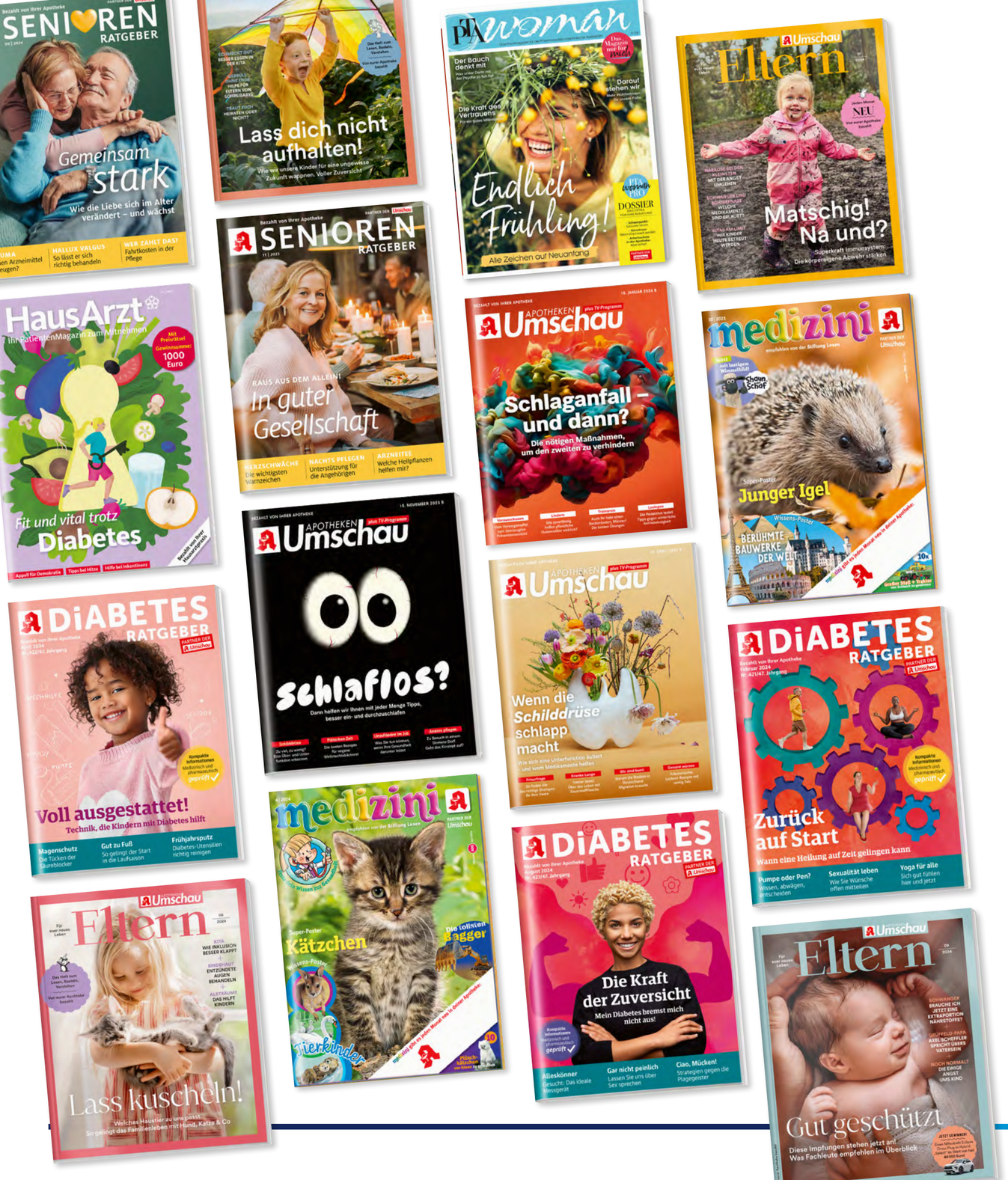
MEDIA DATEN 2025

WORT & BILD VERLAG



Wegweisend im Gesundheitswesen

Liebe Mediaplanerinnen und Mediaplaner, liebe Werbetreibende,

evidenzbasiertes Gesundheitswissen für alle Menschen zugänglich zu machen – das ist unsere Mission. Seriosität, Zuverlässigkeit und Vertrauenswürdigkeit bilden dabei das Fundament unseres Handelns. Als Gesundheitsvermarkter agieren wir lösungsorientiert und haben dabei die Kampagnenziele unserer Kundinnen und Kunden im Fokus.

Qualitäts- und Vertrauenstransfer
Dieses jahrzehntelange Vertrauen in die Qualität unserer Medien schafft ein sehr glaubwürdiges Umfeld für werbetreibende Marken und eine nachweisbare Werbewirkung bis an den Point of Sale. Mit rund 19 Millionen Leserinnen und Lesern sowie über sieben Millionen Unique Usern pro Monat sind wir Deutschlands führender Gesundheitsvermarkter mit unseren angesehenen Publikationen.

Spitzenplatz seit einem Vierteljahrhundert
Seit 25 Jahren in Folge erreicht die Apotheken Umschau-Kombi mit 15,97 Millionen Leserinnen und Lesern pro Monat die höchste Reichweite im deutschen Lesermarkt. Zeitgemäße Titelthemen, ein dynamisch wachsendes Portfolio, zahlreiche Online- und Podcast-Angebote sowie namhafte Auszeichnungen unterstreichen unsere Vielfalt und Relevanz im Gesundheitsjournalismus.
Entlang der „Patient Journey“ bieten wir eine große Vielfalt an Touchpoints auf allen Kanälen. Unsere werbetreibenden Kunden profitieren von einer überaus effizienten und zielgerichteten Aussteuerung ihrer Kampagnen, besonders wirksam durch den vertrauenswürdigen Distributionskanal der Apotheke vor Ort. Unsere Medien ergänzen hervorragend die Beratungsleistung durch die Apothekerinnen und Apotheker. Plus: Unsere Publikationen genießen in vielerlei Hinsicht Kultstatus, wie etwa das fünfzigjährige Jubiläum der Kinder-Lovebrand medizini zeigt.

So beständig die etablierten Marken und die feste Position des Wort & Bild Verlags im Gesundheitsmarkt sind, so innovativ ist unser Medienhaus im Inneren. Wir entwickeln erfolgreiches, agiles Zusatz- und Neugeschäft rund um den Wort & Bild-Markenkosmos und darüber hinaus.

Lassen Sie uns Synergien im Healthsektor nutzen und maßgebende Akzente im Gesundheitsbereich am Puls der Zeit setzen – wir freuen uns darauf, gemeinsam mit Ihnen viele spannende Projekte zu realisieren.

Herzlichst

Andreas Arntzen

Dr. Dennis A. Ballwieser

Andreas Arntzen
Vorsitzender der Geschäftsführung

Dr. Dennis A. Ballwieser
Geschäftsführer

Quelle: AWA 2024

Online finden Sie uns auf www.wub-media.de

Chancen sehen & Zukunft gestalten: Eine Chefredaktion für vier Titel

Die Mitglieder der neuen Chefredaktion des Wort & Bild Verlags:

Dr. Dennis Ballwieser, 43, verantwortet als Geschäftsführer die Redaktion des Wort & Bild Verlags. Nach seiner Redakteursausbildung an der Deutschen Journalistenschule in München und dem Medizinstudium an der Ludwig-Maximilians-Universität arbeitete er als Arzt in der Klinik für Anaesthesiologie am LMU Klinikum. Journalistisch war er für „Spiegel“, „Süddeutsche Zeitung“, den Bayerischen Rundfunk und andere tätig. Seit 2015 ist er Geschäftsführer und seit 2020 zusätzlich Chefredakteur der *Apotheken Umschau*.

„Unsere neue Struktur ermöglicht uns, die Qualität unserer Gesundheitsredaktion optimal zu nutzen. Wir entwickeln Themen für die verschiedenen Kanäle aus der Expertise unserer Redakteurinnen und Redakteure heraus für die Zielgruppe passend“

Dr. Dennis Ballwieser
Geschäftsführer

Tina Haase, 46, baute in den vergangenen sechs Jahren die Hauptstadtredaktion des Wort & Bild Verlags in Berlin auf. Sie hat Internationale Journalistik an der Hochschule Bremen studiert und bei der „Magdeburger Volksstimme“ volontiert. Als freie Autorin schrieb sie für diverse Tageszeitungen und Magazine. Seit 2003 arbeitet sie beim Wort & Bild Verlag für verschiedene Publikationen – unter anderem *Baby und Familie, Diabetes Ratgeber* und *Apotheken Umschau.* Von 2009 bis 2015 war sie Chefredakteurin von *apotheken-umschau.de.*

Julia Rotherbl, 43, war gemeinsam mit Dr. Dennis Ballwieser Mitglied der *Apotheken Umschau*-Chefredaktion. Nach ihrem Studium an der LMU München und einem Tageszeitungsvolontariat beim „Münchner Merkur“ war Julia Rotherbl von 2008 bis 2011 Redakteurin der Wort & Bild-Titel *Baby und Familie* sowie der *Apotheken Umschau.* Nach vier Jahren beim Frauenmagazin „Cosmopolitan“ kehrte sie 2015 als Textchefin zur *Apotheken Umschau* zurück.

Stefan Schweiger, 43, baute zuletzt für den Wort & Bild Verlag die Printmarken *gesund.de* und *Digital Ratgeber* auf und verantwortete sie als Chefredakteur. Zuvor hat der Diplom-Soziologe und Buchautor, ausgebildet an der Deutschen Journalistenschule in München, als Chefredakteur die Gesundheitsportale „Onmeda.de“ und *apotheken-umschau.de* weiterentwickelt, davor als Redakteur bei „FOCUS Gesundheit“ sowie der *Apotheken Umschau* gearbeitet.

Die Apotheken Umschau: Weil Gesundheit alle angeht

Was ist der Schlüssel für ein gesundes, langes Leben? Was kann man selbst tun, um fit zu bleiben? Wie gehe ich mit einer bereits bestehenden Erkrankung um? Das Thema Gesundheit hat einen hohen Stellenwert für alle. Das Lebensgefühl unserer Zeit ist geprägt vom Wunsch nach seelischem und körperlichem Wohlbefinden.

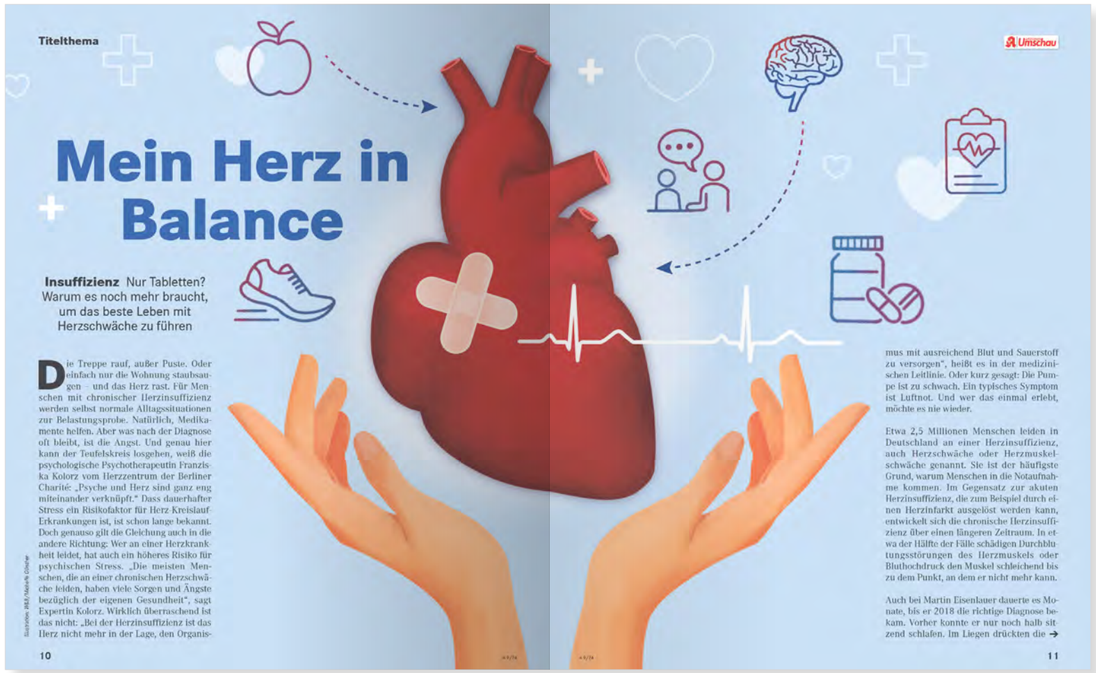
Die Apotheken Umschau bietet ihren Lesern und Usern fundierte, leicht verständliche Informationen zu allen wichtigen medizinischen Fragen ebenso wie zu Prävention, Achtsamkeit und jüngsten Entwicklungen in der Forschung. Und erweist sich mit hochqualitativem Gesundheitsjournalismus als verlässlicher und vertrauenswürdiger Partner – für die Bevölkerung, die Apotheke vor Ort und die Anzeigenkundinnen und Anzeigenkunden.

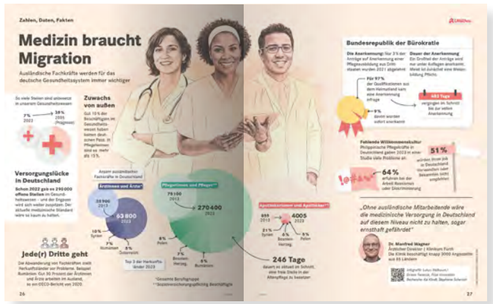
Die Apotheken Umschau präsentiert sich in frischem zeitgemäßen Design mit crossmedialer Verlängerung der Inhalte ins Digitale und starker Orientierung an den Bedürfnissen der Leserinnen und Leser.

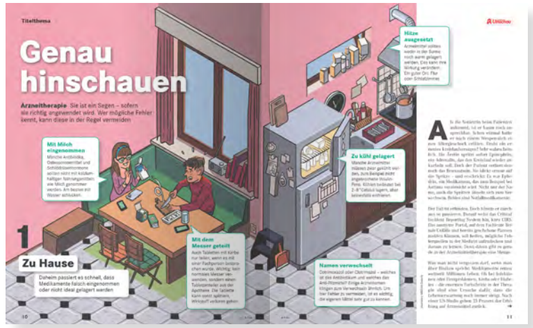
Sie ist längst eine medial breit aufgestellte Marke: Ihr Online-Auftritt apotheken-umschau.de zählt zu den meistbesuchten Gesundheitsplattformen und bietet täglich neue Gesundheitsthemen. Ihre Plattform gesundheit-hören.de bietet Podcasts zu unterschiedlichsten Fragestellungen – von Medizinhistorie über Diabetes bis hin zu tagesaktueller Berichterstattung für Health Professionals.

Unser Anspruch ist es, alle Bevölkerungsschichten kanalübergreifend mit verständlichen Gesundheitsinformationen zu ermächtigen, für die eigene Gesundheit zu sorgen. Millionen von Menschen vertrauen dazu auf die Marke Apotheken Umschau und ihr Qualitätsversprechen.

Seitenblicke







Media Facts

Monatlich verkaufte Auflage Apotheken Umschau-Kombi A+B:

6.038.283 Exemplare

IVW 4/2024

Reichweite Apotheken Umschau-Kombi A+B:

15,97 Mio. Leserinnen und Leser pro Monat

AWA 2024, deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahre

Durchschnittliche Lesedauer pro Ausgabe:

1 Stunde 30 Minuten

Copytest 11B/23, Ipsos

Heftnutzung:

Durchschnittlich 3,4-mal wird jede Ausgabe in die Hand genommen

Copytest 11B/23, Ipsos

TAP Apotheken Umschau-Kombi A+B:

€ 31,73

1/1 Seite 4c netto, Preise 2025, IVW 4/2024

Leser-Strukturdaten

Leserschaftsstruktur (laut AWA 2024) nach relevanten Kriterien	AWA Gesamt	Apotheken Umschau	
	Ant. %	Ant. %	Index
Geschlecht			
Männer	49,2	32,5	66
Frauen	50,8	67,5	**133**
Altersgruppen			
40 – 49 Jahre	14,0	9,2	66
50 – 59 Jahre	17,7	17,2	97
60 – 69 Jahre	15,6	22,7	**146**
70 Jahre und älter	17,9	38,3	**214**
Aussagen zur eigenen Person			
Sehr breites/breites Interessenspektrum[1]	33,8	37,1	**110**
Sehr breiter/breiter Expertenhorizont[2]	26,5	32,1	**121**
Umfassend Printaffine[3]	29,5	55,3	**188**
Lege großen Wert auf Naturheilmittel, schonende Medikamente	25,8	30,8	**119**
Aussagen zur eigenen Gesundheit			
Leute, die sehr auf ihre Gesundheit achten (Gesundheitsbewusste)	28,2	39,9	**142**
Leute, die Probleme mit ihrem (zu hohen) Gewicht haben	16,0	21,0	**131**

Potenzial: 70,48 Mio. – *Apotheken Umschau* A+B 15,97 Mio. Leser = 22,7 % Reichweite
1 Mind. 9 von 31 Interessendimensionen
2 Mind. 7 von 31 Themengebieten mit besonderer Expertise
3 Im WLK von 4 oder mehr Zeitschriften und mind. ziemlich regelmäßige Leser von Tageszeitungen

Leser-Strukturdaten

Leserschaftsstruktur (laut AWA 2024) nach relevanten Kriterien	AWA Gesamt	Apotheken Umschau	
	Ant. %	Ant. %	Index
Informationsinteresse: „Interessiert und gebe öfter Ratschläge, Tipps, gelte da als Experte“			
Medizinische Fragen	18,7	30,3	**162**
Hautpflege, Körperpflege	8,8	12,0	**137**
Diät, z. B. Diätvorschläge, Diätprodukte	5,2	7,8	**150**
Haarpflege, Frisuren	9,7	11,6	**120**
Urlaub und Reisen	29,0	33,4	**115**
Private Altersvorsorge, finanzielle Absicherung für die Zukunft	6,7	8,0	**120**
Versicherungen, finanzielle Absicherung gegen Unglücksfälle	6,7	7,5	**111**
Gartenpflege, Gartengestaltung	18,5	28,0	**152**
Wohnen und Einrichten	15,4	19,8	**129**
Tiere, Haustiere	15,1	16,8	**111**
Sonder- und Kernzielgruppen			
Kernzielgruppe OTC [4]	21,1	34,3	**162**
Kernzielgruppe Pflegende Kosmetik für Frauen [5]	12,7	18,7	**147**
WOOPIES (Well off older people) [6]	8,9	15,8	**177**
Persönlichkeitsstarke Multiplikatoren [7]	25,6	28,5	**112**

4 Konsumentenkreis von Personen, die mind. 5 von 24 rezeptfreien Medikamenten/Heilmitteln i. d. letzten 3 Monaten persönlich gebraucht/verwendet haben
5 Frauen, die mindestens 6 von 10 Kosmetikartikeln in den letzten 7 Tagen persönlich benutzt haben
6 Rentner, Pensionäre unter 75 Jahre, HHNE 2.000 € und mehr
7 Gleichgewichtige Verknüpfung der 3 Subskalen: Experten für gesellschaftliche Themen, Experten für Konsumthemen sowie bestimmte Werte und Einstellungen

Themenauswahl 2025

JANUAR 2025

Ausgabe A
AS: 12.11.2024 | ET: 02.01.2025

Ernährungsumstellung

Sexualität

Hausstauballergie

Ausgabe B
AS: 25.11.2024 | ET: 15.01.2025

Fußfehlstellungen

Anti-Aging (Kosmetik)

Menstruation

FEBRUAR 2025

Ausgabe A
AS: 11.12.2024 | ET: 01.02.2025

Erkältung

Tiergesundheit

Fit im Kopf

Ausgabe B
AS: 02.01.2025 | ET: 15.02.2025

Haarausfall

Seltene Erkrankungen

Prostata

MÄRZ 2025

Ausgabe A
AS: 16.01.2025 | ET: 01.03.2025

Darmkrebs

Versicherungen

Fahrradkauf

Ausgabe B
AS: 30.01.2025 | ET: 15.03.2025

Mundgeruch

Kopfschmerzen

Smarte Messgeräte

Hier finden Sie alle aktuell verfügbaren Themen

Crossmedia

Änderungen vorbehalten

Themenauswahl 2025

APRIL 2025

Ausgabe A
AS: 13.02.2025 | ET: 01.04.2025

- Diabetes
- Scheidentrockenheit
- Ängste

Ausgabe B
AS: 28.02.2025 | ET: 15.04.2025

- Insektenstiche
- Heuschnupfen
- Joggen

MAI 2025

Ausgabe A
AS: 14.03.2025 | ET: 02.05.2025

- Fußpilz
- Fit im Kopf
- Nachhaltigkeit

Ausgabe B
AS: 28.03.2025 | ET: 15.05.2025

- Schöne Füße
- Frauengesundheit
- Asthma

JUNI 2025

Ausgabe A
AS: 11.04.2025 | ET: 02.06.2025

- Organspende
- Trockene Augen
- Sportverletzungen

Ausgabe B
AS: 29.04.2025 | ET: 16.06.2025

- Verstopfung
- Impfungen
- Bio-Lebensmittel

Crossmedia

Der Anzeigenschluss für die Apotheken Umschau-Kombi A+B entspricht jeweils dem Anzeigenschluss der Ausgabe A

Themenauswahl 2025

JULI 2025

Ausgabe A
AS: 13.05.2025 | ET: 01.07.2025

- Kreislaufprobleme
- Reiseapotheke
- Urlaubslektüre

Ausgabe B
AS: 28.05.2025 | ET: 15.07.2025

- Genug trinken
- Wechseljahre
- Sonnenbrand

AUGUST 2025

Ausgabe A
AS: 17.06.2025 | ET: 01.08.2025

- Mangelerscheinungen
- Apps für die Gesundheit
- Gesunde Venen

Ausgabe B
AS: 03.07.2025 | ET: 15.08.2025

- Prostata
- Blutgerinnung
- Sommergrippe

SEPTEMBER 2025

Ausgabe A
AS: 16.07.2025 | ET: 01.09.2025

- Alzheimer
- Scheidenpilz
- Unreine Haut / Akne

Ausgabe B
AS: 31.07.2025 | ET: 15.09.2025

- Gut schlafen
- Sodbrennen
- Wunden versorgen

Hier finden Sie alle aktuell verfügbaren Themen

Crossmedia

Änderungen vorbehalten

Themenauswahl 2025

OKTOBER 2025

Ausgabe A
AS: 18.08.2025 | ET: 01.10.2025

Brustkrebs

Hörgeräte

Rückenschmerzen

Ausgabe B
AS: 01.09.2025 | ET: 15.10.2025

Erkältung

Gelenke

Inkontinenz

NOVEMBER 2025

Ausgabe A
AS: 16.09.2025 | ET: 03.11.2025

Funktionskleidung

Unruhe / Nervosität

Allergien

Ausgabe B
AS: 01.10.2025 | ET: 15.11.2025

Pflege zu Hause

Diabetes

Fieber

DEZEMBER 2025

Ausgabe A
AS: 15.10.2025 | ET: 01.12.2025

Trockene Haut

Halsschmerzen

Magen-Darm-Infekt

Ausgabe B
AS: 30.10.2025 | ET: 15.12.2025

Dekorative Kosmetik

Stress

Prävention Bewegung

Crossmedia

Der Anzeigenschluss für die Apotheken Umschau-Kombi A+B entspricht jeweils dem Anzeigenschluss der Ausgabe A

Themenauswahl 2026

JANUAR 2026

Ausgabe A
AS: 12.11.2025 | ET: 02.01.2026

Abnehmen

Pflege absichern

Makuladegeneration

Ausgabe B
AS: 25.11.2025 | ET: 15.01.2026

Hämorriden

Tiergesundheit

Haarausfall

FEBRUAR 2026

Ausgabe A
AS: 10.12.2025 | ET: 02.02.2026

Krebs

Anti-Aging

Zahnersatz

Ausgabe B
AS: 30.12.2025 | ET: 16.02.2026

Schlafapnoe

Sexualität Männer

Gürtelrose

Hier finden Sie alle aktuell verfügbaren Themen

Crossmedia

Änderungen vorbehalten

Preise und Formate

Preisliste 2025 (Nr. 68, gültig ab 13. Februar 2025), Erscheinungsweise: 2 × im Monat

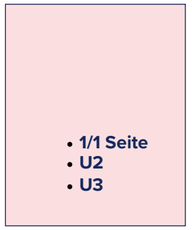
inkl. 5 % Kombi-Rabatt

Formate	Ausgabe A zum 1. des Monats	Ausgabe B zum 15. des Monats	Apotheken Umschau Kombi A+B ***
1/1 Seite	102.300 €	99.400 €	**191.600 €**
1/2 Seite	59.400 €	57.700 €	**111.200 €**
1/3 Seite	42.700 €	41.400 €	**79.900 €**
1/4 Seite	32.700 €	31.800 €	**61.300 €**
1/8 Seite *	16.800 €	16.400 €	**31.500 €**
U2, U3 **	82.000 €	91.100 €	**164.400 €**
U4 **	121.600 €	118.200 €	–

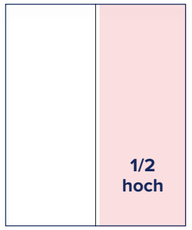
Weitere Formate, Sonderformate auf Anfrage. Alle Preise zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer. Die genannten Preise sind AE- und rabattfähig.

* Platzierung: ausschließlich im Rätselumfeld
** Nicht in der Gesamtauflage möglich. Belegbare Auflage auf Anfrage.
*** Kombi-Preise inkl. 5 % Kombi-Rabatt. Der Kombi-Rabatt schließt weitere Rabatte aus.

Für feste Platzierungswünsche werden 15 % Aufschlag berechnet.

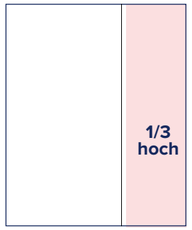


1/1 Seite, U2, U3 im Anschnitt
B 195 mm × H 240 mm

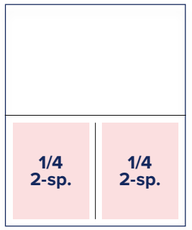


1/2 Seite hoch im Anschnitt
B 94 mm × H 240 mm

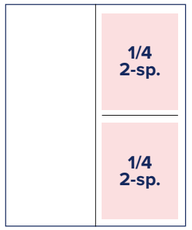
1/2 Seite quer im Anschnitt
B 195 mm × H 117 mm



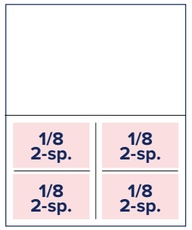
1/3 Seite hoch im Anschnitt
B 64 mm × H 240 mm



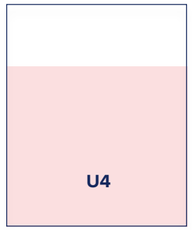
1/4 Seite 2-sp. im Satzspiegel
B 82 mm × H 104 mm



1/4 Seite 2-sp. im Satzspiegel
B 82 mm × H 104 mm



1/8 Seite 2-sp. im Satzspiegel*
B 82 mm × H 48 mm
*** Platzierung:**
ausschließlich im Rätselumfeld



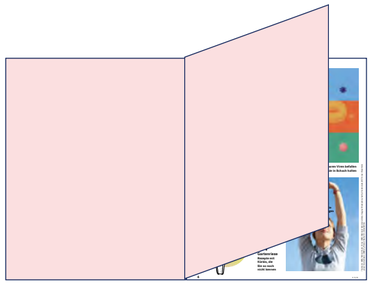
U4 im Anschnitt
B 195 mm × H 173 mm

Beschnittzugabe: je 6 mm. Bei Anschnittanzeigen müssen Text- und Bildmaterial mind. 8 mm vom Anschnittformat entfernt sein. Angaben in Millimetern (Breite × Höhe)

Sonderplatzierungen

Platzierung	Ausgabe A zum 1. des Monats	Ausgabe B zum 15. des Monats	Apotheken Umschau Kombi A+B*
Doppelseite vor dem Inhalt	225.000 €	218.800 €	421.600 €
1 x 1/1 Seite rechts im Inhalt (S. 5 oder 7) **	152.000 €	148.000 €	–
2 x 1/1 Seite rechts im Inhalt (S. 5 + 7) **	304.000 €	296.000 €	–
Kombi aus Editorial + Inhalt **	200.900 €	191.400 €	–

Alle Preise zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer. Die genannten Preise sind AE- und rabattfähig.
* Kombi-Preise inkl. 5 % Kombi-Rabatt.
** Besonderheiten zu Belegungsmöglichkeiten unbedingt vor Buchung erfragen.



Doppelseite vor dem Inhalt
B 390 mm × H 240 mm

1/1 Seite rechts im Inhalt
B 195 mm × H 240 mm

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

Kombi aus Editorial und Inhalt (jeweils im Anschnitt)
1/4 Seite hoch B 50 mm × H 240 mm
1/1 Seite im Inhalt: B 195 mm × H 240 mm

Beschnittzugabe: je 6 mm. Bei Anschnittanzeigen müssen Text- und Bildmaterial mindestens 8 mm vom Anschnittformat entfernt sein. Angaben in Millimetern (Breite × Höhe)

Sonderwerbeformen

Preisliste 2025 (Nr. 68, gültig ab 13. Februar 2025), Erscheinungsweise: 2 × im Monat

inkl. 5 % Kombi-Rabatt

	Formate*	Ausgabe A zum 1. des Monats	Ausgabe B zum 15. des Monats	Apotheken Umschau Kombi A+B**
1	2 x 1/3 Seite gegenüberliegend	102.300 €	99.400 €	**191.700 €**
2	2 x 1/4 Seite gegenüberliegend	78.500 €	76.400 €	**147.200 €**
3	L-Anzeige	110.600 €	107.400 €	**207.000 €**
4	Tunnelanzeige	51.150 €	49.700 €	**95.800 €**
5	Eckfeldanzeige	39.300 €	38.200 €	**73.600 €**
6	Flexformanzeige	59.400 €	57.700 €	**111.200 €**

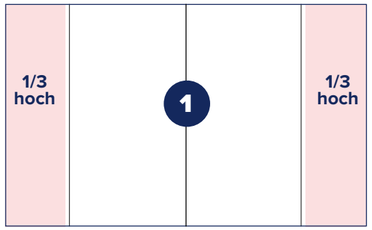
Weitere Formate, Sonderformate auf Anfrage. Alle Preise zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer.
Die genannten Preise sind AE- und rabattfähig.

* Belegung in der Gesamtauflage möglich.

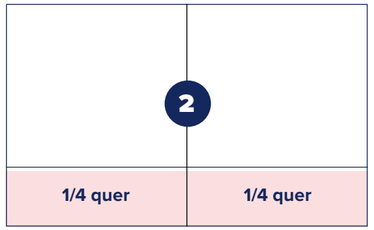
** Kombi-Preise inkl. 5 % Kombi-Rabatt. Der Kombi-Rabatt schließt weitere Rabatte aus.

Für feste Platzierungswünsche werden 15 % Aufschlag berechnet.

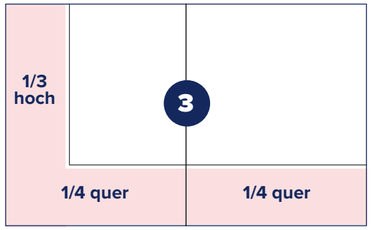
Alle Infos zu unseren SONDER-WERBEFORMEN finden Sie hier



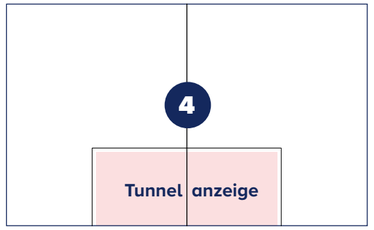
2 x 1/3 Seite gegenüberliegend
Format 1 x 1/3 S. hoch: B 65 mm × H 240 mm
Anschnittformat: B 71 mm × H 252 mm
Platzierung: auf einer Doppelseite
außenseitig gegenüberliegend



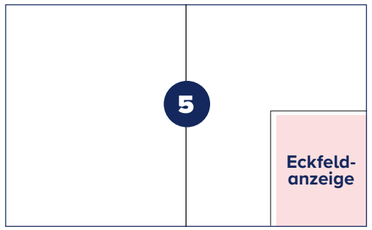
2 x 1/4 Seite gegenüberliegend
Format 1 x 1/4 S. quer: B 195 mm × H 60 mm
Anschnittformat: B 201 mm × H 66 mm
Platzierung: auf einer Doppelseite
unten gegenüberliegend



L-Anzeige
Format 1 x 1/3 S. hoch: B 65 mm × H 240 mm
Anschnittformat: B 71 mm × H 252 mm
Format 1 x 1/4 S. quer: B 195 mm × H 60 mm
Anschnittformat: B 201 mm × H 66 mm
Platzierung: linksseitig beginnend mit 1/3 S. hoch

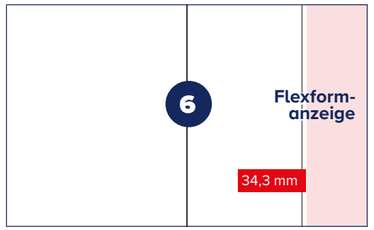


Tunnelanzeige
Format: B 195 mm × H 80 mm
Anschnittformat: B 195 mm × H 86 mm
Platzierung: auf einer Doppelseite unten



Eckfeldanzeige
Format: B 97,5 mm × H 120 mm
Anschnittformat: B 103,5 mm × H 126 mm
Platzierung: auf einer linken oder rechten Seite

Beschnittzugabe: je 6 mm. Bei Anschnittanzeigen müssen
Text- und Bildmaterial mindestens 8 mm vom Anschnittformat entfernt sein.
Angaben in Millimetern (Breite × Höhe)



Flexformanzeige (nur auf vorherige Anfrage)
Format Flexformanzeige: B 65 mm × H 240 mm
Anschnittformat: B 71 mm × H 252 mm
Platzierung: auf einer rechten Seite
Achtung: Die Form darf nicht mehr als **34,3 mm** ab dem inneren Anzeigenrand in die redaktionelle Fläche hineinragen (s. rotes Feld)

Beilagen, Beihefter und Beikleber

Beilagen: Spezifikationen und Preise	
Belegbare Auflagen	Neutralauflage* oder Neutralauflagen nach Nielsen
Formate (Angaben in mm, BxH)	mind. 105x148 mm, max. 175x220 mm
Beilagengewicht	mind. 5 g, max. 30 g
Belegung Neutralauflage	€ 91/‰**
Neutralauflage Süd (Nielsen 3b, 4)	€ 104/‰**
Neutralauflage West (Nielsen 2, 3a)	€ 104/‰**
Neutralauflage Nord / Ost (Nielsen 1, 5, 6, 7)	€ 104/‰**

Beihefter: Spezifikationen und Preise	
Platzierung	in der Heftmitte (Rückendrahtheftung, Fußanlage)
Format (Angaben in mm, BxH)	mind. 115x148 mm, max. 195x240 mm
4-seitiger Beihefter (je weitere 4 Seiten plus € 10/‰)	
Belegung Gesamt	€ 78/‰
Belegung Süd (Nielsen 3b, 4)	€ 86/‰
Belegung West (Nielsen 2, 3a)	€ 86/‰
Belegung Nord / Ost (Nielsen 1, 5, 6, 7)	€ 86/‰

Beikleber: Spezifikationen und Preise	
Platzierung	auf 1/1 Seite Trägeranzeige (linke Seite) in der hinteren Hefthälfte (Fußanlage)
Format (Angaben in mm, BxH)	min. 55x85 bzw. 85x55 mm für Postkarten / Prospekte: max. 120x150 mm für Warenproben: max. 80x100 mm
Gewicht	max. 25 g
Mindestauflage	Apotheken Umschau A oder B: je 0,10 Mio. Expl.
bis 10 g in der Gesamtauflage (Gebiete Süd, West und Nord / Ost)	€ 44/‰***
bis 10 g in der Teilauflage (Gebiete Süd, West oder Nord / Ost)	€ 56/‰***
Basis für Beikleber zzgl. zum ‰-Beikleberpreis	1/1 Seite Trägeranzeige

* Neutralauflage = Auflage ohne Apotheken-Individualisierung ** Preise bis 10 g, jede weitere 10 Gramm € 10/‰ *** jedes weitere Gramm €10/‰

Technische Daten

Druckverfahren	Magazine
Rotations-Tiefdruck (Inhalt) Bogen-Offsetdruck (Umschlag)	Senioren Ratgeber Diabetes Ratgeber
Rollenoffsetdruck (Inhalt) Bogen-Offsetdruck (Umschlag)	Apotheken Umschau Apotheken Umschau ELTERN PTA Woman HausArzt-PatientenMagazin
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

Für das neue Leben: Von Schwangerschaft bis Vorschulzeit

Eltern brauchen Sicherheit und Verlässlichkeit, wenn es um die Gesundheit ihrer Kinder geht. Sie wünschen sich aber auch Inspiration, nutzwertige Tipps für ihren Alltag und persönliche Geschichten. All das ist „Eltern“, das Magazin aus der Apotheke. Mit fundiertem Rat von ausgewiesenen Expertinnen und Experten, genauso aber in Geschichten von anderen Müttern und Vätern, die herausfordernde Situationen bereits erfolgreich gemeistert haben.

„Eltern“ ist die etablierte Magazinmarke, die Vertrauen genießt und widerspiegelt, wie sich Elternsein über Jahrzehnte verändert hat: vielfältig, nachhaltig, neugierig, fundiert. Werte, für die auch der Wort & Bild Verlag mit dem Magazin „Baby & Familie“ seit Jahrzehnten steht. Im Herbst 2023 wurde „Baby & Familie“ unter der Marke „Eltern“ neu aufgestellt. Es wird von der größten Gesundheitsredaktion Deutschlands gemacht und erscheint in der Apotheke. Dort, wo Familien Rat finden, wenn sie ihn brauchen. Eins ist schon mal versprochen: Es wird nie langweilig. Nicht in der Familie, nicht in „Eltern“.

Wir wollen dazu beitragen, dass es Familien gut geht und dass Eltern ihren Kindern das Wichtigste überhaupt schenken können: Liebe, Gesundheit und eine lebenswerte Zukunft. Von der Schwangerschaft über die Geburt und das Stillen bis zur Eingewöhnung in der Kita und der Einschulung. Fundierte und aufwendig recherchierte Ratgeber erklären laienverständlich, wie Kinder gesund werden und gesund bleiben. Persönliche, spannende Geschichten spiegeln mit starken Bildern, was Elternsein heute bedeutet. Seiten zum Basteln und Vorlesen bringen gemeinsamen Spaß. Kochrezepte und viel Do it yourself passen in jedes Familienleben. Namhafte Kolumnistinnen fesseln jeden Monat neu, mal meinungsstark, mal humorvoll. Eben genauso abwechslungsreich wie das Familienleben selbst.

Seitenblicke

Kita-Krankheiten

TEXT — KATHRIN SCHWARZE-REITER
ILLUSTRATION — PATRICK WIDMER

Angesteckt! Und jetzt?

Im Winter jagt ein Infekt den anderen. Typische Kinderkrankheiten, was dagegen hilft und wann der Nachwuchs wieder in die Kita darf

Das erste selbst gemalte Bild, das Foto von der Weihnachtsfeier: Es gibt schöne Sachen, die Kita-Kinder mit nach Hause bringen. Und weniger erfreuliche: Viren, Bakterien und Parasiten zum Beispiel. Jetzt, wo die Tage ungemütlicher werden und Kinder mehr Zeit in geschlossenen Räumen verbringen, haben viele Krankheiten Hochsaison. Ganz verhindern lassen sich Infektionen nicht, zumindest wenn es keine Impfung gibt; Kleinkinder nehmen gerne alles in den Mund, Abstand halten sie sowieso nicht. Damit ihr wisst, was euch erwartet und wie eure Kleinen gut durch die nächste Krankheitswelle kommen, haben wir mit Kinderarzt Dr. Stephan Hiedl die gängigsten Kita-Krankheiten beleuchtet. Bei Fragen zur Therapie helfen Kinderärztin oder -arzt und natürlich die Apotheke vor Ort weiter. ›

BORKENFLECHTE

Borkenflechte, auch als *Impetigo contagiosa* bekannt, ist eine gelblichrötliche Hauterkrankung, die bei Kindern häufig auftritt. Sie wird durch Bakterien verursacht, die infizierten Hautstellen jucken stark. Antibiotische Salben helfen, beim Auftragen Spatel oder Handschuhe verwenden! Um sich zu schützen, ist es wichtig, Hautkontakt zu vermeiden, Handtücher nicht zu teilen und regelmäßig die Hände zu waschen. Die Krankheit ist hochansteckend, Kinder sollten erst wieder in die Kita, wenn sie nicht mehr infektiös sind – also etwa 24 Stunden nach Beginn einer Therapie mit Antibiotika.

Schnullerfee im Anflug

Wie sagt ihr den Schnuller, liebgewordene? Eltern erzählen.

Her mit den Moneten!

Geld anlegen für die eigenen Kinder ist gar nicht so schwer. Wir stellen verschiedene Wege vor und zeigen, wie man mehr herausholt

Jetzt wird's grün

Mit Erbsen-Pesto, Gurkensuppe und Spinat-Couscous bringt ihr den Frühling auf den Teller – mmh, lecker!

VITAMIN D

Guten Abend, gute Nacht

ALLE GESUND?

O-TON

„Ich kann mich gar nicht in Mamis Bauch. Du, Lotta?"

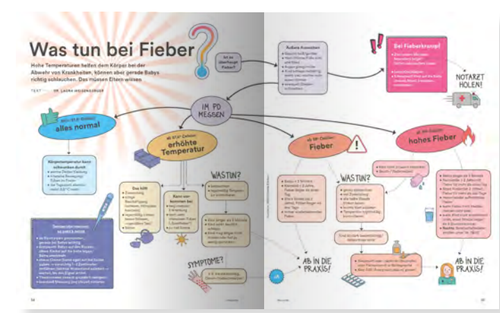
EINA MIT

2 Monaten

Fangen Babys an, bewusst zu lächeln. Damit reagieren sie zum Beispiel auf Mamas freundliches Gesicht oder Papas Stimme – und stellen so eine Bindung her.

MAMA HAT'S IM KREUZ

MAMAS TRAININGSPLAN



Was tun bei Fieber

Hohe Temperaturen helfen dem Körper bei der Abwehr von Krankheiten, können aber gerade Babys richtig zusetzen. Das müssen Eltern wissen

Media Facts

Monatlich verkaufte Auflage:

447.617 Exemplare

IVW 4/2024

Reichweite Apotheken Umschau ELTERN:

1,62 Mio. Leserinnen und Leser pro Monat

AWA 2024, deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahre

Auslegestelle:

Erhältlich in Apotheken

Erscheinungsweise:

12 Ausgaben pro Jahr

TAP Apotheken Umschau ELTERN:

€ 88,02

1/1 Seite 4c netto, Preise 2025, IVW 4/2024

Leser-Strukturdaten

Leserschaftsstruktur (laut AWA 2024) nach relevanten Kriterien	AWA Gesamt Ant. %	Apotheken Umschau ELTERN Ant. %	Apotheken Umschau ELTERN Index
Geschlecht			
Männer	49,2	24,9	51
Frauen	50,8	75,1	**148**
Altersgruppen			
14 – 19 Jahre	6,6	0,4	5
20 – 29 Jahre	13,0	13,5	**103**
30 – 39 Jahre	15,2	36,2	**238**
40 – 49 Jahre	14,0	23,0	**164**
50 Jahre und älter	51,2	27,0	53
Haushaltsgröße			
1 oder 2 Personen	61,2	26,1	43
3 Personen	16,4	30,0	**184**
4 Personen	15,8	27,7	**175**
5 Personen und mehr	6,6	16,1	**243**
Eigene Kinder im Haushalt			
unter 1 Jahr	1,5	16,3	**1.050**
1 bis unter 3 Jahre	3,6	23,4	**642**
3 bis unter 6 Jahre	5,6	22,5	**399**
6 bis unter 10 Jahre	7,0	22,7	**325**
Kind(er) unter 6 Jahre gesamt	8,7	49,0	**564**
Kind(er) unter 14 Jahre gesamt	17,6	65,4	**371**

Leser-Strukturdaten

Leserschaftsstruktur (laut AWA 2024) nach relevanten Kriterien	AWA Gesamt Ant. %	Apotheken Umschau ELTERN Ant. %	Apotheken Umschau ELTERN Index
Persönliche Veränderungen in den nächsten 12 Monaten			
Ich werde heiraten	2,0	5,2	252
Ich/wir erwarte(n) ein Kind	1,9	10,3	530
Informationsinteresse: Interessiert mich besonders			
Berufliche Weiterbildung	19,7	25,8	131
Natur- und Umweltschutz	24,7	29,8	121
Diät, z. B. Diätvorschläge, Diätprodukte	5,3	9,7	182
Medizinische Fragen	25,8	33,3	129
Gastlichkeit zu Hause, Gästebewirtung	24,6	34,5	140
Gartenpflege, Gartengestaltung	21,8	25,5	117
Modernes Design	6,6	8,2	125
Wohnen und Einrichten	26,2	42,0	160
Haarpflege, Frisuren	19,9	28,2	142
Kosmetik, Make-up	13,4	22,0	165

Potenzial: 70,48 Mio. – Apotheken Umschau ELTERN 1,62 Mio. Leser = 2,3 % Reichweite

Themenauswahl 2025

JANUAR 2025

AS: 12.11.2024 | ET: 02.01.2025

Läuse

Fieber

Gesunde Öle / Fette

FEBRUAR 2025

AS: 11.12.2024 | ET: 01.02.2025

Impfungen

Durchfall

Versicherungen

MÄRZ 2025

AS: 16.01.2025 | ET: 01.03.2025

Allergien

Familienauto

Entschleunigung

APRIL 2025

AS: 13.02.2025 | ET: 01.04.2025

Hautpflege

Caravaning / Camping

Müdigkeit

MAI 2025

AS: 14.03.2025 | ET: 02.05.2025

Nachhaltigkeit

Stillen

Abnehmen nach Geburt

JUNI 2025

AS: 11.04.2025 | ET: 02.06.2025

Nahrungsergänzung

Reiseapotheke

Genug trinken

Hier finden Sie alle aktuell verfügbaren Themen

Crossmedia

Änderungen vorbehalten

Themenauswahl 2025

JULI 2025

AS: 13.05.2025 | ET: 01.07.2025

Kinderzähne

Sonnenschutz

Insektenstiche

AUGUST 2025

AS: 17.06.2025 | ET: 01.08.2025

Beikost

Schwangerschaftsstreifen

Ausstattung

SEPTEMBER 2025

AS: 16.07.2025 | ET: 01.09.2025

Windeldermatitis

Nabelschnurblut

Erkältung

OKTOBER 2025

AS: 18.08.2025 | ET: 01.10.2025

Läuse

Immunsystem

Versicherungen

NOVEMBER 2025

AS: 16.09.2025 | ET: 03.11.2025

Winterurlaub

Die ersten Schuhe

Vegane Ernährung

DEZEMBER 2025

AS: 15.10.2025 | ET: 01.12.2025

Ausstattung

Neurodermitis

Blähungen

Themenauswahl 2026

JANUAR 2026

AS: 12.11.2025 | ET: 02.01.2026

Magen-Darm-Infekt

Abnehmen / Fitness mit Kind

Zahnungsschmerzen

FEBRUAR 2026

AS: 10.12.2025 | ET: 02.02.2026

Unverträglichkeiten

Impfungen

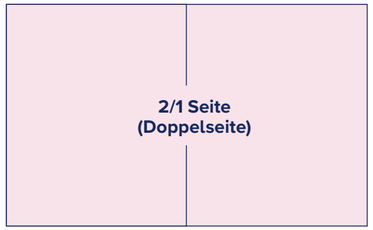
Fieber

Hier finden Sie alle aktuell verfügbaren Themen

Änderungen vorbehalten

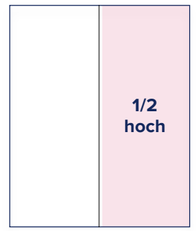
Alle Daten und Informationen zu den Digital-Angeboten des Wort & Bild Verlags finden Sie unter **www.wub-media.de/digital**

Formate



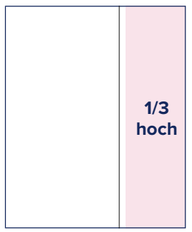
2/1 Seite im Anschnitt
B 390 mm × H 240 mm

1/1 S., U2, U3 im Anschnitt
B 195 mm × H 240 mm

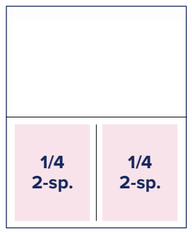


1/2 Seite hoch im Anschnitt
B 94 mm × H 240 mm

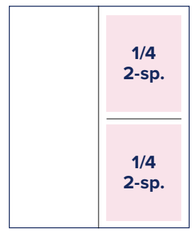
1/2 Seite quer im Anschnitt
B 195 mm × H 117 mm



1/3 Seite hoch im Anschnitt
B 64 mm × H 240 mm



1/4 Seite 2-sp. im Satzspiegel
B 82 mm × H 104 mm



1/4 Seite 2-sp. im Satzspiegel
B 82 mm × H 104 mm

2/3 Seite hoch im Anschnitt
B 123 mm × H 240 mm

* B 195 mm x H 173 mm
Beschnittzugabe: je 6 mm. Bei Anschnittanzeigen müssen Text- und Bildmaterial mind. 8 mm vom Anschnittformat entfernt sein. Angaben in Millimetern (Breite × Höhe)

Preise

Preisliste 2025 (Nr. 55, gültig ab 13. Februar 2025), Erscheinungsweise: monatlich

Formate	Apotheken Umschau ELTERN
1/1 Seite	39.400 €
1/2 Seite	23.200 €
1/3 Seite	16.600 €
1/4 Seite	12.700 €
2/1 Seite	78.700 €
2/3 Seite	26.300 €
U2, U3*	44.100 €
U4	46.100 €

Weitere Formate, Sonderformate auf Anfrage.
Alle Preise zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer.
Die genannten Preise sind AE- und rabattfähig.
* Nicht in der Gesamtauflage möglich. Belegbare Auflage auf Anfrage.

Für feste Platzierungswünsche werden 15 % Aufschlag berechnet.

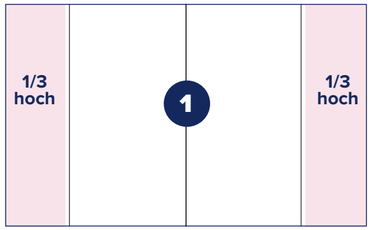
Sonderwerbeformen

Preisliste 2025 (Nr. 55, gültig ab 13. Februar 2025), Erscheinungsweise: monatlich

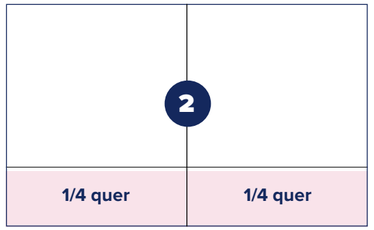
	Formate*	Apotheken Umschau ELTERN
1	2 x 1/3 Seite gegenüberliegend	39.900 €
2	2 x 1/4 Seite gegenüberliegend	30.500 €
3	L-Anzeige	43.200 €
4	Tunnelanzeige	20.000 €
5	Eckfeldanzeige	15.300 €
6	Flexformanzeige	23.200 €

Weitere Formate, Sonderformate auf Anfrage. Alle Preise zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer.
Die genannten Preise sind AE- und rabattfähig.
* Belegung in der Gesamtauflage möglich.
Für feste Platzierungswünsche werden 15 % Aufschlag berechnet.

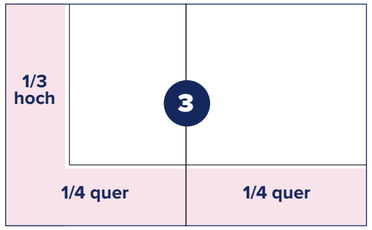
Alle Infos zu unseren SONDER-WERBEFORMEN finden Sie hier



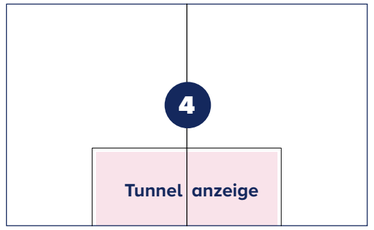
2 x 1/3 Seite gegenüberliegend
Format 1 x 1/3 S. hoch: B 65 mm × H 240 mm
Anschnittformat: B 71 mm × H 252 mm
Platzierung: auf einer Doppelseite
außenseitig gegenüberliegend



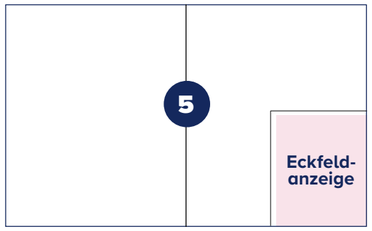
2 x 1/4 Seite gegenüberliegend
Format 1 x 1/4 S. quer: B 195 mm × H 60 mm
Anschnittformat: B 201 mm × H 66 mm
Platzierung: auf einer Doppelseite
unten gegenüberliegend



L-Anzeige
Format 1 x 1/3 S. hoch: B 65 mm × H 240 mm
Anschnittformat: B 71 mm × H 252 mm
Format 1 x 1/4 S. quer: B 195 mm × H 60 mm
Anschnittformat: B 201 mm × H 66 mm
Platzierung: linksseitig beginnend mit 1/3 S. hoch

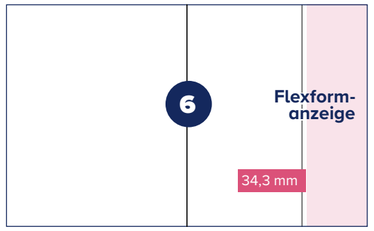


Tunnelanzeige
Format: B 195 mm × H 80 mm
Anschnittformat: B 195 mm × H 86 mm
Platzierung: auf einer Doppelseite unten



Eckfeldanzeige
Format: B 97,5 mm × H 120 mm
Anschnittformat: B 103,5 mm × H 126 mm
Platzierung: auf einer linken oder rechten Seite

Beschnittzugabe: je 6 mm. Bei Anschnittanzeigen müssen
Text- und Bildmaterial mindestens 8 mm vom Anschnittformat entfernt sein.
Angaben in Millimetern (Breite × Höhe)



Flexformanzeige (nur auf vorherige Anfrage)
Format Flexformanzeige: B 65 mm × H 240 mm
Anschnittformat: B 71 mm × H 252 mm
Platzierung: auf einer rechten Seite
Achtung: Die Form darf nicht mehr als **34,3 mm** ab dem inneren Anzeigenrand in die redaktionelle Fläche hineinragen (s. rotes Feld)

Beilagen, Beihefter und Beikleber

Beilagen: Spezifikationen und Preise	
Belegbare Auflagen	**Max.-Auflage:** Neutralauflage gesamt oder Neutralauflagen nach Nielsen, **Mind.-Auflage:** 0,10 Mio. Expl.
Formate (Angaben in mm, BxH)	mind. 105 x 148 mm, max. 175 x 220 mm
Beilagengewicht	Minimalgewicht 5 g, Maximalgewicht auf Anfrage
Belegung Neutralauflage	€ 91 / ‰*
Neutralauflage Süd (Nielsen 3b, 4)	€ 104 / ‰*
Neutralauflage West (Nielsen 2, 3a)	€ 104 / ‰*
Neutralauflage Nord / Ost (Nielsen 1, 5, 6, 7)	€ 104 / ‰*

Beihefter: Spezifikationen und Preise	
Platzierung	in der Heftmitte (Rückendrahtheftung, Fußanlage)
Format (Angaben in mm, BxH)	mind. 115 x 148 mm, max. 195 x 240 mm
4-seitiger Beihefter (je weitere 4 Seiten plus € 10 / ‰)	
Belegbare Auflagen**, **Mindest-Auflage:** 0,10 Mio. Expl., **max. belegbare Auflage:** ca. 0,46 Mio. Expl.	€ 78 / ‰
Belegung Süd (Nielsen 3b, 4)	€ 97 / ‰
Belegung West (Nielsen 2, 3a)	€ 97 / ‰
Belegung Nord / Ost (Nielsen 1, 5, 6, 7)	€ 97 / ‰

Beikleber: Spezifikationen und Preise	
Platzierung	auf 1/1 Seite Trägeranzeige (linke Seite) in der hinteren Hefthälfte (Fußanlage)
Format (Angaben in mm, BxH)	min. 55 x 85 bzw. 85 x 55 mm für Postkarten / Prospekte: max. 120 x 150 mm für Warenproben: max. 80 x 100 mm
Gewicht Beikleber	max. 25 g
Mindestauflage	0,10 Mio. Expl.
bis 10 g in der Gesamtauflage (Gebiete Süd, West und Nord / Ost)	€ 44 / ‰***
bis 10 g in der Teilauflage (Gebiete Süd, West oder Nord / Ost)	€ 56 / ‰***
Basis für Beikleber zzgl. zum ‰-Beikleberpreis	1/1 Seite Trägeranzeige

* Preise bis 10 g, jede weitere 10 Gramm € 10 / ‰ ** Im Heftformat. Bei kleineren Formaten ist nur die Neutralauflage belegbar, die Teilgebiete Süd, West, Nord / Ost können nur komplett belegt werden. *** jedes weitere Gramm € 10 / ‰

Technische Daten

Druckverfahren		Magazine
Rotations-Tiefdruck Bogen-Offsetdruck	(Inhalt) (Umschlag)	Senioren Ratgeber Diabetes Ratgeber
Rollenoffsetdruck Bogen-Offsetdruck	(Inhalt) (Umschlag)	Apotheken Umschau Apotheken Umschau ELTERN PTA Woman HausArzt-PatientenMagazin
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

Gut leben trotz Diabetes

„Sie haben Diabetes“: Dieser Satz des Arztes krempelt 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.

Mehr als acht Millionen Menschen in Deutschland haben Diabetes, die weitaus meisten davon Diabetes Typ 2. Knapp 2,5 Millionen Menschen lesen den Diabetes Ratgeber – Monat für Monat.[1] 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.

1 AWA 2024, deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahre

Seitenblicke

TITELTHEMA

Das passt zu mir!

Typ-2-Diabetes lässt sich mit verschiedenen Mitteln behandeln. So finden Sie gemeinsam mit Ärztin oder Arzt die richtige Therapie

Text: Daniela Pichleritsch

Für lange Zeit gaben bei der Behandlung des Typ-2-Diabetes wenige Medikamente den Ton an. Reichte die Basistherapie, also etwa blutzuckerfreundliche Ernährung und Bewegung, nicht aus, um erhöhte Zuckerwerte zu senken, verordneten Arzt oder Ärztin meist Metformin oder ein Sulfonylharnstoff-Präparat. Und danach kam schnell Insulin ins Spiel. Heute konkurrieren mehr als ein Dutzend Diabetes-Arzneien aus mehreren Wirkstoffgruppen miteinander. Das bietet mehr Möglichkeiten für eine maßgeschneiderte Therapie. Um herauszufinden, welche am besten zu den individuellen Bedürfnissen passt, empfehlen ▸

Foto: Getty Images/Deepak Sethi; Illustrationen: Wildfilm/Rebecka Gunther

6 Diabetes Ratgeber 05/2024

05/2024 Diabetes Ratgeber 7

MEIN ALLTAG

Allein zu Hause? Aber sicher!

Wer alleine wohnt und Diabetes hat, muss sich für Notfälle rüsten. Tipps für den Singlehaushalt

Text: Alexandra von Knoblitsch

Die Technik für einen arbeiten lassen

Zuckerziele anpassen

SOS-Vorkehrungen treffen

38 Diabetes Ratgeber 04/2024

04/2024 Diabetes Ratgeber 39

MEINE GESUNDHEIT

Mit Diabetes auf Reisen

Die Urlaubssaison steht an: Damit der Zucker unterwegs nicht die Hauptrolle spielt, sollten Sie sich gut vorbereiten.

Text: Isabella Falzari

Vor der Reise checken/besorgen

Das sollte ins Handgepäck

Am Urlaubsort

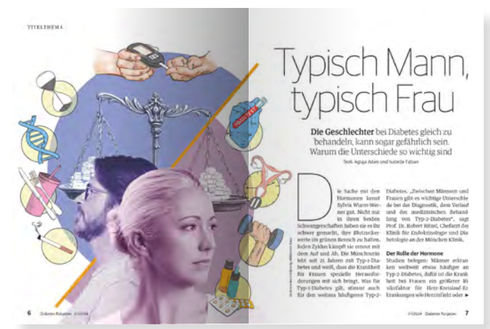
Hauptgepäck

Unterwegs

Tipp:

30 Diabetes Ratgeber 05/2024

05/2024 Diabetes Ratgeber 31



TITELTHEMA

Typisch Mann, typisch Frau

Die Geschlechter bei Diabetes gleich zu behandeln, kann sogar gefährlich sein. Warum die Unterschiede so wichtig sind

Text: Angela Adam und Isabella Falzari

Die Sache mit den Hormonen kennt Sylvia Wurm-Wiesner gut. Nicht nur in ihren beiden Schwangerschaften haben sie ihr schwer gemacht, ihre Blutzuckerwerte ein grünen Bereich zu halten. Jeden Zyklus kämpft sie erneut mit dem auf und ab. Die Mitschwester lebt seit 21 Jahren mit Typ-1-Diabetes und weiß, dass die Krankheit für Frauen speziell herausfordernd ist. Sie ist Mutter von Typ-1-Diabetes gibt, stimmt auch für den weiteren häufigeren Typ-2-Diabetes. „Zwischen Männern und Frauen gibt es wichtige Unterschiede bei der Diagnostik, dem Verlauf und der medikamentösen Behandlung von Typ-2-Diabetes", sagt Prof. Dr. Robert Wagner, Chefarzt der Klinik für Endokrinologie und Diabetologie an der Münchner Klinik.

Der Rolle der Hormone

6 Diabetes Ratgeber 01/2024

01/2024 Diabetes Ratgeber 7

MEIN SCHÖNES LEBEN

Die schlanke Woche

Abnehmen nach Plan: mit einfachen Gerichten, die schnell zubereitet sind

Text: Anja Ehrl

Für 1 Person

1500 kcal

Essen mit Genuss

1. Tag

Morgens: Frühstücken

Stachelbeer-Zimt-Müsli

Zutaten: 100 g Naturjoghurt (1,5% Fett), 75 g Skyr (natur, Magerstufe), 2 EL Hafergetreide, etwas Vanilleextrakt, 1 Prise Zimt, 50 g zarte Vollkorn-Haferflocken, 1 TL geschnittene Leinsamen, 150 g Stachelbeeren, 1 TL gehackte Haselnüsse (Fettfrei-mit Zimt gewürzt)

Zubereitung: Joghurt, Skyr, Salt, Vanille und Zimt verrühren. Flocken, Leinsamen und Beeren unterrühren. Müsli mit Nüssen bestreuen.

Pro Portion 1: 27 g | 7: 12 g | 8: 52 g
= 440 kcal | = 4 BE/0 KE

Mittags: Zum Lunch

Auberginen-Tomaten-Pasta mit Salat

Zutaten: 75 g Vollkorn-Spaghetti, Salz, 100 g Aubergine in 1 cm grobkan Würfeln, 1 EL Olivenöl, 1 kleine gehackte Zwiebel, ½ gehackte Knoblauchzehe, 100 g reife Roma- oder Fleischtomaten in Würfeln, 1 Zweig Rosmarin, Pfeffer (Mittel), ca.

75 ml Instant-Gemüsebrühe, 1 TL roter Balsamico-Essig, 1 TL Pinienkerne, 25 g Parmesanspäne, Basilikum

Salat: 30 g Blattsalat (z. B. Pflücksalat, Feldsalat), 20 g Radicchio, 50 g Salatgurke in halbierten Scheiben, 1 Frühlingszwiebel in Ringen, weiße Balsamico-Essig, Salz, Pfeffer (Mittel), 1 TL Olivenöl

Zubereitung: Nudeln bissfest kochen. Aubergine in beschichteter Pfanne in Öl bellbraun anbraten, Zwiebel und Knoblauch kurz mitbraten. Tomaten und gehackte Rosmarinnadeln unterrühren, leicht salzen und pfeffern. Mit Brühe und Balsamico ablöschen. Alles zugedeckt etwa 8 Minuten köcheln lassen, dabei umrühren. Nudeln abgießen, mit der Soße mischen, abschmecken. Mit Kernen, Käse und Basilikum garnieren. Mit Salat servieren.

Pro Portion 1: 23 g | 7: 23 g | 8: 55 g
= 440 kcal | = 3,8 BE/4,5 KE ▸

Die Einkaufsliste für alle Rezepte finden Sie unter: **e-u.de/787576**

MEIN SCHÖNES LEBEN 59

MEIN SCHÖNES LEBEN

Lass uns reden, Schatz! Über eigene sexuelle Bedürfnisse zu sprechen fällt vielen schwer. Dabei kann man als Paar nur gewinnen. So kommen Sie miteinander ins Gespräch

Text: Isabella Falzari

Meine Wünsche, deine Wünsche

Zwischen Ihnen und Ihrem Partner knistert es noch wie in den ersten Tagen Ihrer Liebe? Gemeinsam erleben Sie erotische Höhen-Rüge? Wunderbar. Vermutlich gehören Sie dann zu denjenigen, die über ihre Lust sprechen und Wünsche miteinander teilen. In vielen Schlafzimmern herrscht jedoch eher Schweigen, sagt Patricia Marmet, Psychologische Psychotherapeutin mit eigener Praxis für Psycho- und Sexualtherapie in Ludwigshafen. Missverständnisse sind dann vorprogrammiert. Ein sensibles Thema. Umso mehr, wenn wegen einer Diabeteserkrankung manche Dinge im Bett nicht reibungslos funktionieren.

Teufelskreis des Versagens

Etwa weil die Erregbarkeit und Sensibilität diabetesbedingt gestört sind. Leiden Männer zum Beispiel an Erektionsstörungen, kann dies zu Versagensängsten führen. Die machen die ohnehin schwierige Situation noch schwieriger, meint Marmet. „Männer fühlen sich dann häufig als schlechte Liebhaber und sind demzufolge mit ihrer Aufmerksamkeit bei der Erektion ihres Penis und nicht bei sinnlich-erotischen Eindrücken." Daraus folgen Gedanken wie „Es wird bestimmt wieder nicht klappen". Die Expertin erklärt, was dann passiert: „Durch Angst und Anspannung wird der Teil des autonomen Nervensystems aktiviert, den man Sympathikus nennt. Der Körper bereitet sich auf Flucht oder Kampf vor. Folglich lässt die Erektion nach oder bleibt ganz aus." Wenn Mann sich dann zurückzieht, fühlt Frau sich nicht mehr attraktiv und geliebt. Entsprechend wichtig ist das gemeinsame Gespräch über Sexualität. „Wenn Paare darüber sprechen werden und vor allem genug Informationen haben, was da im Körper konkret passiert, dann können sie auch, sie müssen es nicht persönlich nehmen." Sinnvoll ist eventuell auch, mit dem Arzt oder der Ärztin zu reden, um krankheitsbedingte Ursachen gegebenenfalls zu beheben (siehe Seite 55).

Probleme im Bett benennen

Für Frauen wiederum kann Geschlechtsverkehr schmerzhaft oder unangenehm sein, etwa wenn die Schede hormonell bedingt nicht ausreichend feucht wird. Oder auch als Folge eines schlecht eingestellten Blutzuckers. Hohe Spiegel führen zu Flüssigkeitsverlust, trocknen die Haut und somit der ▸

52 Diabetes Ratgeber 03/2024

03/2024 Diabetes Ratgeber 53

MEIN ALLTAG

So arbeitet ein System zur automatischen Insulinzufuhr

1. Ein Glukosesensor misst ständig den Zuckergehalt im Unterhautfettgewebe. Das Werte werden, je nach Sensor, jede Minute oder alle fünf Minuten an eine Insulinpumpe oder ein Steuergerät gesendet, etwa dies Smartphone.

2. Ein Rechenprogramm (Algorithmus) in der Pumpe, in einem speziellen Steuergerät oder im Smartphone ermittelt anhand der Glukosewerte, wie viel Insulin die Pumpe abgeben soll, um Unter- und Überzucker zu vermeiden. Die Insulinabgabe wird alle paar Minuten angepasst.

3. Die Pumpe gibt das Insulin über eine Teflon- oder Stahlkanüle in den Körper ab.

Das müssen Sie selbst tun:

Vor dem Essen die Kohlenhydratmenge angeben oder, je nach System, die Größe der kohlenhydrathaltigen Mahlzeit (klein, mittel, groß) wählen. Das kann die Pumpe rechtzeitig die passende Insulinmenge abgeben, um einen zu starken Zuckeranstieg zu verhindern.

Bewegung frühzeitig ankündigen (ab wann, wie lange, wie intensiv). Oder der Glukose-Zielwert vorüber gehend heraufsetzen. Dann gibt die Pumpe weniger Bed'ang weniger Insulin ab, um Unterzucker vorzubeugen. Auch in anderen Situationen, etwa bei Krankheit, sind Eingriffen nötig, damit der Zucker im Lot bleibt.

Blutzucker messen bei Verdacht, dass etwas nicht stimmt. Etwa bei Unterzuckerzuckerspiegeln, obwohl der Glukosesensor vorhalte Werte-Lieferl.

AID-Systeme passen automatisch die Insulinabgabe einer Pumpe an den Bedarf an. Praktisch, aber nicht ohne Hürden

Text: Daniela Pichleritsch

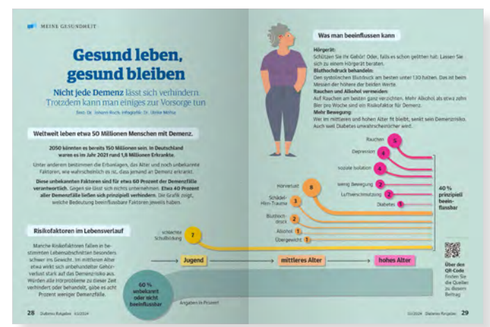
Technik mit Köpfchen

Wer profitiert?

Vor allem Menschen mit Typ-1-Diabetes, deren Zuckerstark schwankt. Studien zu folge erhöhen AID-Systeme die Zeit, in der die Werte im Zielbereich zwischen 70 und 180 mg/dl (3,9 bis 10 mmol/l) liegen, im Schnitt um rund zehn Prozentpunkte. Das bedeutet jeden Tag 2,5 Stunden weniger Zeit in Über- und Unterzuckerung. „Vor allem nachts gleitet sich die Zuckerkurven", sagt der Diabetologe Dr. Bernhard Gehr von der mit Fachklinik Bad Heilbrunn. Je kürzer die Zeit im Zielbereich mit der vorigen Therapie war, umso mehr lässt sich durch eines Wechsel gewinnen. Nutzerinnen und Nutzer sowie Angehörige berichten, dass mit AID-System die Lebensqualität stieg, etwa weil sie besser schlafen können und beim Therapiemanagement entlastet werden. ▸

38 Diabetes Ratgeber 03/2024

03/2024 Diabetes Ratgeber 39



MEINE GESUNDHEIT

Gesund leben, gesund bleiben

Nicht jede Demenz lässt sich verhindern. Trotzdem kann man einiges zur Vorsorge tun

Text: Dr. Johann Roch, Infografik: Dr. Ulrike Möhle

Weltweit leben etwa 50 Millionen Menschen mit Demenz.

2050 könnten es bereits 150 Millionen sein. In Deutschland wurde es in Jahr 2021 rund 1,8 Millionen Erkrankte.

Unter anderem bestimmen die Erbanlagen, das Alter und noch unbekannte Faktoren, wie wahrscheinlich es ist, dass jemand an Demenz erkrankt.

Diese unbekannten Faktoren sind für etwa 60 Prozent der Demenzfälle verantwortlich. Gegen sie lässt sich nichts unternehmen. **Etwa 40 Prozent aller Demenzfälle ließen sich prinzipiell verhindern.** Die Grafik zeigt, welche Bedeutung beeinflussbare Faktoren jeweils haben.

Risikofaktoren im Lebensverlauf

Manche Risikofaktoren fallen je bestimmten Lebensabschnitten besonders schwer ins Gewicht. Im mittleren Alter etwa wirkt sich anbehandelter Bluthochdruck stark auf das Demenzrisiko aus. Wird der alle Intervalle zu dieser Zeit verhindert oder behandelt, spiel es acht Prozent weniger Demenzfälle.

Jugend

mittleres Alter

hohes Alter

60 % wahrscheinlich oder nicht beeinflussbar

Angaben in Prozent

Was man beeinflussen kann

Hörgerät:

Bluthochdruck behandeln:

Rauchen und Alkohol vermeiden:

Mehr Bewegung:

Die bedeutsamsten Risikofaktoren für Demenz:

Rauchen 5
Depression 5
soziale Isolation 4
wenig Bewegung 2
Luftverschmutzung 2
Diabetes 1
Hörverlust 8
Schädel-Hirn-Trauma 3
Bluthochdruck 2
Alkohol 1
Übergewicht 1

40 % prinzipiell beeinflussbar

Über den QR-Code finden Sie die Quellen zu diesem Beitrag

28 Diabetes Ratgeber 01/2024

01/2024 Diabetes Ratgeber 29

MEINE GESUNDHEIT

Die ersten Male messen

Wie Einsteiger ein passendes Gerät finden und was für ein korrektes Ergebnis wichtig ist

Text: Daniela Pichleritsch, Beratung: Diabetologe Dr. Helmut Pfälin, München, Diabetesberaterin Juliane Steffen, Diabetes Zentrum Mergentheim

Wie oft sollte ich meine Zuckerwerte selbst kontrollieren?

Das hängt vor allem von Ihrer Therapie ab. Wenn Sie Typ-2-Diabetes haben und kein Insulin spritzen, zahlt die Kasse nur in Ausnahmefällen Teststreifen, etwa bei akuten Erkrankungen. Um zu erkennen, ob die Therapie verbessert werden muss, ist neben der **Kontrolle beim Arzt** ab und an ein Tagesprofil sinnvoll. Dabei messen Sie an einem Tag zu unterschiedlichen, ärztlich abgesprochenen Zeiten den Blutzucker. Bei Typ-2-Diabetes und **fixer Insulindosis** empfehlen Fachleute regelmäßige Tagesprofile, anfangs tägliche Messungen. Menschen mit Typ-1- oder Typ-2-Diabetes, die ihre **Insulindosis selbst anpassen,** sollten vor Hauptmahlzeiten und Zubettgehen messen, zudem etwa bei Unterzucker-Verdacht, vor dem Autofahren oder Sport.

Datum, Uhrzeit | BZ-Wert | Medikament | Mahlzeit | Notizen

Welche Messmethoden gibt es?

Der Klassiker ist die **Messung per Fingerpiks.** Dabei gewinnen Sie mit einer Stechhilfe einen winzigen Tropfen Blut an der Fingerkuppe. Das Blut kann Sie auf einem Teststreifen auf einen angelegten Teststreifen auf. Binnen Sekunden wird das Ergebnis angezeigt. Eine Alternative ist **die kontinuierliche Zuckermessung (CGM).** Ein Sensor unter der Haut misst den Zucker im Unterhaufettgewebe und funkt die Werte an ein Empfänger, etwa die Handy. Dieses zeigt den Wert, wie Verlauf und mit Pfeilen, ob und wie der Zucker steigt oder sinkt. Manche Geräte warnen das System bei Über- und Unterzuckerung. Den Sensor wechselt Sie je nach System alle 6 bis 14 Tage. Es gibt auch einen **Langzeitsensor,** der vom Arzt unter der Haut ein Implantat setzt. Dort bleibt er bis zu 180 Tage.

Welche Methode passt zu mir?

Die Messung per Fingerpiks eignet sich vor allem, wenn Sie nur gelegentlich messen müssen und keine starken Zuckerschwankungen haben.

Auch bei Nutzung eines CGM-Systems ist in manchen Situationen eine Blutzuckermessung nötig. **Von der kontinuierlichen Messung profitieren Sie besonders,** wenn Sie Ihre Werte mehrmals täglich kontrollieren müssen und keine starken Schwankungen sehen. **Sehr hilfreich sind CGM-Systeme,** wenn Sie Unterzuckerungen nicht rechtzeitig spüren. Die Systeme warnen, wenn sich ein Tief ankündigt. Auch wenn Sie bei der Arbeit nicht jederzeit blutig messen können, erleichtert ein CGM-System den Alltag. ▸

30 Diabetes Ratgeber 09/2023

09/2023 Diabetes Ratgeber 31

Media Facts

Monatlich verkaufte Auflage:

826.983 Exemplare

IVW 4/2024

Reichweite:

2,44 Mio. Leserinnen und Leser pro Monat

AWA 2024, 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:

€ 43,89

1/1 Seite 4c netto, Preise 2025, IVW 4/2024

Leser-Strukturdaten

Leserschaftsstruktur (laut AWA 2024) nach relevanten Kriterien	AWA Gesamt Ant. %	Diabetes Ratgeber Ant. %	Diabetes Ratgeber Index
Geschlecht			
Männer	49,2	38,4	78
Frauen	50,8	61,6	**121**
Altersgruppen			
14 – 49 Jahre	48,8	9,8	20
50 Jahre und älter	51,2	90,2	**176**
60 Jahre und älter	33,5	75,7	**226**
70 Jahre und älter	17,9	51,0	**285**
„Gehe in eine Apotheke“			
Mindestens einmal in der Woche	3,3	10,9	**328**
Zwei- bis dreimal im Monat	12,6	31,1	**246**
Einmal im Monat	23,5	33,3	**142**
Das könnte auf mich passen:			
Leute, die sehr auf ihre Gesundheit achten (Gesundheitsbewusste)	28,2	45,4	**161**
Leute mit erhöhtem Blutzucker, Diabetiker	8,7	44,9	**516**
Leute, die Probleme mit ihrem (zu hohen) Gewicht haben	16,0	27,6	**172**
Leute, die öfter mal kalorienreduzierte Lebensmittel, Getränke verwenden	18,4	25,2	**137**

Leser-Strukturdaten

Leserschaftsstruktur (laut AWA 2024) nach relevanten Kriterien	AWA Gesamt Ant. %	Diabetes Ratgeber Ant. %	Diabetes Ratgeber Index
Naturheilmittel, schonende Medikamente			
Lege großen Wert auf Naturheilmittel, schonende Medikamente	25,8	29,3	**114**
Kernzielgruppe			
Kernzielgruppe OTC [1]	21,1	42,0	**199**
Informationsinteresse: Diät, z. B. Diätvorschläge, Diätprodukte			
Interessiert mich besonders	5,3	16,2	**305**
Interessiert und gebe öfter Ratschläge, Tipps, gelte als Experte	5,2	13,4	**258**
Körper-, Haarpflegemittel [2]			
Spezielle Pflegemittel für die Hände	28,5	37,5	**131**
Produkte für die Fußpflege	18,1	33,5	**185**
Hautcreme für alle Zwecke	43,1	56,9	**132**

Potenzial: 70,48 Mio. – Diabetes Ratgeber 2,44 Mio. Leser = 3,5 % Reichweite
1 Konsumentenkreis von Personen, die mindestens 5 von 24 rezeptfreien Medikamenten/Heilmitteln in den letzten 3 Monaten persönlich gebraucht/verwendet haben
2 In den letzten 7 Tagen persönlich verwendete Artikel

Themenauswahl 2025

JANUAR 2025

AS: 07.11.2024 | ET: 02.01.2025

Trockene Haut

Schuheinlagen, Schuhe

Insulinpumpen

FEBRUAR 2025

AS: 06.12.2024 | ET: 01.02.2025

Nahrungsergänzung

Pflege absichern

Herz-Kreislauf-Probleme

MÄRZ 2025

AS: 13.01.2025 | ET: 01.03.2025

Allergien

Sehhilfen

Kur(-urlaub)

APRIL 2025

AS: 10.02.2025 | ET: 01.04.2025

Gesunde Gelenke

Hausnotruf

Anti-Aging

MAI 2025

AS: 11.03.2025 | ET: 02.05.2025

Fußpflege

Sport

Gesunde Fette / Öle

JUNI 2025

AS: 08.04.2025 | ET: 02.06.2025

Blasenentzündung

Blutzuckermessung

Organspende

Hier finden Sie alle aktuell verfügbaren Themen

Crossmedia

Änderungen vorbehalten

Themenauswahl 2025

JULI 2025

AS: 08.05.2025 | ET: 01.07.2025

Fußpilz, Nagelpilz

Herzgesundheit

Sonnenschutz

AUGUST 2025

AS: 12.06.2025 | ET: 01.08.2025

Patientenverfügung

Blutdruckmessung

Bio-Lebensmittel

SEPTEMBER 2025

AS: 11.07.2025 | ET: 01.09.2025

Reizdarm

Mangelerscheinungen

Fitness-Studio

OKTOBER 2025

AS: 12.08.2025 | ET: 01.10.2025

Scheidenpilz

Rückenschmerzen

Schwindel

NOVEMBER 2025

AS: 11.09.2025 | ET: 03.11.2025

Hörgeräte

Erkältung

Hautprobleme

DEZEMBER 2025

AS: 10.10.2025 | ET: 01.12.2025

Barrierefrei wohnen

Entschleunigung

Tinnitus

Themenauswahl 2026

JANUAR 2026

AS: 07.11.2025 | ET: 02.01.2026

Gesunde Augen

Abnehmen

Langlaufen

FEBRUAR 2026

AS: 05.12.2025 | ET: 02.02.2026

Krebs

Zahnpflege

Gesundheitsschuhe

Hier finden Sie alle aktuell verfügbaren Themen

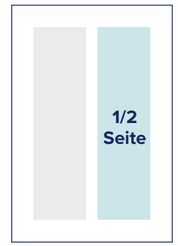
Änderungen vorbehalten

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

Formate

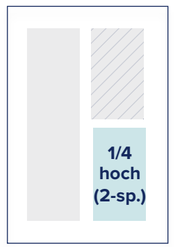
S.: B 316 mm × H 186 mm
A.: B 340 mm × H 225 mm

S.: B 148 mm × H 186 mm
A.: B 170 mm × H 225 mm



S.: B 69 mm × H 186 mm
A.: B 81 mm × H 225 mm

S.: B 148 mm × H 89 mm
A.: B 170 mm × H 109 mm



S.: B 69 mm × H 89 mm

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.

Preise

Preisliste 2025 (Nr. 45, gültig ab 13. Februar 2025), Erscheinungsweise: monatlich

Formate	Diabetes Ratgeber
2/1 Seite	71.800 €
1/1 Seite	36.300 €
1/2 Seite	21.000 €
1/4 Seite	11.500 €
U2, U4 *	41.400 €

Weitere Formate, Sonderformate auf Anfrage. Alle Preise zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer.
Die genannten Preise sind AE- und rabattfähig.
* Nicht in der Gesamtauflage möglich. Belegbare Auflage auf Anfrage.

Für feste Platzierungswünsche werden 15 % Aufschlag berechnet.

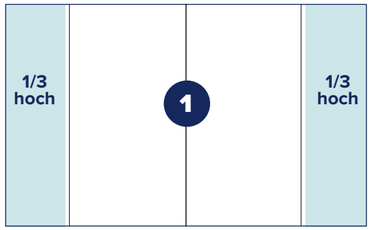
Sonderwerbeformen

Preisliste 2025 (Nr. 45, gültig ab 13. Februar 2025), Erscheinungsweise: monatlich

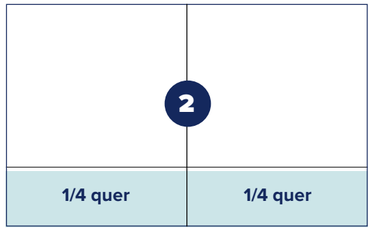
	Formate*	Diabetes Ratgeber
1	2 x 1/3 Seite gegenüberliegend	36.350 €
2	2 x 1/4 Seite gegenüberliegend	27.500 €
3	L-Anzeige	39.000 €
4	Tunnelanzeige	18.100 €
5	Eckfeldanzeige	13.800 €
6	Flexformanzeige	21.000 €

Weitere Formate, Sonderformate auf Anfrage. Alle Preise zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer.
Die genannten Preise sind AE- und rabattfähig.
* Belegung in der Gesamtauflage möglich.
Für feste Platzierungswünsche werden 15 % Aufschlag berechnet.

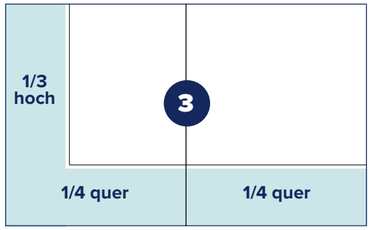
Alle Infos zu unseren SONDER-WERBEFORMEN finden Sie hier



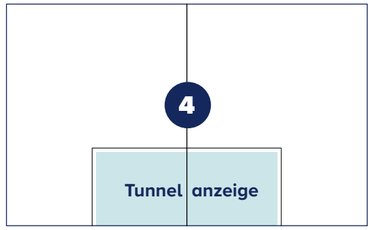
2 x 1/3 Seite gegenüberliegend
Format 1 x 1/3 S. hoch: B 55 mm × H 225 mm
Anschnittformat: B 61 mm × H 237 mm
Platzierung: auf einer Doppelseite
außenseitig gegenüberliegend



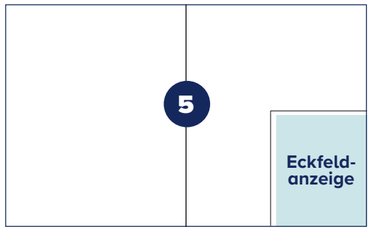
2 x 1/4 Seite gegenüberliegend
Format 1 x 1/4 S. quer: B 170 mm × H 57 mm
Anschnittformat: B 176 mm × H 63 mm
Platzierung: auf einer Doppelseite
unten gegenüberliegend



L-Anzeige
Format 1 x 1/3 S. hoch: B 55 mm × H 225 mm
Anschnittformat: B 61 mm × H 237 mm
Format 1 x 1/4 S. quer: B 170 mm × H 57 mm
Anschnittformat: B 176 mm × H 63 mm
Platzierung: linksseitig beginnend mit 1/3 S. hoch

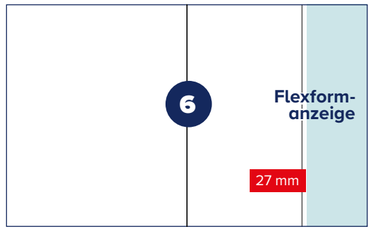


Tunnelanzeige
Format: B 160 mm × H 67 mm
Anschnittformat: B 160 mm × H 73 mm
Platzierung: auf einer Doppelseite unten



Eckfeldanzeige
Format: B 85 mm × H 112 mm
Anschnittformat: B 91 mm × H 118 mm
Platzierung: auf einer linken oder rechten Seite

Beschnittzugabe: je 6 mm. Bei Anschnittanzeigen müssen
Text- und Bildmaterial mindestens 8 mm vom Anschnittformat entfernt sein.
Angaben in Millimetern (Breite × Höhe)



Flexformanzeige (nur auf vorherige Anfrage)
Format Flexformanzeige: B 55 mm × H 225 mm
Anschnittformat: B 61 mm × H 237 mm
Platzierung: auf einer rechten Seite
Achtung: Die Form darf nicht mehr als **27 mm** ab dem inneren Anzeigenrand in die redaktionelle Fläche hineinragen (s. rotes Feld)

Beilagen, Beihefter und Beikleber

Beilagen: Spezifikationen und Preise	
Belegbare Auflagen	**Max.-Auflage:** Neutralauflage gesamt oder Neutral-auflagen nach Nielsen, **Mind.-Auflage:** 0,10 Mio. Expl.
Formate (Angaben in mm, BxH)	mind. 105 x 148 mm, max. 150 x 205 mm
Beilagengewicht	Minimalgewicht 5 g, Maximalgewicht auf Anfrage
Belegung Neutralauflage	€ 91/‰*
Neutralauflage Süd (Nielsen 3b, 4)	€ 104/‰*
Neutralauflage West (Nielsen 2, 3a)	€ 104/‰*
Neutralauflage Nord / Ost (Nielsen 1, 5, 6, 7)	€ 104/‰*

Beihefter: Spezifikationen und Preise	
Platzierung	in der Heftmitte (Rückendrahtheftung, Fußanlage)
Format (Angaben in mm, BxH)	mind. 115 x 148 mm, max. 170 x 225 mm
4-seitiger Beihefter (je weitere 4 Seiten plus € 10/‰)	
Belegbare Auflagen, **Mindest-Auflage:** 0,10 Mio. Expl., **max. belegbare Auflage:** ca. 0,84 Mio. Expl.	€ 78/‰
Belegung Süd (Nielsen 3b, 4)	€ 97/‰
Belegung West (Nielsen 2, 3a)	€ 97/‰
Belegung Nord / Ost (Nielsen 1, 5, 6, 7)	€ 97/‰

Beikleber: Spezifikationen und Preise	
Platzierung	auf 1/1 Seite Trägeranzeige (linke Seite) in der hinteren Hefthälfte (Fußanlage)
Format (Angaben in mm, BxH)	min. 55 x 85 bzw. 85 x 55 mm für Postkarten / Prospekte: max. 120 x 150 mm für Warenproben: max. 80 x 100 mm
Gewicht Beikleber	max. 25 g
Mindestauflage	0,10 Mio. Expl.
bis 10 g in der Gesamtauflage (Gebiete Süd, West und Nord / Ost)	€ 44/‰**
bis 10 g in der Teilauflage (Gebiete Süd, West oder Nord / Ost)	€ 56/‰**
Basis für Beikleber zzgl. zum ‰-Beikleberpreis	1/1 Seite Trägeranzeige

* Preise bis 10 g, jede weitere 10 Gramm € 10/‰ ** jedes weitere Gramm € 10/‰

Technische Daten

Druckverfahren		Magazine
Rotations-Tiefdruck Bogen-Offsetdruck	(Inhalt) (Umschlag)	Senioren Ratgeber Diabetes Ratgeber
Rollenoffsetdruck Bogen-Offsetdruck	(Inhalt) (Umschlag)	Apotheken Umschau Apotheken Umschau ELTERN PTA Woman HausArzt-PatientenMagazin
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

Fürsorge für mich und meine Liebsten

Die Zeit hinterlässt Spuren. Schöne und weniger schöne wie Zipperlein und Krankheiten. Bei uns allen. Je älter wir werden, desto mehr wissen wir zu schätzen, wenn es uns gut geht. Dabei haben wir nicht nur das eigene Wohlbefinden im Blick. Unsere Fürsorge gilt oft auch dem pflegebedürftigen Partner, alten Eltern oder einer guten Freundin, die auf Hilfe angewiesen ist.

Füreinander da sein. Auf sich und andere achten. Gesund bleiben. Das Leben genießen. Sich um hilfs- und pflegebedürftige Menschen in der Familie oder im Freundeskreis kümmern. All das zählt mehr denn je.

Wissenschaftlich überprüfte, alltagstaugliche Tipps, wie das gemeinsam gelingt und was das Leben trotz mancher Handicaps leichter und schöner macht, finden Sie jeden Monat in unserem Magazin und auf unseren digitalen Kanälen.

Der Senioren Ratgeber, Deutschlands meistgelesene Seniorenzeitschrift ist lebensnah und bietet eine Menge Service: Rund um die GESUNDHEIT, das GLÜCK der reifen Jahre und die PFLEGE der Liebsten. Dazu gibt es einen Extra-Rätselteil mit Gedächtnisübungen, um fit im Kopf zu bleiben.

Positiv. Glaubwürdig. Warmherzig. Dafür steht der Senioren Ratgeber. Rund 4 Millionen Menschen lesen das Magazin – Monat für Monat[1]. Kein anderes Magazin in Deutschland erreicht besser die interessante, kaufkräftige und wachsende Zielgruppe 60 plus. Wir freuen uns auf den Austausch mit Ihnen.

1 AWA 2024, deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahre

Online finden Sie uns auf www.wub-media.de/senioren-ratgeber

Seitenblicke

TITELTHEMA

Die Nachbarin ist auf der Treppe ausgerutscht und hat sich den Arm gebrochen – prompt macht man sich Gedanken: Was, wenn mir das auch passiert? Mehr als die Hälfte der Seniorinnen und Senioren sorgen sich vor einem Sturz – denn so ein Unfall kann von einem Tag auf den anderen die Selbstständigkeit rauben. Doch wer Angst hat zu stürzen, wird vorsichtiger und zieht sich zurück. Umso wichtiger ist es, aktiv vorzubeugen. Denn das ist die gute Nachricht: Die allermeisten Sturzunfälle lassen sich vermeiden. Auf den folgenden Seiten zeigen wir Ihnen wie. ▶

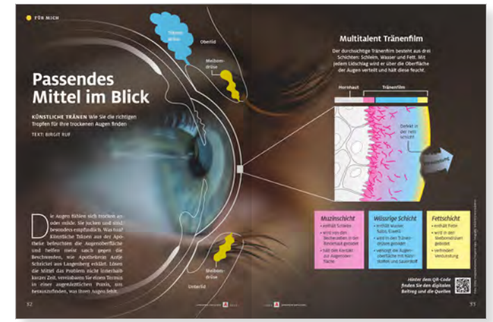
In Balance bleiben

AKTIV GEGEN STÜRZE Sind Sie schon einmal hingefallen? Oder kennen Sie jemanden, den es erwischt hat? Wir zeigen, wie Sie sich und Ihre Angehörigen schützen

TEXT: MATTHIAS SCHRAG

So vermeiden Sie Stürze:

1. Sturzfallen zu Hause entfernen
2. Medikamente analysieren
3. Sturzangst begegnen
4. Viel bewegen
5. Anti-Fall-Übungen für daheim


FÜR MICH

Passendes Mittel im Blick

KÜNSTLICHE TRÄNEN Wir sie die richtigen Tropfen für Ihre trockenen Augen finden

TEXT: BIRGIT RUF

Multitalent Tränenfilm

Muzinschicht

Wässrige Schicht

Fettschicht

TITELTHEMA

Schön, dass es dich gibt!

WENIGER ALLEIN Mit dem Alter verkleinert sich oft unser Freundeskreis. Wie wir es trotzdem, alte und neue Verbindungen zu pflegen

TEXT: JANA LAPPER, ENO FEUCHTER, LAURA PATZ

Basis für das Lebensglück

FÜR MICH

Wer braucht eine Extra-Portion?

Für heikle Essende

Wegen entwässernder Arzneien

Bei Diabetes

Bei schweißtreibender Hitze

Putzen? Hilfe!

Was wird erledigt?

Ist Schwarzarbeit okay?

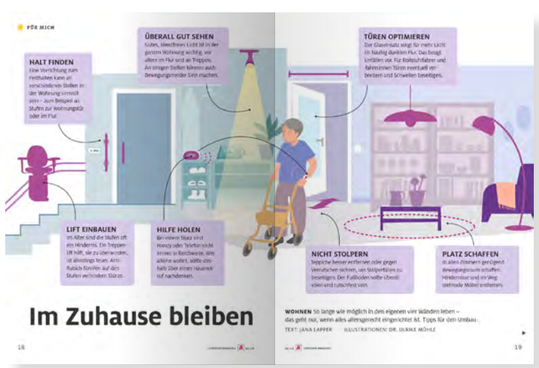
Wie und wo finde ich eine Putzkraft?

Wer bezahlt das?

Kann ich dableiben?

Wie wird das Putzen legal?

Was muss ich noch beachten?


FÜR MICH

Im Zuhause bleiben

HALT FINDEN

ÜBERALL GUT SEHEN

TÜREN OPTIMIEREN

LIFT EINBAUEN

HILFE HOLEN

NICHT STOLPERN

PLATZ SCHAFFEN

GUT ZU WISSEN

Vitamin D zuführen – ja oder nein?

80 %

2–3 x

Zusätzlicher Schutz-Effekt

Zecken bleiben aktiv

FÜR MICH

Gut informiert zum Termin

Nicht abwarten, kümmern!

Zuerst zur HNO-Praxis

Das passende Fachgeschäft wählen

INGREDIENZIEN

Die neue Ernte ist da!

TIPP

ZUTATEN

ZUBEREITUNG

Kartoffeln Erbsen und Kräuterso

Media Facts

Monatlich verkaufte Auflage:

1.199.608 Exemplare

IVW 4/2024

Reichweite:

3,97 Mio. Leserinnen und Leser pro Monat

AWA 2024, deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahre

Durchschnittliche Lesedauer pro Ausgabe:

1 Stunde 27 Minuten

Copytest 4/19, Ipsos

Heftnutzung:

Durchschnittlich 3,6-mal wird jede Ausgabe in die Hand genommen

Copytest 4/19, Ipsos

TAP Senioren Ratgeber:

€ 28,68

1/1 Seite 4c netto, Preise 2025, IVW 4/2024

Leser-Strukturdaten

Leserschaftsstruktur (laut AWA 2024) nach relevanten Kriterien	AWA Gesamt Ant. %	Senioren Ratgeber Ant. %	Senioren Ratgeber Index
Geschlecht			
Männer	49,2	31,4	64
Frauen	50,8	68,6	**135**
Altersgruppen			
50 Jahre und älter	51,2	95,7	**187**
60 Jahre und älter	33,5	87,1	**260**
70 Jahre und älter	17,9	63,5	**355**
WOOPIES (Well off older people)[1]	8,9	19,1	**215**
Das könnte auf mich passen:			
Leute, die sehr auf ihre Gesundheit achten (Gesundheitsbewusste)	28,2	45,3	**161**
Naturheilmittel, schonende Medikamente			
Lege großen Wert auf Naturheilmittel, schonende Medikamente	25,8	29,8	**115**
Hohe Ausgabebereitschaft: Bereiche, die so wichtig sind, dass man bereit ist, dafür einiges Geld auszugeben:			
Gesundheit, Wellness	34,2	52,0	**152**

1 Rentner, Pensionäre unter 75 Jahre, HHNE 2.000 € und mehr

Leser-Strukturdaten

Leserschaftsstruktur (laut AWA 2024) nach relevanten Kriterien	AWA Gesamt Ant. %	Senioren Ratgeber Ant. %	Senioren Ratgeber Index
Informationsinteresse an den Themen … Interessiert und gebe öfter Ratschläge, Tipps, gelte da als Experte			
Medizinische Fragen	18,7	33,5	179
Gesunde Ernährung, gesunde Lebensweise	19,4	27,7	143
Hautpflege, Körperpflege	8,8	11,6	132
Kernzielgruppe			
Pflegende Kosmetik für Frauen [2]	12,7	18,1	142
Informationsinteresse an den Themen … Interessiert und gebe öfter Ratschläge, Tipps, gelte da als Experte			
Urlaub und Reisen	29,0	30,3	105
Bevorzugte Arten von Urlaubsreisen			
Studien- oder Kulturreise	20,0	24,4	122
Städtereise	47,7	52,3	110
Kreuzfahrten	20,7	29,2	141
Geführte Gruppe mit Ausflugs- oder Kulturprogramm	13,5	28,0	207
Wellness-Urlaub	31,8	33,5	106

Potenzial: 70,48 Mio. – Senioren Ratgeber 3,97 Mio. Leser = 5,6 % Reichweite
2 Frauen, die mindestens 6 von 10 Kosmetikartikeln in den letzten 7 Tagen persönlich benutzt haben

Themenauswahl 2025

JANUAR 2025

AS: 07.11.2024 | ET: 02.01.2025

Langlaufen

Fit im Kopf

Hautpflege

FEBRUAR 2025

AS: 06.12.2024 | ET: 01.02.2025

Richtig vererben

Zunehmen

Entzündung im Mund

MÄRZ 2025

AS: 13.01.2025 | ET: 01.03.2025

Gesunder Darm

Hörgeräte

Pflegeheim finden

APRIL 2025

AS: 10.02.2025 | ET: 01.04.2025

Nagelpilz, Fußpilz

Schlafapnoe

Tierarzneimittel

MAI 2025

AS: 11.03.2025 | ET: 02.05.2025

Grauer Star

Reiseapotheke

E-Bike

JUNI 2025

AS: 08.04.2025 | ET: 02.06.2025

Hallux valgus

Mobil bleiben (Rollator, Treppenlift)

Mangelerscheinungen

Hier finden Sie alle aktuell verfügbaren Themen

Crossmedia

Änderungen vorbehalten

Themenauswahl 2025

JULI 2025

AS: 08.05.2025 | ET: 01.07.2025

Venengesundheit

Mundgeruch

Wearables

AUGUST 2025

AS: 12.06.2025 | ET: 01.08.2025

Hautpflege

Genug trinken

Sepsis

SEPTEMBER 2025

AS: 11.07.2025 | ET: 01.09.2025

Alzheimer

Immunsystem

Nervosität / Unruhe

OKTOBER 2025

AS: 12.08.2025 | ET: 01.10.2025

Inkontinenz

Essen auf Rädern

Osteoporose

NOVEMBER 2024

AS: 11.09.2025 | ET: 03.11.2025

Erkältung

Gelenkschmerzen

Versicherungen

DEZEMBER 2024

AS: 10.10.2025 | ET: 01.12.2025

Handpflege

Super Foods

Grippe

Themenauswahl 2026

JANUAR 2026

AS: 07.11.2025 | ET: 02.01.2026

Nahrungsergänzung

Prostata

Tinnitus

FEBRUAR 2026

AS: 05.12.2025 | ET: 02.02.2026

Zunehmen

Sehhilfen

Sexualität

Hier finden Sie alle aktuell verfügbaren Themen

Änderungen vorbehalten

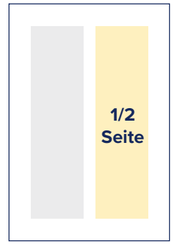
Crossmedia

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

Formate

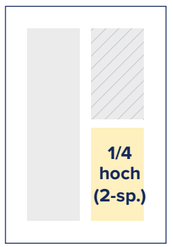
S.: B 316 mm × H 186 mm
A.: B 340 mm × H 225 mm

S.: B 148 mm × H 186 mm
A.: B 170 mm × H 225 mm



S.: B 69 mm × H 186 mm
A.: B 81 mm × H 225 mm

S.: B 148 mm × H 89 mm
A.: B 170 mm × H 109 mm



S.: B 69 mm × H 89 mm

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.

Preise

Preisliste 2025 (Nr. 46, gültig ab 13. Februar 2025), Erscheinungsweise: monatlich

Formate	Senioren Ratgeber
2/1 Seite	68.400 €
1/1 Seite	34.400 €
1/2 Seite	19.900 €
1/4 Seite	10.950 €
U2 , U4 *	39.300 €

Weitere Formate, Sonderformate auf Anfrage. Alle Preise zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer.
Die genannten Preise sind AE- und rabattfähig.
* Nicht in der Gesamtauflage möglich. Belegbare Auflage auf Anfrage.

Für feste Platzierungswünsche werden 15 % Aufschlag berechnet.

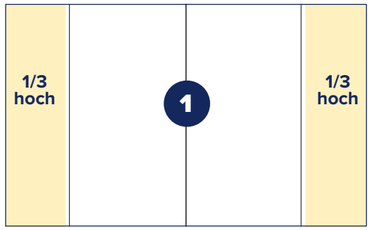
Sonderwerbeformen

Preisliste 2025 (Nr. 46, gültig ab 13. Februar 2025), Erscheinungsweise: monatlich

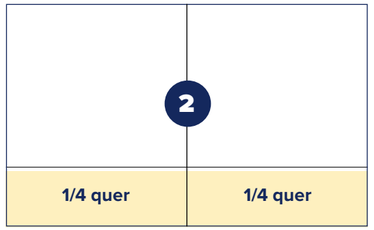
	Formate*	Senioren Ratgeber
1	2 x 1/3 Seite gegenüberliegend	34.400 €
2	2 x 1/4 Seite gegenüberliegend	26.300 €
3	L-Anzeige	37.000 €
4	Tunnelanzeige	17.200 €
5	Eckfeldanzeige	13.200 €
6	Flexformanzeige	19.900 €

Weitere Formate, Sonderformate auf Anfrage. Alle Preise zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer.
Die genannten Preise sind AE- und rabattfähig.
* Belegung in der Gesamtauflage möglich.
Für feste Platzierungswünsche werden 15 % Aufschlag berechnet.

Alle Infos zu unseren SONDER-WERBEFORMEN finden Sie hier

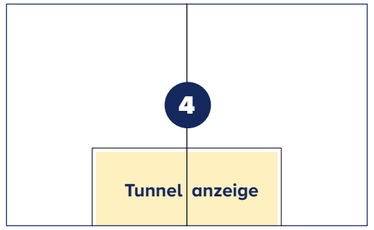


2 x 1/3 Seite gegenüberliegend
Format 1 x 1/3 S. hoch: B 55 mm × H 225 mm
Anschnittformat: B 61 mm × H 237 mm
Platzierung: auf einer Doppelseite
außenseitig gegenüberliegend

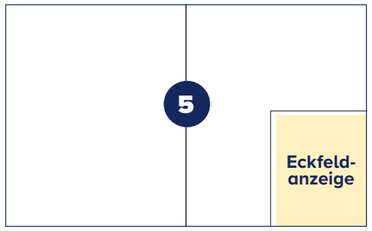


2 x 1/4 Seite gegenüberliegend
Format 1 x 1/4 S. quer: B 170 mm × H 57 mm
Anschnittformat: B 176 mm × H 63 mm
Platzierung: auf einer Doppelseite
unten gegenüberliegend

L-Anzeige
Format 1 x 1/3 S. hoch: B 55 mm × H 225 mm
Anschnittformat: B 61 mm × H 237 mm
Format 1 x 1/4 S. quer: B 170 mm × H 57 mm
Anschnittformat: B 176 mm × H 63 mm
Platzierung: linksseitig beginnend mit 1/3 S. hoch

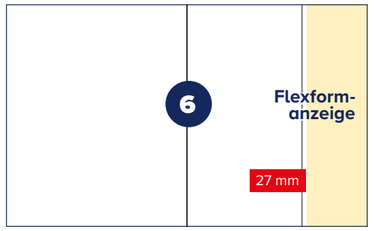


Tunnelanzeige
Format: B 160 mm × H 67 mm
Anschnittformat: B 160 mm × H 73 mm
Platzierung: auf einer Doppelseite unten



Eckfeldanzeige
Format: B 85 mm × H 112 mm
Anschnittformat: B 91 mm × H 118 mm
Platzierung: auf einer linken oder rechten Seite

Beschnittzugabe: je 6 mm. Bei Anschnittanzeigen müssen
Text- und Bildmaterial mindestens 8 mm vom Anschnittformat entfernt sein.
Angaben in Millimetern (Breite × Höhe)



Flexformanzeige (nur auf vorherige Anfrage)
Format Flexformanzeige: B 55 mm × H 225 mm
Anschnittformat: B 61 mm × H 237 mm
Platzierung: auf einer rechten Seite
Achtung: Die Form darf nicht mehr als **27 mm** ab dem inneren Anzeigenrand in die redaktionelle Fläche hineinragen (s. rotes Feld)

Beilagen, Beihefter und Beikleber

Beilagen: Spezifikationen und Preise	
Belegbare Auflagen	**Max.-Auflage:** Neutralauflage gesamt oder Neutral-auflagen nach Nielsen, **Mind.-Auflage:** 0,10 Mio. Expl.
Formate (Angaben in mm, BxH)	mind. 105 x 148 mm, max. 150 x 205 mm
Beilagengewicht	Minimalgewicht 5 g, Maximalgewicht auf Anfrage
Belegung Neutralauflage	€ 91/‰*
Neutralauflage Süd (Nielsen 3b, 4)	€ 104/‰*
Neutralauflage West (Nielsen 2, 3a)	€ 104/‰*
Neutralauflage Nord / Ost (Nielsen 1, 5, 6, 7)	€ 104/‰*

Beihefter: Spezifikationen und Preise	
Platzierung	in der Heftmitte (Rückendrahtheftung, Fußanlage)
Format (Angaben in mm, BxH)	mind. 115 x 148 mm, max. 170 x 225 mm
4-seitiger Beihefter (je weitere 4 Seiten plus € 10/‰)	
Belegbare Auflagen, **Mindest-Auflage:** 0,10 Mio. Expl., **max. belegbare Auflage:** ca. 1,22 Mio. Expl.	€ 78/‰
Belegung Süd (Nielsen 3b, 4)	€ 97/‰
Belegung West (Nielsen 2, 3a)	€ 97/‰
Belegung Nord / Ost (Nielsen 1, 5, 6, 7)	€ 97/‰

Beikleber: Spezifikationen und Preise	
Platzierung	auf 1/1 Seite Trägeranzeige (linke Seite) in der hinteren Hefthälfte (Fußanlage)
Format (Angaben in mm, BxH)	min. 55 x 85 bzw. 85 x 55 mm für Postkarten / Prospekte: max. 120 x 150 mm für Warenproben: max. 80 x 100 mm
Gewicht Beikleber	max. 25 g
Mindestauflage	0,10 Mio. Expl.
bis 10 g in der Gesamtauflage (Gebiete Süd, West und Nord / Ost)	€ 44/‰**
bis 10 g in der Teilauflage (Gebiete Süd, West oder Nord / Ost)	€ 56/‰**
Basis für Beikleber zzgl. zum ‰-Beikleberpreis	1/1 Seite Trägeranzeige

* Preise bis 10 g, jede weitere 10 Gramm € 10/‰ ** jedes weitere Gramm € 10/‰

Technische Daten

Druckverfahren		Magazine
Rotations-Tiefdruck Bogen-Offsetdruck	(Inhalt) (Umschlag)	Senioren Ratgeber Diabetes Ratgeber
Rollenoffsetdruck Bogen-Offsetdruck	(Inhalt) (Umschlag)	Apotheken Umschau Apotheken Umschau ELTERN PTA Woman HausArzt-PatientenMagazin
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

Die kleine AUSZEIT vom Alltag

Sie beraten kompetent, erklären geduldig, trösten mitfühlend – die pharmazeutisch-technischen Assistentinnen und Assistenten, kurz PTA, sind das Lebenselixier einer Apotheke. Doch auch ihr Arbeitsalltag hat sich enorm verdichtet. Wir wissen: Für die Gesundheit wird es zunehmend wichtiger, kraftgebende Pausen in den Alltag zu integrieren. Diese Auszeit ist unser Magazin PTA WOMAN.

Die PTA wird in ihrer Lebenswelt – privat wie beruflich – abgeholt. Für ein paar Minuten zwischendurch oder nach Feierabend kann sie sich wegträumen, sich von den Lebensgeschichten anderer PTA inspirieren lassen oder in Genusswelten eintauchen.

Mit dem Dossier PTA WOMAN pro – dem Herzstück des Magazins – bekommt sie zusätzlich viele nützliche Anregungen für ihren beruflichen Alltag. Auf lockere Art und Weise vermittelt das Dossier Hintergrundwissen zu unterschiedlichsten Gesundheitsthemen, gibt wertvolle Tipps für die tägliche Kundenkommunikation und informiert über Themen wie Digitalisierung im Gesundheitswesen oder Weiterbildung.

Jeden Monat trifft PTA WOMAN mit der Kombination beruflicher und privater Themen, das Herz der PTA. Das Magazin schenkt ihr oder ihm die Aufmerksamkeit und Wertschätzung, die sie oder er als PTA verdient. Dass dieses Konzept aufgeht, zeigen auch die guten Ergebnisse beim Punkt „Zufriedenheit“ aus der aktuellen Leserbefragung.

Lebensbejahend, fröhlich, fachlich kompetent: Dafür steht PTA WOMAN. Kein anderes Magazin in Deutschland vereint auf diese besondere Weise private und berufliche Interessen gleichermaßen. Mit einer monatlichen Auflage von 54.858 Exemplaren* erreichen unsere Werbepartner ca. 66.000 PTA** in ganz Deutschland. Werden Sie Teil dieser Erfolgsgeschichte.

* Verbreitete Auflage IVW 4/2024, ** ABDA-Statistik

Seitenblicke

meine **Träume**

Staunen

tut uns einfach gut

Als Kind fiel es uns so leicht, die Natur um uns herum zu bewundern. Doch im Alltagsstress verlieren wir oft die Fähigkeit des Staunens. Warum es sinnvoll sein kann, **diese ganz intuitiven Momente wieder geschehen zu lassen,** haben Wissenschaftler herausgefunden

Lucy F. Jones

Die Autorin und Wissenschaftsjournalistin arbeitet im Bereich Umwelt und Natur. Sie lebt in Großbritannien.

Der Psychologe Dacher Keltner von der University of California in Berkeley zeigte einer Gruppe von Studienteilnehmenden Videos von beeindruckenden Landschaften wie Canyons und Gebirgen. Eine zweite Gruppe sah währenddessen humorvolle Naturvideos. Im Anschluss erfuhren alle Teilnehmenden, dass sie einen Preis gewonnen hatten, und wurden gefragt, ob sie ihren Geldgewinn mit Fremden teilen würden. Die Ergebnisse überraschten selbst den Forscher: Diejenigen, die die lustigen Videos gesehen hatten, wollten ihren gesamten Gewinn für sich behalten, während die Gruppe, die die beeindruckenden Videos gesehen hatte, bereit war, ihren Gewinn mit Fremden zu teilen. Doch warum verhalten wir uns freundlicher und großzügiger, nur weil wir zuvor etwas Beeindruckendes gesehen haben?

Warum Staunen verbindet

Ein Blick auf die Gehirnaktivität der beiden Probandengruppen ließ die Wissenschaftler erahnen, was dort vor sich ging. Mithilfe von bildgebenden Verfahren konnten sie nämlich sichtbar machen, dass Staunen zu weniger Aktivität im Ruhezustandsnetzwerk führt, der Gehirnregion, die mit unserer Selbstwahrnehmung verbunden wird. Staunen kann unser Interesse also von uns selbst weg, hin zu anderen, führen. „Es kann

„Die Fähigkeit zu staunen ist der Anfang aller Weisheit"
Erich Fromm

mein **Leben**

Trendsport: Stand-up-Paddling

Auf die Bretter, fertig, los!

Abfahrtslauf inklusive – ins Wasser fallen auch erfahrene Paddelnde ab und zu

Stand-up-Paddling, das ursprünglich aus Hawaii stammt, hat sich auch bei uns zu einer beliebten Sportart entwickelt. Selbst Neulinge lernen schnell, mit dem Board umzugehen.

So gesund ist dieser Wassersport wirklich

Starker RÜCKEN

Die IVH-GS-Kit ante Lektorie zur nicht operativen Behandlung chronischer Rückenschmerzen veröffentlicht. Ein Blick hinein verrat, wie Sie Ihrer Kundschaft den Rücken stärken können

Lockere Muskeln: Ein Kissen kann auch über gelenkte Spannungen

mein **Leben**

Wir machen uns zum Hampelmann

Als Jumping Jack bekannt, bietet dieser aus unserer Kindheit vertraute Sprungübung weit mehr als nur Spaß und sorgt nicht unbedeutend werden: **Sie stärkt die Muskeln, verbrennt Fett und verbessert unsere Koordination**

Fallverdreiner

Stabilere Knochen

Varianten

Wärme den gerzen Körper auf

Stärke Beine

Ergänzung zum Laufen

Herz-Kreislauf-Fitness

mein **Genuss**

Vorgeschmack auf den Sommer

Frischgrüne Blätter, saftiges Gras: Wie die Natur mit ihrem Schöpfungsreichtum uns jetzt den Zauber des **Spätsommerhalbtrs** in die Köpfe, Ohre Gesichter und Herzen nicht nur, sie lehren auch wunderbar, wie

Tipp

mein **Beruf**

Der große Vorsorge-Kompass

Von Darmsiegelung über Mammografie bis hin zur Früherkennung von Prostatakrebs **welche wichtigen Check-ups Sie Ihrer Kundschaft ans Herz legen sollten**

Darmsiegelung

Mammazentrum Check-up

RÖNTGENUNTERSUCHUNG DER BRUST

Hilfe VON VIELEN SEITEN

Bei der ganzheitlichen Therapie Chronischer Schmerzen wird zwischen Medizin, Seelsorge und sanfteren Lebensmittelmedizinen. Aufhängungsmittel, die Ursache wird auf multimodale Therapieansätze zurückgeführt

SCHMERZMITTEL

ADJUVANTE MEDIKAMENTE

PHYSIKALISCHE THERAPIE

KOMPLEMENTÄRE METHODEN

PSYCHO- UND VERHALTENSTHERAPIE

EINFACH KOMPETENT BERATEN

Menschen mit chronischen Schmerzen suchen oft Rat in der Apotheke. Ihre Fragen gehen weit über die medikamentöse Schmerztherapie hinaus. Hier eine kleine Auswahl

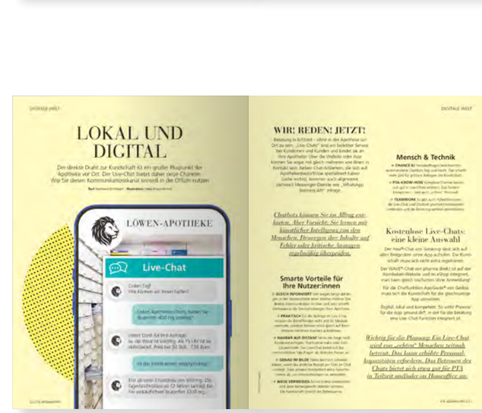
WIE KANN ICH VERHINDERN, DASS SCHARFE CHIRURGISCH WIRKT?

KANN DER SCHMERZ PSYCHISCH BEDINGT SEIN?

TRÄGT CHRONISCHER SCHMERZ AUCH SCHON BEI KINDERN AUF?

SOLL ICH MICH TROTZ SCHMERZEN BEWEGEN?

WIE KANN ICH MICH BEI SCHMERZEN WENDEN?



LOKAL UND DIGITAL

Die direkte Ordnet zur Kundschaft ist ein großer Baustein der Apotheke vor Ort. Der Live-Chat bietet daher zwei Chancen: Wie Sie diesen Kommunikationskanal sinnvoll in Ihr Offline-Konzept

LÖWEN-APOTHEKE

Live-Chat

WIR REDEN: JETZT!

Mensch & Technik

Smarte Vorteile für Ihre Nutzer:innen

Kostenpunkt Live-Chats: eine kleine Auswahl

mein **Beruf**

Tierisch gut versorgt

Auch Hund, Katze & Co. können mal krank werden. **Wie können dann Apotheken-Mitarbeitende helfen?** Und darfen sie das überhaupt? Dieses hat PTA Woman mit Birte Langer gesprochen

Nachgefragt bei Birte Langer

Tierarztin

Versiert und erfahren

Welche Tipps können PTA, Tierhalterin und Tierhalterin Ihnen bei Ihrer Medizin geben?

Media Facts

Monatlich verbreitete Auflage:

54.858 Exemplare

IVW 4/2024

Zielgruppe:

ca. 66.000 weibliche PTA

ABDA Statistik

Lesernutzen:

59 % der Befragten meinen, dass PTA WOMAN Fachinformationen zu Produkten, Präparaten und Marktneuheiten vermittelt

LA-PHARM 2024, Basis PTA / Pharmazie-Ingenieure im WLK PTA Woman

Lesernutzen:

68 % der Befragten stimmen zu, dass PTA WOMAN nützliche Anregungen für Kundenberatung und Verkaufsempfehlung enthält

LA-PHARM 2024, Basis PTA / Pharmazie-Ingenieure im WLK PTA Woman

Lesernutzen:

80 % der Befragten würden PTA WOMAN vermissen, wenn sie es für längere Zeit nicht mehr bekommen würden

LA-PHARM 2024, Basis PTA / Pharmazie-Ingenieure im WLK PTA Woman

Themenauswahl 2025

DEZEMBER 2024 / JANUAR 2025*

AS: 04.10.2024 | ET: 29.11.2024

Pflanzliche Wirkstoffe (Phyto-Therapie)

Bewegung & Sport im Alltag

Stress und Schlafen (Techniken, Rituale, OTC-Produkte)

Erkältung, Grippe

Haut- und Fußpflege

FEBRUAR 2025

AS: 02.12.2024 | ET: 31.01.2025

Hausstauballergie

Pflege zuhause

Haarpflege

Frauengesundheit, Teil 1 (Migräne, Kopfschmerzen, Menstruationsbeschwerden)

Inhalieren & Inhalationssysteme

MÄRZ 2025

AS: 07.01.2025 | ET: 28.02.2025

Wundheilung

Tiergesundheit (u.a. Zecken, Zoonosen)

Mund- & Zahngesundheit

Gesunder Darm (Durchfall, Verstopfung, Reizdarm, Blähungen, Darmkrebs)

Allergien (Heuschnupfen & Co.)

APRIL 2025

AS: 05.02.2025 | ET: 31.03.2025

Gesunde Augen (u. a. Augentropfen, Sehkraftunterstützung, trockene und gereizte Augen)

Zecken- & Insektenstiche

Hautpflege

Frauengesundheit: Teil 2 (Kinderwunsch, Stillzeit, Schwangerschaft, Folsäure, gesunde Ernährung)

Arthrose oder Rheuma?

MAI 2025

AS: 05.03.2025 | ET: 30.04.2025

Homöopathie und Schüssler Salze

Blasenentzündung

Fußpflege

Frauengesundheit: Teil 3 (Verhütung, Pille danach, Scheidentrockenheit)

Gutes Gedächtnis

JUNI 2025

AS: 03.04.2025 | ET: 30.05.2025

Kleinere Sportverletzungen

Säure-Basen-Haushalt

(Lippen-)Herpes

Reiseapotheke (Basics, Sonnenschutz, Reiseübelkeit, Impfungen)

Organspende

Hier finden Sie alle aktuell verfügbaren Themen

Änderungen vorbehalten

* Doppelausgabe

Themenauswahl 2025

DOPPELAUSGABE JULI 2025 / AUGUST 2025

AS: 05.05.2025 | ET: 30.06.2025

Tipps für entspannte Ferien

Genug trinken und gut schlafen trotz Sommerhitze

Sommergrippe

Sonnenschutz, Sonnenbrand

Nahrungsergänzungsmittel

Frauengesundheit: Teil 4 (Osteoporose, Wechseljahre)

Beratung Blutwerte (Blutzucker, Cholesterin, Triglyceride, Harnsäure, Leberwerte, Schilddrüse etc.)

SEPTEMBER 2025

AS: 07.07.2025 | ET: 29.08.2025

Wandern (u.a. Hilfe bei Blasen, Verstauchungen etc.)

Inkontinenz

Unreine Haut

Schulanfang & Kindergesundheit (u.a. Bewegung, Ernährung, Stress, Immunsystem, Kopfläuse)

Magen- / Darmbeschwerden (Sodbrennen, Reflux, Verstopfung, Reizdarm, Blähungen)

OKTOBER 2025

AS: 05.08.2025 | ET: 30.09.2025

Erkältung, Stärkung des Immunsystems

Sensible Haut

Vegane Ernährung

Diabetes

Rücken-, Schulter- und Nackenbeschwerden

NOVEMBER 2025

AS: 05.09.2025 | ET: 30.10.2025

(Arznei-)Tee-Pflanzen und ihre Wirkungen

Bewegung & Sport im Alltag

Mund- & Zahngesundheit

Strategien gegen Stress / innere Unruhe (Schlafstörungen)

Allergien (u.a. Hausstaub, Pollen, Spätblüher, Desensibilisieren),

DEZEMBER 2025

AS: 08.10.2025 | ET: 28.11.2025

Tiergesundheit

Intimhygiene, rektale Erkrankungen (u.a. Hämorriden)

Hand- und Nagelpflege

Hautpflege (u.a. Neurodermitis)

Schnupfen

Themenauswahl 2026

JANUAR 2026

AS: 04.11.2025 | ET: 30.12.2025

Pflanzensäfte aus der Apotheke

Lebensmittel-Intoleranz

Wellness zuhause

Übergewicht & Adipositas

Impfungen

FEBRUAR 2026

AS: 03.12.2025 | ET: 30.01.2026

Hautpflege für Männer

Gesunde Ernährung

Gesunder Schlaf

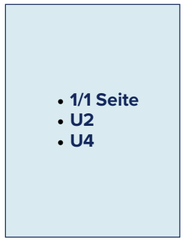
Männergesundheit (u.a. Prostatabeschwerden)

Nervensystem & chronischer Schmerz (u.a. Neuralgien, Polyneuropathien)

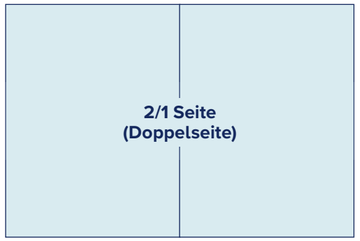
Hier finden Sie alle aktuell verfügbaren Themen

Änderungen vorbehalten

Formate



1/1 Seite, U2, U4
S.: B 196 mm × H 261 mm
A.: B 210 mm × H 280 mm

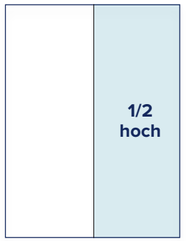


2/1 Seite (Doppelseite)
S.: B 406 mm × H 261 mm
A.: B 420 mm × H 280 mm

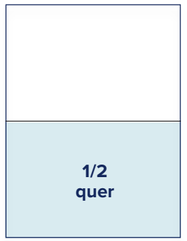
Alle Infos zu unseren **SONDER-WERBEFORMEN** finden Sie hier

3/4 Seite – 3-spaltig
S.: B 146 mm × H 261 mm
A.: B 153 mm × H 280 mm

2/3 Seite – 2-spaltig
S.: B 129 mm × H 261 mm
A.: B 136 mm × H 280 mm



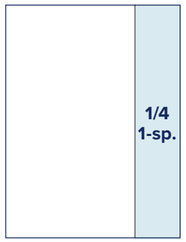
1/2 Seite hoch
S.: B 96 mm × H 261 mm
A.: B 103 mm × H 280 mm



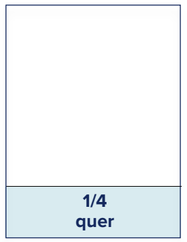
1/2 Seite quer
S.: B 196 mm × H 129 mm
A.: B 210 mm × H 139 mm

1/3 Seite hoch
S.: B 63 mm × H 261 mm
A.: B 70 mm × H 280 mm

1/3 Seite quer
S.: B 196 mm × H 84 mm
A.: B 210 mm × H 94 mm



1/4 Seite – 1-spaltig
S.: B 46 mm × H 261 mm
A.: B 53 mm × H 280 mm



1/4 Seite quer
S.: B 196 mm × H 63 mm
A.: B 210 mm × H 73 mm

S. = Satzspiegel-Format A. = Angeschnittene Anzeigen

Angaben in Millimetern (Breite × Höhe)
Beschnittzugabe: je 6 mm. Bei Anschnittanzeigen müssen Text- und Bildmaterial mind. 8 mm vom Anschnittformat entfernt sein.
Die genannten Preise sind AE- und rabattfähig.
Sonderwerbeformen wie z.B. Beilagen, Beihefter, Beikleber, Stellenanzeigen auf Anfrage.

Für feste Platzierungswünsche werden 15 % Aufschlag berechnet.

Preise und Rabatte

Preisliste 2025 (Nr. 5, gültig ab 13. Februar 2025), Erscheinungsweise: monatlich

Formate	Satzspiegel	im Anschnitt	PTA WOMAN
U2/U4	196 x 261	210 x 280	9.900 €
U3	196 x 261	210 x 280	8.800 €
1/1 Seite	196 x 261	210 x 280	8.800 €
3/4 Seite – 3-spaltig	146 x 261	153 x 280	6.900 €
2/3 Seite – 2-spaltig	129 x 261	136 x 280	6.650 €
1/2 Seite hoch	96 x 261	103 x 280	5.100 €
1/2 Seite quer	196 x 129	210 x 139	5.100 €
1/3 Seite hoch	63 x 261	70 x 280	3.600 €
1/3 Seite quer	196 x 84	210 x 94	3.600 €
1/4 Seite – 1-spaltig	46 x 261	53 x 280	2.750 €
1/4 Seite quer	196 x 63	210 x 73	2.750 €
2/1 Seite (Doppelseite)	406 x 261	420 x 280	15.800 €

Preisliste 2025 (Nr. 5, gültig ab 13. Februar 2025), Erscheinungsweise: monatlich

Mengenstaffel	Rabatt
1 Seite	3 %
3 Seiten	5 %
6 Seiten	10 %
12 Seiten	15 %
18 Seiten	20 %
24 Seiten	25 %
30 Seiten	30 %
36 Seiten	35 %

Malstaffel	Rabatt
3 Anzeigen	3 %
6 Anzeigen	5 %
12 Anzeigen	10 %
18 Anzeigen	15 %
26 Anzeigen	20 %
38 Anzeigen	25 %
52 Anzeigen	30 %

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

Sonderwerbeformen

Preisliste 2025 (Nr. 5 gültig ab 13. Februar 2025), Erscheinungsweise: monatlich

Beilagen	Gesamtauflage
bis 20 g	180 €/‰ Exemplare

Mindestauflage: Gesamtauflage, Beilagen mit höherem Gewicht auf Anfrage.
Alle Preise zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer.

Beilagen	Gesamtauflage
4 Seiten	280 €/‰ Exemplare
8 Seiten	390 €/‰ Exemplare

Mindestauflage: Gesamtauflage. Alle Preise zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer.

Beilagen	Gesamtauflage
Postkarten / Coupons	120 €/‰ Exemplare
Warenproben bis 20 g	120 €/‰ Exemplare

Mindestauflage: Gesamtauflage. Alle Preise zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer.
Die genannten Preise sind AE- und rabattfähig.Sonderwerbeformen wie z. B. Beilagen, Beihefter, Beikleber, Stellenanzeigen auf Anfrage.

PTA Woman ACADEMY	Angebotspreise
2 Seiten	14.600 € * zzgl. 2.060 Gestaltungskosten **
4 Seiten	24.400 € * zzgl. 2.060 Gestaltungskosten **

PTA Woman Medikamenten-Portrait	Angebotspreise
Zweiseiter (Vorder- und Rückseite)	14.600 € * zzgl. 2.060 Gestaltungskosten **
Doppelseite	14.600 € * zzgl. 2.060 Gestaltungskosten **

PTA Woman Beratungsgespräch	Angebotspreise
1/1 Seite	8.800 € * zzgl. 1.550 Gestaltungskosten **
2/1 Seite	14.600 € * zzgl. 2.060 Gestaltungskosten **

* Preis ist AE-fähig, aber weder rabattfähig noch rabattbildend
** Weder AE- noch rabattfähig. Anzeigenschluss und Anlieferung von Bild- und Textmaterial bereits 4 Wochen vor dem offiziellen Anzeigenschluss

Technische Daten

Druckverfahren		Magazine
Rotations-Tiefdruck Bogen-Offsetdruck	(Inhalt) (Umschlag)	Senioren Ratgeber Diabetes Ratgeber
Rollenoffsetdruck Bogen-Offsetdruck	(Inhalt) (Umschlag)	Apotheken Umschau Apotheken Umschau ELTERN PTA Woman HausArzt-PatientenMagazin
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

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

Seriös, verlässlich, laienverständlich

Das *HausArzt-PatientenMagazin* liefert seinen Leserinnen und Lesern wissenschaftlich fundierte Artikel über die häufigsten Krankheiten und etablierte Therapien. Alle Beiträge sind seriös aufbereitet und leicht verständlich zu lesen. Im Mittelpunkt stehen die Aufklärung über gesundheitliche Prävention sowie Strategien für die Balance von Körper, Geist und Seele.

Das Magazin bietet Einblicke in die Arbeit der hausärztlichen Praxen und unterstützt diese intensiv bei der Aufklärung der Patientinnen und Patienten. Die Beiträge motivieren zu einem gesunden Lebensstil mit regelmäßiger Bewegung und ausgewogener Ernährung. Auch an wichtige Vorsorge- und Impftermine wird erinnert.

Die Titelstrecke ist jeweils einem Gesundheitsthema gewidmet, das viele Menschen betrifft – mit praktischen Tipps, wie jede und jeder sich auch selbst helfen kann. Dabei wird über Tabuthemen ebenso berichtet wie über die großen Volkskrankheiten Bluthochdruck, Diabetes, Rücken-, Gelenk- und Kopfschmerzen. Darüber hinaus nimmt das HausArzt-PatientenMagazin aktuelle Gesundheitstrends unter die Lupe und präsentiert spannende Erkenntnisse aus Wissenschaft und Forschung. Nicht zuletzt bietet die Redaktion aktuelle Informationen über gesundheitspolitische Entwicklungen, das Engagement des Hausärztinnen und Hausärzteverbands sowie die Digitalisierung im Gesundheitswesen – natürlich immer laienverständlich aufbereitet.

Patientinnen und Patienten erhalten das Magazin in der Praxis, damit sie es im Wartezimmer oder zu Hause lesen und so ihr Wissen vertiefen können. Es wird vom Bundesverband der Hausärztinnen und Hausärzte unterstützt und ist mit 1,06 Millionen Lesern pro Ausgabe[1] das führende Magazin in den hausärztlichen Praxen.

1 AWA 2024, deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahre

Seitenblicke

HausArzt Titelthema

Alles *Gute* für Ihr Herz

Ein gesunder Lebensstil bietet den besten Schutz vor ernsten Herz-Kreislauf-Erkrankungen. Erfahren Sie, mit welchen Strategien Sie gut gewappnet sind Text: Ute Wild

Kennen Sie eigentlich Ihr Herzalter? Wie schätzen Sie es ein: identisch mit Ihrem biologischen Alter, etwas jünger – oder hat Ihr Herz gefühlt mehr Jahre auf dem Buckel? Es ist kein Geheimnis, warum manch fitte Senioren noch flott steile Bergpfade erklimmen, wohingegen teils deutlich Jüngere schon bei einem leichten Anstieg aus der Puste geraten: Den Unterschied kann die Leistungsfähigkeit der „Pumpe" machen.

Ihr persönliches Schutzprogramm

Unser Herz schlägt etwa 60- bis 80-mal pro Minute – wer nachrechnet, kommt auf rund 42 Millionen Mal im Jahr. Wie lange es gesund und fit bleibt, hängt neben genetischen Faktoren und Vorerkrankungen wie Adipositas oder Diabetes vor allem vom Lebensstil ab. Das Herzalter ist in den allermeisten Fällen kein Schicksal, denn die Fürsorge liegt auch in unseren eigenen Händen.

Das ist eine Chance: Wer Risikofaktoren und schützende Strategien kennt sowie simple Gesundheitstipps beherzigt, kann das lebenswichtige Organ vor Erkrankungen schützen. Diese machen in Deutschland die Todesursache Nummer eins aus. Mit gut einem Drittel Anteil an allen Sterbefällen rangieren Herz-Kreislauf-Erkrankungen noch vor Krebs. Ein guter Grund, Gewohnheiten mal auf den Prüfstand zu stellen.

Herzinfarkte, Herzklappenerkrankungen, Rhythmusstörungen und Herzschwäche werden gerade mit zunehmendem Alter häufiger. „Das Leben Betroffener ist dann häufig stark eingeschränkt", sagt Professor Dr. Heribert Schunkert, Kardiologe und Direktor des Deutschen Herzzentrums in München. Stattdessen die Aussicht auf ein langes aktives Leben – ein besseres Argument gibt es nicht, um gleich mit dem persönlichen Herz-Schutzprogramm zu starten, oder? Je früher, desto besser!

Jetzt gleich loslegen!

Viele Menschen lassen zum Jahreswechsel bestimmte Vorsätze. Warum nicht 2024 mit einem gesunden Lebensstil fürs Herz beginnen? Davon profitieren sie übrigens auch ganzheitlich: Was dem Herz guttut, bietet auch Schutz vor vielen anderen Krankheiten und entzündlichen Prozessen, die unsere Gesundheit belasten könnten.

Auf den folgenden Seiten lesen Sie Gesundheitstipps von Hausärztinnen und Hausärzten, die von Studien untermauert sind. Möchten Sie Ihr Herzalter gleich testen? Das geht im Nu mit dem Selbsttest der Assmann-Stiftung für Prävention: herzalter-bestimmen.de →

Das Herz, der Motor unseres Körpers: Täglich pumpt es bis zu 10 000 Liter Blut durch unsere Gefäße

Herz(liche) Tipps

Gesund leben: Jetzt geht's los! S. 12
Bewegung: Kommen Sie in Schwung! S. 13
Essen mit Genuss! S. 13
Achtsamkeit: Lieber gelassen bleiben S. 14
Ab zur Vorsorge! S. 15
Sie nehmen Medikamente? S. 15
Frauen-Herzen schlagen anders S. 16

Foto: Getty Images

10 HausArzt 2024

2024 HausArzt 11

HausArzt Balance

Der Sommer kann kommen!

Fullpflege Im Winter schränken wir unseren Fellen oft wenig Beachtung. Doch nun darf sich Ihr Vierbeiner über Ihre Sommer-Zeit für ein kleines Pflegeprogramm in den Schattten freuen

HausArzt Balance

Gesund im Urlaub

Gesundheitsreisen Was genau ist das, wie sieht die Kundschaft aus? und kennen ... in den Genuss der Angebote? Text: Irmgard Kaiseringer

HausArzt Gesundheit

Fit trotz Hitze

Hohe Temperaturen können zum gesundheitlichen Problem werden – erst recht für ältere und chronisch kranke Menschen. Allein im vergangenen Jahr gab es 3100 Hitzetote. Ihr Klimawandel wird Hitzeschutz zu einem Dauerproblem machen. Was Sie im Sommer beachten sollten

Text: Sandra Glauner-Lechner Illustration: Lucia Schaller

Wie verhalte ich mich richtig bei Hitze?

Trinken, trinken, trinken – es heißt, die Alte gibt's nicht mehr. Doch bei Hitze ist das Anhängen eines der Jugend. Flüssigkeitsmangel von 1,5 bis zwei Liter, wie sich bei vielen Menschen bei Hitzewellen einstellt, kann zu Kreislaufproblemen führen und zu der bekannten Mangel- – auf Deutsch: Hitzeschlag – führen. Wenn Sie sich nicht wohl fühlen, ist es ein Alarmsignal, unbedingt Ruhe zu nehmen, einen Schattenplatz zu suchen, Kühlung zu verschaffen und Wasser zu trinken. Ältere haben häufig weniger Durstgefühl, weshalb Angehörige die Aufgabe haben, sie zu erinnern, ihr Trinken zu kontrollieren und gegebenenfalls einzugreifen. Bei Kindern ist es wichtig, sie zu ermutigen, ihren Durst zu stillen, schädlich sind Getränke mit Koffein und Alkohol.

Wer ist bei Hitze besonders gefährdet?

Diagnosen und Medikamente, Senioren und chronisch Kranke sind besonders betroffen. Hier kommen Erkrankungen wie Herz-Kreislauf-Erkrankungen, Diabetes, Nierenerkrankungen, Lungenerkrankungen, Demenz und Depressionen ins Spiel. Medikamente können die Regulation des Körpers beeinflussen und die Gefahr von Dehydrierung erhöhen. Ältere haben oft weniger Durstgefühl und erhalten die Kerne von Kreislaufproblemen.

→

Was sollte ich an heißen Tagen essen und trinken?

Die gesunde Trinkmenge variiert je nach Alter, Gewicht, Aktivitätslevel und individuellen Bedürfnissen. Im Allgemeinen wird empfohlen, mindestens 1,5 Liter Wasser pro Tag zu trinken, um eine ausreichende Hydratation zu gewährleisten. Bei erhöhten Temperaturen oder bei körperlicher Aktivität kann der Bedarf steigen. Es ist wichtig, regelmäßig kleinere Mengen über den Tag verteilt zu trinken, anstatt plötzlich große Mengen auf einmal zu konsumieren. Getränke, Gemüse und Früchte, reich an Wasser, sind ebenfalls eine gute Ergänzung zur Flüssigkeitszufuhr.

Wie sorge ich für ein angenehmes Raumklima?

Überhitzen Heizkörper neben vor allem Fußbodenheizungen, sind Wärmepumpen eine nachhaltigere Alternative. Sie nutzen die Umgebungswärme und können sowohl zur Heizung als auch zur Kühlung eingesetzt werden. Außerdem sollte man Fenster und Türen nicht kippen, sondern mit einer Stoßlüftung, bei der Fenster für kurze Zeit weit geöffnet werden, lüften. Dadurch wird die Luft schnell ausgetauscht und die Temperatur bleibt stabil. Zusätzlich können Jalousien oder Vorhänge tagsüber helfen, die Sonneneinstrahlung zu reduzieren und das Eindringen von Wärme zu minimieren. Pflanzen können ebenfalls zur Verbesserung des Raumklimas beitragen, indem sie Feuchtigkeit abgeben und die Luftqualität verbessern.

HausArzt Gesundheit

Unser Bewegungsapparat – lange gelenkig und mobil bleiben

Wie funktionieren eigentlich unsere Gelenke? Und wie halten wir sie fit? Mit diesen Strategien können Sie Beschwerden vorbeugen Text: Karsten Gunther

Unser Bewegungsapparat ist ein Wunderwerk, wenn auch verletzlich. Für alles mit einem Gelenk – Knie, Hüfte, Schulter, Ellenbogen, Zehen, Finger, Hals, Kiefer, Lendenwirbel usw. – die Finger schmerzen, Arbeitsgerätschaften und schon ein Nähnadelöhr bereiten Probleme. Laut Ergebnissen der Umfrage „Journal of Health Monitoring" des Robert Koch-Instituts 2021, in denen mehr 30 Minuten dieses betreffen gemessen ist ein. Im gleichen Zeitraum 2021 rund 18 Prozent an Nacken Schmerzen.

Doch wie macht unsere Gelenke so anfällig? Wie kann auf Dauer ein Mensch ein ohne Schmerzen bewegbar bleiben? Was ist unsere Kniekreisen im Körper vor Jeh ist eine Bewegungsorganen? Wie funktioniert eigentlich unser Knochen, die dem dieses, was es uns möglich? gerade Mobilitätsapparatum zu verschaffen. Übersicht und vor ist unser Knorpelschicht, die Gelenkpunkt, Knochen, Knorpel, Sehnen, Muskeln bewegen bestehen? Knorpel Gelenkflächen, wie Fußball, Handball, Tischtennis. Die Bänder wiederum sorgen für die richtige Zeitgleich und Stabilität. Und ohne die Muskulatur würde nichts bewegen. Sie sorgen für die Gelenke nicht gerade unseren Jeweiligen Bewegungsmuster schließlich ist eine wenn sich Muskel zusammenzieht und der andere sich entspannt. Oder anderen, Mahle Strukturen, Fachmann Dr. Ulrich Mahle, Leiter der Abteilung Humanpersonalen „Gesundes" in Glamburg, erklärt: „Diese Muskeln ermöglichen wir schnell Motorenteile ohne dies Pappenpreise."

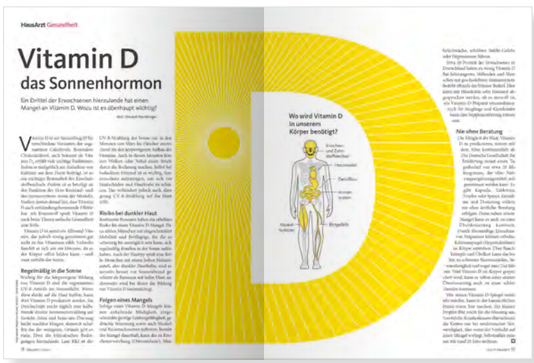
Jungerinnder Kniie und Hüfte

Wenn bekommen die meisten Menschen sich transformieren ältere Phänomen? Lass Unsichtbarkeit sind ja vor allem Gelenkverschleiß, der ist wegen Gelenkverschleiß, der Gelenkverschleiß Jahren ziegt sich bei vielen Menschen Arthrose-Hüfte" etwa jede zweite Frau und jeder dritte Mann mehr oder weniger dann heraus – je nach Schwerpunkt und individuellem Schmerzempfinden. Ein Grund für die Gelenkverschleiß Bewegungsfähigkeit eingeschränkt werden." Betrachte man diese alle Patienten zu versuchen, ist ebenfalls die Kate Sorgen Kind Normzur eine. „Das betrifft alt Jung, Sportler und Nichtsportler, Menschen bestimmt, ebenfalls, zum Fußball, Handball, Tischtennis Gelenkverschleiß Ursachen." Das Knie ist im Prinzip wie ein Wunderwerk der Ingenieurskunst, dient leider auch anfällig Gelenkverschleiß und so ein gelenk.

Die Knie ist im Prinzip wie ein Wunderwerk der Ingenieurskunst, dient leider auch anfällig Gelenkverschleiß und so ein gelenk.

So funktioniert das Knie

Knorpel- und Gelenkflüssigkeit sind wichtig für einen beweglichen Um diese gesund zu halten, müssen wir uns regelmäßig bewegen



HausArzt Gesundheit

Vitamin D das Sonnenhormon

Ein Drittel der Erwachsenen hierzulande hat einen Mangel an Vitamin D. Wozu ist es überhaupt wichtig? Text: Ortwin Rosenberger

Wo wird Vitamin D in unserem Körper benötigt?

Haut – Sonnenlicht und Zehn-Minuten-Sonnenbad

Darmfilm

Immunsystem

Hirnhäute

Hirnhälfte

Bringt Bilanz

Vitamin-D-Mangel kann zu Knochenschmerzen führen, Muskelschwäche und Depressionen führen. Vitamin D ist ein Hormon, das Knochen und Muskeln stärkt und das Immunsystem stärkt. Es wird durch Sonnenlicht und Nahrung aufgenommen und in der Leber und Niere aktiviert. Es wird für die Aufnahme von Kalzium und Phosphor benötigt und kann das Risiko für Krebs, Herzkrankheiten und Diabetes reduzieren. Es wird durch Sonnenlicht, Nahrung und Nahrungsergänzungsmittel aufgenommen

Media Facts

Verkaufte Auflage (4 × jährlich):

203.475 Exemplare

IVW 4/2024

Reichweite:

1,06 Mio. Leserinnen und Leser pro Ausgabe

AWA 2024, deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahre

TAP HausArzt-PatientenMagazin:

€ 88,95

1/1 Seite 4c netto, Preise 2025, IVW 4/2024

Leser-Strukturdaten

Leserschaftsstruktur (laut AWA 2024) nach relevanten Kriterien	AWA Gesamt Ant. %	HA-Patientenmagazin Ant. %	HA-Patientenmagazin Index
Geschlecht			
Männer	49,2	31,1	63
Frauen	50,8	68,9	**136**
Altersgruppen			
Bis 39 Jahre	34,8	13,4	39
40 – 59 Jahre	31,7	25,8	81
60 Jahre und älter	33,5	60,8	**182**
Informationsinteresse & Tipps: „Interessiert, gebe öfter Ratschläge. Gelte da als Experte“			
Medizinische Fragen	18,7	39,2	**209**
Gesunde Ernährung, gesunde Lebensweise	19,4	33,6	**173**
Diät, z. B. Diätvorschläge, Diätprodukte	5,2	10,3	**198**
Hautpflege, Körperpflege	8,8	13,9	**157**
Aussagen zur eigenen Gesundheit – Das könnte auf mich passen:			
Leute, die sehr auf ihre Gesundheit achten (Gesundheitsbewusste)	28,2	48,8	**173**
Leute, die Probleme mit ihrem (zu hohen) Gewicht haben	16,0	21,9	**136**
Leute mit erhöhtem Blutzucker, Diabetiker	8,7	18,9	**218**
Leute, die aus gesundheitlichen Gründen besonders auf ihre Ernährung achten	22,7	36,9	**162**
Bereiche mit hoher Ausgabebereitschaft			
Gesundheit, Wellness	34,2	52,2	**153**

Leser-Strukturdaten

Leserschaftsstruktur (laut AWA 2024) nach relevanten Kriterien	AWA Gesamt	HA-Patientenmagazin	
	Ant. %	Ant. %	Index
Kernzielgruppe			
Kernzielgruppe OTC [1]	21,1	43,0	**204**
Intensiv-Verwender von OTC-Produkten: In den letzten 3 Monaten persönlich verwendet			
Mittel gegen Durchblutungsstörungen, leichte Herz- und Kreislaufmittel, auch zur Beeinflussung des Blutdrucks	5,4	14,2	**264**
Mittel gegen Venenbeschwerden, Krampfadern	3,3	11,4	**344**
Tabletten, Tropfen oder andere Mittel gegen Nervosität, innere Unruhe	5,9	10,7	**183**
Mittel gegen Schlafstörungen	7,7	14,5	**187**
Mittel gg. Sodbrennen/Völlegefühl im Magen, Blähungen	12,8	17,8	**139**
Mittel gegen Verstopfung	3,7	6,9	**190**
Mittel gegen Gelenk- und Muskelbeschwerden	18,0	40,1	**223**
Mittel zur Stärkung bzw. Steigerung der Abwehrkräfte	13,2	24,5	**186**
Naturheilmittel, schonende Medikamente			
Lege großen Wert auf Naturheilmittel, schonende Medikamente	25,8	39,2	**152**
Leserschaftstypologien			
WOOPIES (Well off older people) [2]	8,9	13,4	**150**
Sonderzielgruppe Wellnessorientierte [3]	23,5	32,4	**138**
Umfassend Printaffine [4]	29,5	62,7	**213**
Persönlichkeitsstarke Multiplikatoren [5]	25,6	34,2	**134**

Potenzial: 70,48 Mio. – HausArzt-PatientenMagazin 1,06 Mio. Leser = 1,5 % Reichweite
1 Konsumentenkreis von Personen, die mind. 5 von 24 rezeptfreien Medikamenten/Heilmitteln i. d. letzten 3 Monaten persönlich gebraucht/verwendet haben
2 Rentner, Pensionäre unter 75 Jahre, HHNE 2.000 € und mehr
3 Personen, die mind. 3 von 4 Merkmalen zum Thema Wellness erfüllen
4 Tageszeitungen werden mindestens ziemlich regelmäßig, fast täglich gelesen und weiter Zeitschriftenhorizont (Stufe 1 bis 3)
5 Gleichgewichtige Verknüpfung der 3 Subskalen: Experten f. gesellschaftliche Themen, Experten f. Konsumthemen sowie bestimmte Werte u. Einstellungen

Themenauswahl 2025/2026

JANUAR 2025

AS: 20.11.2024 | ET: 02.01.2025

Prellung, Verstauchung, Zerrung

Auf dem Eis ausgerutscht: So lindern Sie Schmerzen

Dinge besser merken: Diese Übungen helfen

APRIL 2025

AS: 21.02.2025 | ET: 01.04.2025

Wohnen im Alter

Hilfe bei Pollenallergie

Fitness-Helfer: Trainieren trotz Handicap

Pflege für anspruchsvolle Haut

JULI 2025

AS: 21.05.2025 | ET: 01.07.2025

Klima und Gesundheit

Pflanzliche Heilmittel zur Selbsthilfe

Gesunder Mund – gesunder Mensch

Demenz: Tipps für pflegende Angehörige

OKTOBER 2025

AS: 26.08.2025 | ET: 01.10.2025

Impfen: So planen Sie Termine

Hören Sie noch gut?

Wichtige Informationen über Organspende

Wie beantrage ich eine Reha?

JANUAR 2026

AS: 20.11.2025 | ET: 02.01.2026

Guter Schlaf: So klappt's

Vitamine: Wichtige Vitalstoffe

Erektile Dysfunktion: Ursachen und Hilfe

Reisen trotz Handicap

Hier finden Sie alle aktuell verfügbaren Themen

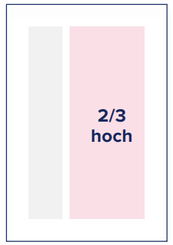
Änderungen vorbehalten

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

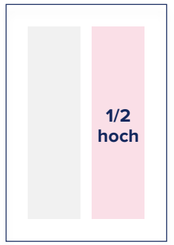
Formate

S.: B 394 mm × H 256 mm
A.: B 420 mm × H 280 mm

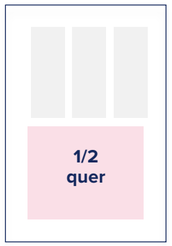
S.: B 184 mm × H 256 mm
A.: B 210 mm × H 280 mm



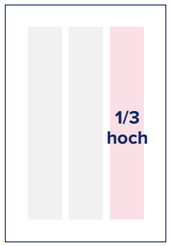
S.: B 120 mm × H 256 mm
A.: B 133 mm × H 280 mm



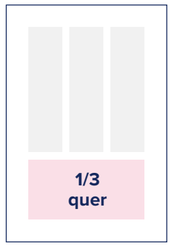
S.: B 88 mm × H 256 mm
A.: B 101 mm × H 280 mm



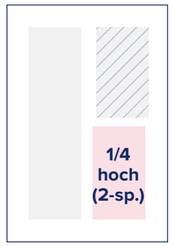
S.: B 184 mm × H 124 mm
A.: B 210 mm × H 136 mm



S.: B 56 mm × H 256 mm
A.: B 69 mm × H 280 mm



S.: B 184 mm × H 80 mm
A.: B 210 mm × H 92 mm



S.: B 88 mm × H 124 mm

S. = Satzspiegel-Format A. = Angeschnittene Anzeigen

Angaben in Millimetern (Breite × Höhe)

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

Weitere Formate auf Anfrage

Alle Infos zu unseren SONDER-WERBEFORMEN finden Sie hier

Preise

Preisliste 2025 (Nr. 22, gültig ab 13. Februar 2025), Erscheinungsweise: quartalsweise

Formate	HausArzt-PatientenMagazin
2/1 Seite	36.100 €
1/1 Seite	18.100 €
1/2 Seite	10.600 €
1/3 Seite	7.550 €
1/4 Seite	5.900 €
U2, U3 *	20.700 €
U4 *,**	21.700 €

Weitere Formate, Sonderformate auf Anfrage. Alle Preise zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer.
Die genannten Preise sind AE- und rabattfähig.
* Nicht in der Gesamtauflage möglich. Belegbare Auflage auf Anfrage. ** Sonderformat: 182 x 178
Für feste Platzierungswünsche werden 15 % Aufschlag berechnet.

Das HausArzt-PatientenMagazin erscheint jeweils in den Monaten Januar, April, Juli und Oktober

Beilagen, Beihefter und Beikleber

Beilagen: Spezifikationen und Preise	
Belegbare Auflagen	**Mindest-Auflage:** 0,10 Mio. Expl. **max. belegbare Auflage:** ca. 0,29 Mio. Expl.
Formate (Angaben in mm, BxH)	mind. 105 x 148 mm, max. 190 x 260 mm
Beilagengewicht	Minimalgewicht 5 g, Maximalgewicht auf Anfrage
Belegung Neutralauflage	€ 91 / ‰*
Neutralauflage Süd (Nielsen 3b, 4)	€ 104 / ‰*
Neutralauflage West (Nielsen 2, 3a)	€ 104 / ‰*
Neutralauflage Nord / Ost (Nielsen 1, 5, 6, 7)	€ 104 / ‰*
Beihefter: Spezifikationen und Preise	
Platzierung	in der Heftmitte (Rückendrahtheftung, Fußanlage)
Format (Angaben in mm, BxH)	mind. 115 x 148 mm, max. 210 x 280 mm
4-seitiger Beihefter (je weitere 4 Seiten plus € 10 / ‰)	
Belegbare Auflagen, **Mindest-Auflage:** 0,10 Mio. Expl., **max. belegbare Auflage:** ca. 0,21 Mio. Expl.	€ 78 / ‰
Belegung Süd (Nielsen 3b, 4)	€ 97 / ‰
Belegung West (Nielsen 2, 3a)	€ 97 / ‰
Belegung Nord / Ost (Nielsen 1, 5, 6, 7)	€ 97 / ‰
Beikleber: Spezifikationen und Preise	
Platzierung	auf 1/1 Seite Trägeranzeige (linke Seite) in der hinteren Hefthälfte (Fußanlage)
Format (Angaben in mm, BxH)	min. 55 x 85 bzw. 85 x 55 mm für Postkarten / Prospekte: max. 120 x 150 mm für Warenproben: max. 80 x 100 mm
Gewicht	max. 25 g
Mindestauflage	0,10 Mio. Expl.
bis 10 g in der Gesamtauflage (Gebiete Süd, West und Nord / Ost)	€ 44 / ‰**
bis 10 g in der Teilauflage (Gebiete Süd, West oder Nord / Ost)	€ 56 / ‰**
Basis für Beikleber zzgl. zum ‰-Beikleberpreis	1/1 Seite Trägeranzeige

* Preise bis 10 g, jede weitere 10 Gramm € 10 / ‰ ** jedes weitere Gramm € 10 / ‰

Technische Daten

Druckverfahren		Magazine
Rotations-Tiefdruck Bogen-Offsetdruck	(Inhalt) (Umschlag)	Senioren Ratgeber Diabetes Ratgeber
Rollenoffsetdruck Bogen-Offsetdruck	(Inhalt) (Umschlag)	Apotheken Umschau Apotheken Umschau ELTERN PTA Woman HausArzt-PatientenMagazin
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

Europas großes Kindermagazin

Seit 50 Jahren ist *medizini* eines der größten deutschen Kindermagazine. Dass sich ein Printmedium über so lange Zeit in einer Millionenauflage im Markt behauptet, ist eine absolute Seltenheit in der deutschen Medienlandschaft.

Das Geheimnis seines Erfolgs liegt nicht nur in dem großen Tierposter, für das *medizini* steht, sondern auch in der ständigen Weiterentwicklung des Magazins. Einerseits bietet medizini beste Unterhaltung mit eigenen Rätseln, Witzen und Comic-Serien, andererseits ist *medizini* Weltwissen für Kinder, das keine thematischen Schranken kennt. *medizini* führt seine jungen Leserinnen und Leser in die Welt der Wikinger genauso wie in den Regenwald oder zu den Sternen. Es berichtet über Kunst genauso wie über Roboter. Alles, was Kinder interessiert, ist auch ein Thema für *medizini*.

Dies gilt in besonderem Maß für die Wissens-Poster im DIN-A2-Format, die aufwendig und detailreich von der Redaktion entworfen und von erfahrenen Illustratorinnen und Illustratoren umgesetzt werden.

Online finden Sie uns auf www.wub-media.de/medizini

Seitenblicke

medizini Wissens-Poster

medizini Wimmel-Poster

Media Facts

Verkaufte Auflage:

1.067.600 Exemplare

IVW 4/2024

TAP medizini:

€ 65,66

1/1 Seite 4c netto, Preise 2025, IVW 4/2024

Groß

Mit nahezu 1,1 Mio. verkauften Exemplaren eines der großen deutschen Kindermagazine

Beliebt

Eltern und Großeltern schätzen das Magazin als wertvolle Lektüre für ihren Nachwuchs

Unterrichtsmaterial

Grundschullehrer nutzen medizini gerne begleitend im Unterricht

Pädagogisch wertvoll

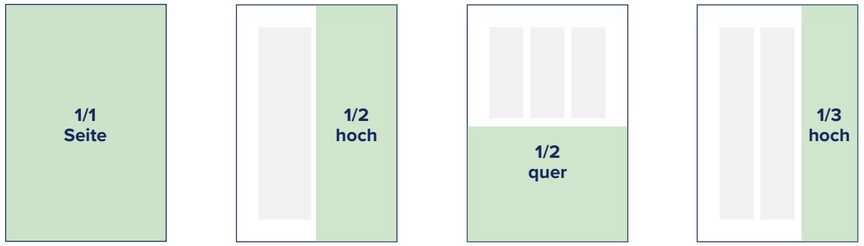
Von der »Stiftung Lesen« seit Jahren als pädagogisch wertvoll empfohlen

Termine 2025/2026

Monat	Anzeigenschlusstermin	Erscheinungstermin
Januar 2025	30.10.2024	02.01.2025
Februar 2025	02.12.2024	01.02.2025
März 2025	07.01.2025	01.03.2025
April 2025	04.02.2025	01.04.2025
Mai 2025	05.03.2025	02.05.2025
Juni 2025	02.04.2025	02.06.2025
Juli 2025	02.05.2025	01.07.2025
August 2025	05.06.2025	01.08.2025
September 2025	07.07.2025	01.09.2025
Oktober 2025	06.08.2025	01.10.2025
November 2025	05.09.2025	03.11.2025
Dezember 2025	06.10.2025	01.12.2025
Januar 2026	03.11.2025	02.01.2026
Februar 2026	01.12.2025	02.02.2026

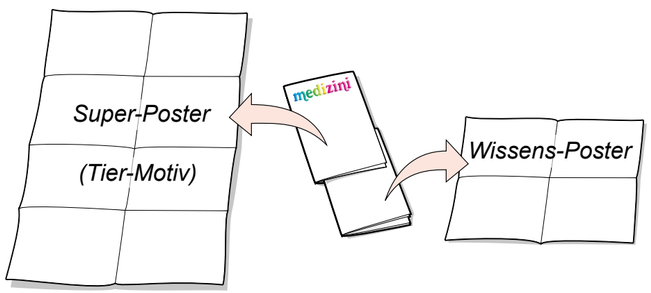
Alle Daten und Informationen zu den Digital-Angeboten des Wort & Bild Verlags finden Sie unter **www.wub-media.de/digital**

Formate und Preise



B 210 mm × H 297 mm | B 102 mm × H 297 mm | B 210 mm × H 145 mm | B 66 mm × H 297 mm

Die medizini-Faltung



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

Preisliste 2025 (Nr. 27, gültig ab 13. Februar 2025), Erscheinungsweise: monatlich

Formate	medizini
1/1 Seite	70.100 €
1/2 Seite	38.200 €
1/3 Seite	26.300 €
4/1 Seite (Posterbelegung, A2)	280.200 €

Weitere Formate, Sonderformate auf Anfrage. Alle Preise zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer.
Die genannten Preise sind AE- und rabattfähig.

Für feste Platzierungswünsche werden 15 % Aufschlag berechnet.

Technische Daten

Druckverfahren		Magazine
Rotations-Tiefdruck Bogen-Offsetdruck	(Inhalt) (Umschlag)	Senioren Ratgeber Diabetes Ratgeber
Rollenoffsetdruck Bogen-Offsetdruck	(Inhalt) (Umschlag)	Apotheken Umschau Apotheken Umschau ELTERN PTA Woman HausArzt-PatientenMagazin
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

Technische Daten

Druckverfahren		Magazine
Rotations-Tiefdruck Bogen-Offsetdruck	(Inhalt) (Umschlag)	Senioren Ratgeber Diabetes Ratgeber
Rollenoffsetdruck Bogen-Offsetdruck	(Inhalt) (Umschlag)	Apotheken Umschau Apotheken Umschau Eltern Ärztlicher Ratgeber für werdende und junge Eltern PTA Woman HausArzt-PatientenMagazin
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