung des Verlags nach den vorstehenden Regelungen ausgeschlossen oder beschränkt ist, gilt dies auch für die persönliche Haftung ihrer Mitarbeiter, Vertreter und Erfüllungsgehilfen. Die Haftung nach dem Produkthaftungsgesetz bleibt hiervon unberührt. Schadensersatzansprüche von Kaufleuten gegen den Verlag verjähren, abgesehen von Ansprüchen aus unerlaubter oder vorsätzlicher Handlung, in zwölf Monaten nach dem Zeitpunkt, in dem der Auftraggeber von den den Anspruch begründenden Umständen Kenntnis erlangt hat oder hätte erlangen müssen.
13. Haftungsfreistellungserklärung: Der Auftraggeber ist für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der Anzeige verantwortlich. Er stellt den Verlag von allen Ansprüchen Dritter (z. B. Schutzrechtsverletzungen, Verletzung von Persönlichkeitsrechten, Verletzungen des Heilmittelwerbegesetzes oder der Health-Claims-Verordnung) frei, inschließlich der angemessenen Kosten zur gerichtlichen und außergerichtlichen Rechtsverteidigung, selbst wenn die Vergütung der vom Verlag beauftragten Anwälte die gesetzlich vorgeschriebenen Gebühren überschreiten. Wird der Verlag (z. B. durch gerichtliche Entscheidung) zum Abdruck einer Gegendarstellung o.˘Ä. verpflichtet, hat der Auftraggeber die Kosten nach der gültigen Anzeigenpreisliste zu tragen.

14. 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 schriftlich mitgeteilt werden, anderenfalls gilt die Genehmigung zum Druck als erteilt.
15. Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die je nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.
16. Der Verlag behält sich vor, in Einzelfällen Vorauskasse bis zum Anzeigenschluss zu verlangen, insbesondere bei der Neuaufnahme einer Geschäftsbeziehung, bei im Ausland ansässigen Auftraggebern oder wenn begründete Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers vorliegen. Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung sofort, möglichst aber zum 15. des Vormonats der Veröffentlichung der Anzeige, übersandt. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Rechnung ersichtlichen, vom Empfang der Rechnung an laufenden Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist.
Die Zahlungsbedingungen lauten wie folgt: Rein netto 14 Tage nach dem Erscheinungstag; bei Zahlungseingang 3 Tage vor dem Erscheinungstag 2 % Skonto.
17. Der Auftraggeber ist zur Aufrechnung mit Gegenansprüchen nur berechtigt, wenn seine Gegenansprüche rechtskräftig festgestellt und nicht bestritten sind.
18. Der Verlag liefert auf Wunsch nach Veröffentlichung der Werbung einen Anzeigenbeleg. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine Bescheinigung des Verlags über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.
19. Kosten für die Anfertigung bestellter Druckstöcke, Matern und Zeichnungen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.
20. 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 durchschnittlich verkaufte Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisminderung berechtigender Mangel, wenn sie bei einer Auflage von bis zu 500 000 Exemplaren 10 v. H., bei über 500 000 Exemplaren 5 v. H. beträgt. Darüber hinaus sind bei Abschlüssen etwaige Preisminderungsansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber von dem Sinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Vertrag hätte zurücktreten können.
21. Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrags.
22. Ein Ausschluss von Mitbewerbern des Auftraggebers und/oder des Werbungtreibenden für eine bestimmte Ausgabe oder auf der gleichen Seite kann nicht gewährt werden.
23. Die Anzeigen dürfen den Interessen der Abonnenten nicht widersprechen. Stellt sich erst nach Erscheinen der Anzeige heraus, dass die Anzeigen von den Abonnenten nicht erwünscht sind, so hat der Verlag auch nachträglich das Recht, von der Abwicklung des Auftrags sofort zurückzutreten.
24. Wegen des begrenzten Anzeigenraumes gilt für den Inserenten ein Rücktrittsrecht nur dann, wenn es ausdrücklich vorher vereinbart und durch den Verlag bestätigt wurde. Von dem Rücktrittsrecht kann jedoch nur spätestens 8 Wochen vor Anzeigenschluss Gebrauch gemacht werden.
25. Beihefter, Beikleber und Beilagen, Ein- und Durchhefter dürfen nur dann Werbung für mehrere Produkte oder Dienstleistungen enthalten, wenn es sich um Produkte oder Dienstleistungen des gleichen Unternehmens oder der gleichen Unternehmensgruppe handelt.
26. Feste Platzierungszusagen verlieren ihre Gültigkeit, wenn die umbruchtechnische Heftstruktur eine Umplatzierung der Anzeige erforderlich macht.
27. Bei Buchungen der Kombinationen können nur Anzeigen aufgenommen werden, die in Erscheinungsmonat, Format, Farbigkeit, Produkt und/oder Kampagne übereinstimmen.
28. Der Verlag erhebt und verarbeitet die Daten seiner Kunden/Geschäftspartner gemäß den Informationen zur Datenverarbeitung unter https://www.wub-service.de/infodsgvo. Bei Kunden kann die E-Mail-Adresse auch genutzt werden, um über ähnliche Waren und Dienstleistungen zu informieren, §7 Abs. 3 UWG. Dieser Verwendung Ihrer E-Mail-Adresse können Sie jederzeit unter abbestellen@wortundbildverlag.de widersprechen.
29. Sollten eine oder mehrere Bestimmungen des Auftrags und/oder dieser AGB unwirksam sein oder werden, so wird dadurch die Gültigkeit der übrigen Bestimmungen nicht berührt. Es gilt deutsches Recht unter Ausschluss des UN-Kaufrechts und unter Ausschluss von Kollisionsrecht. Erfüllungsort ist München. Gerichtsstand für Klagen gegen Kaufleute, juristische Personen des öffentlichen Rechts oder öffentlich-rechtliche Sondervermögen ist München.

Zahlungsbedingungen

Rein netto 14 Tage nach dem Erscheinungstag.
Bei Zahlungseingang 3 Tage vor dem Erscheinungstag 2 % Skonto.
Der Verlag behält sich vor, in Einzelfällen Vorauskasse bis zum Anzeigenschluss zu verlangen, insbesondere bei der Neuaufnahme einer Geschäftsbeziehung, bei im Ausland ansässigen Auftraggebern oder wenn begründete Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers vorliegen.

Bankverbindung

Sparkasse Bad Tölz Wolfratshausen
IBAN DE82 7005 4306 0000 0581 80
BIC BYLADEM1WOR
Gläubiger-ID DE72WUB00000230115