



# Media Daten 2023

Diabetes Ratgeber

**WORT  
& BILD  
VERLAG**



## Gut leben trotz Diabetes

„Sie haben Diabetes“: Dieser Satz des Arztes krepelt das Leben von Betroffenen und ihren Angehörigen gehörig um. Wie sieht jetzt der Alltag mit der Erkrankung aus, wie die Behandlung? Antworten darauf bietet der Diabetes Ratgeber.

Schätzungsweise rund acht Millionen Menschen in Deutschland haben Diabetes, die weitaus meisten davon Diabetes Typ 2. Fast drei Millionen Menschen lesen den Diabetes Ratgeber Monat für Monat.<sup>1</sup> Damit ist das Heft die reichweitenstärkste Publikation in Deutschland für Menschen mit Diabetes. Es liefert nicht nur praktische Tipps für Alltag, Freizeit und Familienleben, sondern auch neueste Informationen aus dem Bereich Forschung und Medizin.

Welche neuen Technologien gibt es auf dem Diabetesmarkt? Wie werden die verschiedenen Diabetesformen behandelt? Wie sieht eine gesunde Ernährung aus – und wie lässt sich das Leben trotz Diabetes genießen? Zu all diesen Fragestellungen finden die Leserinnen und Leser fundierte Antworten. Zudem gibt es in jedem Heft eine exklusiv produzierte zwölfseitige Wochen-Diät, die sich speziell an Menschen mit Diabetes richtet.

„Gut leben trotz Diabetes“ lautet dabei das Motto der Redaktion. Das Magazin versteht sich als empathischer Begleiter aller Menschen mit Diabetes. Fachliche Kompetenz, gepaart mit journalistischer Sorgfalt in Wort und Bild – dafür steht der Diabetes Ratgeber. Die Leistungswerte unseres Magazins finden Sie auf den folgenden Seiten. Sie werden sehen, keine Publikation ist näher an Ihrer Zielgruppe.

Ihre

*A. Köhle*  
Anne-Bärbel Köhle



Anne-Bärbel Köhle  
Chefredakteurin  
Diabetes Ratgeber

TITELTHEMA

# Mit Daten gegen Diabetes

Künstliche Intelligenz und weitere Fortschritte in der Digitalisierung haben das Diabetes-Management in den vergangenen Jahren verbessert. Wie Patienten heute schon profitieren und was sie in naher Zukunft erwartet

Text: Monika Holthoff-Stenger

Gegenwart und Zukunft Diese drei Menschen berichten auf den folgenden Seiten von den Möglichkeiten der digitalisierten Diabetes-Medizin

06/2022 Diabetes Ratgeber 7

MEIN KLEINES GLÜCK

## Das machte mich happy

Wassersport und Sommerstunden: Diezeitung schreiben unsere Leserinnen und Leser, warum sie den Juni ganz besonders lieben

Mein kleineres Glück... Ich liebe den Sommer... Ich liebe die Sommerferien... Ich liebe die Sommerferien... Ich liebe die Sommerferien...

06/2022 Diabetes Ratgeber 31

TITELTHEMA

## Viel zu viele Pillen?

Zwei fürs Herz, eine für den Zucker, eine gegen Schmerzen. So behalten Sie den Überblick über Ihre Medizin und vermeiden unerwünschte Wirkungen

88% der Patienten, die viele Tabletten eine Stammgastrolle spielen

06/2022 Diabetes Ratgeber 7

MEINE GESUNDHEIT

## Hochdruck im Darm

Anstauungen im Dickdarm, sogenannte Divertikel, sind gar nicht so selten. Entzünden sie sich, kann das sehr schmerzhaft und sogar gefährlich werden. Was lässt sich dagegen tun?

06/2022 Diabetes Ratgeber 21

MEINE GESUNDHEIT

## Fußpflege beim Profi

Eine podologische Behandlung kann ernsten Problemen vorbeugen. Das erwartet Sie beim Podologen

So läuft die Behandlung ab

1. Haut vorbereiten
2. Hautschicht abtragen
3. Nägel bearbeiten
4. Eincremen

06/2022 Diabetes Ratgeber 25

TITELTHEMA

## So jung und schon Typ 2

Immer mehr Kinder und Jugendliche erkranken an „Altersdiabetes“. Schuld daran ist auch die Corona-Pandemie. Doch Eltern können aktiv vorbeugen. Experten verraten, wie

Text: Daniela Pfeiffer-Haack, Interview: Karin Pfeiffer

06/2022 Diabetes Ratgeber 7

MEINE GESUNDHEIT

## Bitte hören Sie auf Warnzeichen!

Meist sind Entzündungen des Gehörgangs harmlos. Bei Diabetes aber sollten Sie wachsam sein

Text: Julia Hill

06/2022 Diabetes Ratgeber 31

MEIN SCHÖNES LEBEN

## Schön im Sommer

Pflege-Tipps für heiße Tage: Was der Haut bei Diabetes jetzt guttut

Text: Juliane Kuhn

06/2022 Diabetes Ratgeber 33

MEIN SCHÖNES LEBEN

## Die schlanke Woche

Abnehmen nach Pflichten: Das schmeckt lecker und tut gut

06/2022 Diabetes Ratgeber 37

# Media Facts

Monatlich verkaufte Auflage:

## 982.675 Exemplare

IVW 2/2022

Reichweite:

## 2,73 Mio. Leser:innen pro Monat

AWA 2022, deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahre

Durchschnittliche Lesedauer pro Ausgabe:

## 1 Stunde 21 Minuten

Copytest 3/19, Ipsos

Heftnutzung:

## Durchschnittlich 3,1-mal wird jede Ausgabe in die Hand genommen

Copytest 3/19, Ipsos

TAP Diabetes Ratgeber:

## € 31,80

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

# Leser-Strukturdaten

Leserschaftsstruktur (laut AWA 2022) nach relevanten Kriterien	AWA Gesamt Ant. %	Diabetes Ratgeber	
		Ant. %	Index
<b>Geschlecht</b>			
Männer	49,3	33,3	67
Frauen	50,7	66,7	<b>132</b>
<b>Altersgruppen</b>			
14 – 49 Jahre	48,8	11,1	23
50 Jahre und älter	51,2	88,9	<b>174</b>
60 Jahre und älter	32,6	73,1	<b>224</b>
70 Jahre und älter	17,5	49,8	<b>284</b>
<b>„Gehe in eine Apotheke“</b>			
Mindestens einmal in der Woche	3,2	11,4	<b>358</b>
Zwei- bis dreimal im Monat	13,2	32,2	<b>244</b>
Einmal im Monat	22,8	32,9	<b>144</b>
<b>Das könnte auf mich passen:</b>			
Leute, die sehr auf ihre Gesundheit achten (Gesundheitsbewusste)	29,6	46,0	<b>155</b>
Leute mit erhöhtem Blutzucker, Diabetiker	8,6	50,4	<b>587</b>
Leute, die Probleme mit ihrem (zu hohen) Gewicht haben	16,9	34,5	<b>204</b>
Leute, die öfter mal kalorienreduzierte Lebensmittel, Getränke verwenden	19,4	30,9	<b>159</b>

# Leser-Strukturdaten

Leserschaftsstruktur (laut AWA 2022) nach relevanten Kriterien	AWA Gesamt Ant. %	Diabetes Ratgeber	
		Ant. %	Index
<b>Naturheilmittel, schonende Medikamente</b>			
Lege großen Wert auf Naturheilmittel, schonende Medikamente	27,4	36,3	<b>132</b>
<b>Kernzielgruppe</b>			
Kernzielgruppe OTC <sup>1</sup>	19,3	39,2	<b>203</b>
<b>Informationsinteresse: Diät, z. B. Diätvorschläge, Diätprodukte</b>			
Interessiert mich besonders	5,8	19,2	<b>330</b>
Interessiert und gebe öfter Ratschläge, Tipps, gelte als Experte	5,7	19,8	<b>347</b>
<b>Körperpflege und Kosmetik<sup>2</sup></b>			
Spezielle Pflegemittel für die Hände	34,8	46,6	<b>134</b>
Produkte für die Fußpflege	22,4	47,0	<b>210</b>
Hautcreme für alle Zwecke	44,5	60,4	<b>136</b>

Potenzial: 70,60 Mio. – Diabetes Ratgeber 2,73 Mio. Leser = 3,9% Reichweite

<sup>1</sup> Konsumentenkreis von Personen, die mindestens 5 von 24 rezeptfreien Medikamenten/Heilmitteln in den letzten 3 Monaten persönlich gebraucht/verwendet haben

<sup>2</sup> In den letzten 7 Tagen persönlich verwendete Artikel

# Themenauswahl 2023

## JANUAR 2023

AS: 11.11.2022 | ET: 02.01.2023

**Neues Jahr, neues Leben!**  
(Abnehmen, Bewegung)

**Ich bin Organspender!**

**Schlaue Geräte – clever beantragt**

## FEBRUAR 2023

AS: 12.12.2022 | ET: 01.02.2023

**Diabetes? Früher mal.  
Remission des Diabetes**

**Heimisches Superfood**

**Das macht mich stark!**

## MÄRZ 2023

AS: 10.01.2023 | ET: 01.03.2023

**Augen**

Feuchte und trockene Makuladegeneration

**Hilfe bei Haarausfall**

**Gesunde Venen**

## APRIL 2023

AS: 10.02.2023 | ET: 01.04.2023

**Impotenz und Diabetes**

**Insulinpumpen**

**Versicherungen bei Diabetes**

Änderungen vorbehalten

# Themenauswahl 2023

## MAI 2023

AS: 09.03.2023 | ET: 02.05.2023

Frühlingsport

Demenzprophylaxe

Zahnpflege

## JUNI 2023

AS: 06.04.2023 | ET: 01.06.2023

Gesunde Getränke

Diabetischer Fuß

Venenschwäche

## JULI 2023

AS: 10.05.2023 | ET: 01.07.2023

Bluthochdruck behandeln

Diabeteszubehör

Sonnenschutz

## AUGUST 2023

AS: 13.06.2023 | ET: 01.08.2023

Untergewicht

Pflasterkunde

Hämorrhiden

# Themenauswahl 2023

## SEPTEMBER 2023

AS: 13.07.2023 | ET: 01.09.2023

Besser schlafen

Blutzuckerkontrolle

Ernährungsumstellung

## NOVEMBER 2023

AS: 11.09.2023 | ET: 02.11.2023

Winterhaut

Diabetes und Leber

Abnehmen mit Shakes

## OKTOBER 2023

AS: 11.08.2023 | ET: 02.10.2023

Thrombosen

Wanderurlaub mit Diabetes

Nervenschmerzen

## DEZEMBER 2023

AS: 11.10.2023 | ET: 01.12.2023

Sport im Kalten

Nierenprobleme

Besser hören

Änderungen vorbehalten

# Themenauswahl 2024

## JANUAR 2024

AS: 09.11.2023 | ET: 02.01.2024

- Gesunder Darm
- Haarpflege, Haarausfall
- Herz-Kreislauf-Probleme

## FEBRUAR 2024

AS: 11.12.2023 | ET: 01.02.2024

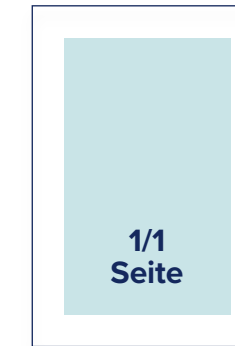
- Diabetes-Remission, Bewegung, Ernährung
- Pumpe oder Pen?
- Sexualität und Diabetes

Änderungen vorbehalten

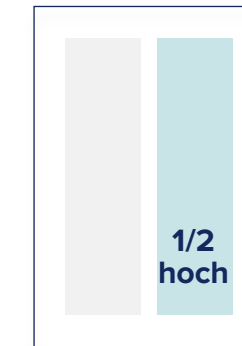
# Formate und Preise



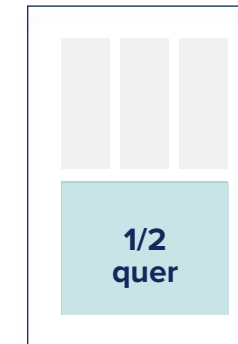
S.: 316 × 186  
A.: 340 × 225



S.: 148 × 186  
A.: 170 × 225



S.: 69 × 186  
A.: 81 × 225



S.: 148 × 89  
A.: 170 × 109



S.: 69 × 89

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

### Weitere Formate auf Anfrage

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

### Preisliste 2023 (Nr. 41, gültig ab 01. Januar 2023), Erscheinungsweise: monatlich

Formate	Diabetes Ratgeber
1/1 Seite	31.250 €
1/2 Seite	18.290 €
1/4 Seite	9.980 €
U2*	35.900 €

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

# 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
Rollenoffsetdruck		medizini

## 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

### [www.duon-portal.de](http://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](http://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 Auftragsaufträge 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 Fremdbeilagen, 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, Fremdbeilagen, 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, einschließlich 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 Vorkasse 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, Matrern 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 Hefstruktur 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](mailto: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 Vorkasse 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