



# MEDIA DATEN 2025

Apotheken Umschau  
ELTERN

**WORT  
& BILD  
VERLAG**



## 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 Ein-

schulung. 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

## Angesteckt! Und jetzt?

TEXT — KATHRIN SCHWARZE-REITER  
ILLUSTRATION — PATRICK WIDMER

**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**  
Borrenflechte, auch als *Impetigo contagiosa* bekannt, ist eine gelbkrustige Hauterkrankung, die bei Kindern häufig auftritt. Sie wird durch Bakterien verursacht, die infizierte Hautstellen jucken stark. Antibiotische Salben helfen, beim Auftragen Spielzeug oder Handschuhe verwenden. Um sich zu schützen, ist es wichtig, Hautkontakt zu vermeiden, Händtücher 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.

**Kita-Krankheit**  
Illustration of various germs and children playing.

## Schnullerfee im Anflug

Wie weit ihr den Schnuller losgeworden? Eltern erzählen

3 Tipps mit 10 Monaten

**1** **„Ich habe ein Problem“**  
Die Schnullerabhängigkeit hat ein ganzes Jahr lang gepöbeln. In der Regel ist das Schnullerproblem im Alter von 10 bis 12 Monaten am stärksten ausgeprägt. Die meisten Eltern berichten, dass ihr Kind den Schnuller nicht mehr braucht, wenn es schläft. Das ist ein gutes Zeichen dafür, dass das Kind bereit ist, den Schnuller loszulassen. Aber es kann auch ein Zeichen dafür sein, dass das Kind sich nicht traut, ohne den Schnuller zu sein. In diesem Fall kann es hilfreich sein, das Kind zu ermutigen, den Schnuller loszulassen, wenn es schläft. Das kann durch das Einlegen eines Kuscheltiers oder eines Spielzeugs erreicht werden.

**2** **„Gute Nacht, Baby“**  
Gute Nacht, Baby. Das ist ein wichtiger Moment für die Eltern, um das Kind zu beruhigen und ihm zu zeigen, dass er sicher ist. Das Kind sollte wissen, dass die Eltern es lieben und dass es in Ordnung ist, ohne den Schnuller zu sein. Das kann durch das Einlegen eines Kuscheltiers oder eines Spielzeugs erreicht werden.

**3** **„Schnuller, hier ist dein Freund“**  
Schnuller, hier ist dein Freund. Das ist ein wichtiger Moment für die Eltern, um das Kind zu beruhigen und ihm zu zeigen, dass er sicher ist. Das Kind sollte wissen, dass die Eltern es lieben und dass es in Ordnung ist, ohne den Schnuller zu sein. Das kann durch das Einlegen eines Kuscheltiers oder eines Spielzeugs erreicht werden.

## Her mit den Moneten!

Geld schenken für die eigenen Kinder ist gar nicht so einfach. Wir stellen verschiedene Wege vor und zeigen, wie man es richtig macht

**1** **„Geld schenken“**  
Geld schenken ist ein wichtiger Moment für die Eltern, um das Kind zu beruhigen und ihm zu zeigen, dass er sicher ist. Das Kind sollte wissen, dass die Eltern es lieben und dass es in Ordnung ist, ohne den Schnuller zu sein. Das kann durch das Einlegen eines Kuscheltiers oder eines Spielzeugs erreicht werden.

**2** **„Der frühe Vogel fliegt zum Zister“**  
Der frühe Vogel fliegt zum Zister. Das ist ein wichtiger Moment für die Eltern, um das Kind zu beruhigen und ihm zu zeigen, dass er sicher ist. Das Kind sollte wissen, dass die Eltern es lieben und dass es in Ordnung ist, ohne den Schnuller zu sein. Das kann durch das Einlegen eines Kuscheltiers oder eines Spielzeugs erreicht werden.

**3** **„Eine sichere (Schutz)Kiste“**  
Eine sichere (Schutz)Kiste. Das ist ein wichtiger Moment für die Eltern, um das Kind zu beruhigen und ihm zu zeigen, dass er sicher ist. Das Kind sollte wissen, dass die Eltern es lieben und dass es in Ordnung ist, ohne den Schnuller zu sein. Das kann durch das Einlegen eines Kuscheltiers oder eines Spielzeugs erreicht werden.

## Jetzt wird's grün

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

**1** **„Eisen-Pesto“**  
Eisen-Pesto ist ein wichtiger Moment für die Eltern, um das Kind zu beruhigen und ihm zu zeigen, dass er sicher ist. Das Kind sollte wissen, dass die Eltern es lieben und dass es in Ordnung ist, ohne den Schnuller zu sein. Das kann durch das Einlegen eines Kuscheltiers oder eines Spielzeugs erreicht werden.

**2** **„Gurkensuppe“**  
Gurkensuppe ist ein wichtiger Moment für die Eltern, um das Kind zu beruhigen und ihm zu zeigen, dass er sicher ist. Das Kind sollte wissen, dass die Eltern es lieben und dass es in Ordnung ist, ohne den Schnuller zu sein. Das kann durch das Einlegen eines Kuscheltiers oder eines Spielzeugs erreicht werden.

**3** **„Spinat-Couscous“**  
Spinat-Couscous ist ein wichtiger Moment für die Eltern, um das Kind zu beruhigen und ihm zu zeigen, dass er sicher ist. Das Kind sollte wissen, dass die Eltern es lieben und dass es in Ordnung ist, ohne den Schnuller zu sein. Das kann durch das Einlegen eines Kuscheltiers oder eines Spielzeugs erreicht werden.

## VITAMIN

Der Körper stellt es selbst her, aber in manchen Lebensphasen reicht das nicht aus. Das sind Zink, Eisen und Vitamin D

**1** **„Wofür brauchen Kinder Vitamin D?“**  
Vitamin D ist ein wichtiger Moment für die Eltern, um das Kind zu beruhigen und ihm zu zeigen, dass er sicher ist. Das Kind sollte wissen, dass die Eltern es lieben und dass es in Ordnung ist, ohne den Schnuller zu sein. Das kann durch das Einlegen eines Kuscheltiers oder eines Spielzeugs erreicht werden.

**2** **„Wie bekommt der Körper Vitamin D?“**  
Der Körper bekommt Vitamin D durch die Sonne. Das ist ein wichtiger Moment für die Eltern, um das Kind zu beruhigen und ihm zu zeigen, dass er sicher ist. Das Kind sollte wissen, dass die Eltern es lieben und dass es in Ordnung ist, ohne den Schnuller zu sein. Das kann durch das Einlegen eines Kuscheltiers oder eines Spielzeugs erreicht werden.

**3** **„Was gilt für Säuglinge?“**  
Für Säuglinge ist Vitamin D ein wichtiger Moment für die Eltern, um das Kind zu beruhigen und ihm zu zeigen, dass er sicher ist. Das Kind sollte wissen, dass die Eltern es lieben und dass es in Ordnung ist, ohne den Schnuller zu sein. Das kann durch das Einlegen eines Kuscheltiers oder eines Spielzeugs erreicht werden.

**4** **„Brauchen Klein- und Schulkinder extra Vitamin D?“**  
Klein- und Schulkinder brauchen extra Vitamin D. Das ist ein wichtiger Moment für die Eltern, um das Kind zu beruhigen und ihm zu zeigen, dass er sicher ist. Das Kind sollte wissen, dass die Eltern es lieben und dass es in Ordnung ist, ohne den Schnuller zu sein. Das kann durch das Einlegen eines Kuscheltiers oder eines Spielzeugs erreicht werden.

**5** **„Was sollten Eltern tun?“**  
Eltern sollten Vitamin D für ihre Kinder einnehmen. Das ist ein wichtiger Moment für die Eltern, um das Kind zu beruhigen und ihm zu zeigen, dass er sicher ist. Das Kind sollte wissen, dass die Eltern es lieben und dass es in Ordnung ist, ohne den Schnuller zu sein. Das kann durch das Einlegen eines Kuscheltiers oder eines Spielzeugs erreicht werden.

**6** **„Und Schwangerschaft und Stillzeit?“**  
Während der Schwangerschaft und Stillzeit ist Vitamin D ein wichtiger Moment für die Eltern, um das Kind zu beruhigen und ihm zu zeigen, dass er sicher ist. Das Kind sollte wissen, dass die Eltern es lieben und dass es in Ordnung ist, ohne den Schnuller zu sein. Das kann durch das Einlegen eines Kuscheltiers oder eines Spielzeugs erreicht werden.

## Guten Abend, gute Nacht

Nichts fehlt uns Eltern so sehr wie Schlaf. Abends kommt er irgendwann wieder. Manchmal hast du das beschleunigte

**1** **„Schlaf“**  
Schlaf ist ein wichtiger Moment für die Eltern, um das Kind zu beruhigen und ihm zu zeigen, dass er sicher ist. Das Kind sollte wissen, dass die Eltern es lieben und dass es in Ordnung ist, ohne den Schnuller zu sein. Das kann durch das Einlegen eines Kuscheltiers oder eines Spielzeugs erreicht werden.

**2** **„Schlaf“**  
Schlaf ist ein wichtiger Moment für die Eltern, um das Kind zu beruhigen und ihm zu zeigen, dass er sicher ist. Das Kind sollte wissen, dass die Eltern es lieben und dass es in Ordnung ist, ohne den Schnuller zu sein. Das kann durch das Einlegen eines Kuscheltiers oder eines Spielzeugs erreicht werden.

**3** **„Schlaf“**  
Schlaf ist ein wichtiger Moment für die Eltern, um das Kind zu beruhigen und ihm zu zeigen, dass er sicher ist. Das Kind sollte wissen, dass die Eltern es lieben und dass es in Ordnung ist, ohne den Schnuller zu sein. Das kann durch das Einlegen eines Kuscheltiers oder eines Spielzeugs erreicht werden.

## ALLE GESUND?

**2** **„Gesundheit“**  
Gesundheit ist ein wichtiger Moment für die Eltern, um das Kind zu beruhigen und ihm zu zeigen, dass er sicher ist. Das Kind sollte wissen, dass die Eltern es lieben und dass es in Ordnung ist, ohne den Schnuller zu sein. Das kann durch das Einlegen eines Kuscheltiers oder eines Spielzeugs erreicht werden.

**3** **„Gesundheit“**  
Gesundheit ist ein wichtiger Moment für die Eltern, um das Kind zu beruhigen und ihm zu zeigen, dass er sicher ist. Das Kind sollte wissen, dass die Eltern es lieben und dass es in Ordnung ist, ohne den Schnuller zu sein. Das kann durch das Einlegen eines Kuscheltiers oder eines Spielzeugs erreicht werden.

**4** **„Gesundheit“**  
Gesundheit ist ein wichtiger Moment für die Eltern, um das Kind zu beruhigen und ihm zu zeigen, dass er sicher ist. Das Kind sollte wissen, dass die Eltern es lieben und dass es in Ordnung ist, ohne den Schnuller zu sein. Das kann durch das Einlegen eines Kuscheltiers oder eines Spielzeugs erreicht werden.

## MAMA HAT'S INKREUZ

**MAMAS TRAININGSPLAN**  
LIS LIGHTS

**1** **„Schritt 1“**  
Schritt 1 ist ein wichtiger Moment für die Eltern, um das Kind zu beruhigen und ihm zu zeigen, dass er sicher ist. Das Kind sollte wissen, dass die Eltern es lieben und dass es in Ordnung ist, ohne den Schnuller zu sein. Das kann durch das Einlegen eines Kuscheltiers oder eines Spielzeugs erreicht werden.

**2** **„Schritt 2“**  
Schritt 2 ist ein wichtiger Moment für die Eltern, um das Kind zu beruhigen und ihm zu zeigen, dass er sicher ist. Das Kind sollte wissen, dass die Eltern es lieben und dass es in Ordnung ist, ohne den Schnuller zu sein. Das kann durch das Einlegen eines Kuscheltiers oder eines Spielzeugs erreicht werden.

**3** **„Schritt 3“**  
Schritt 3 ist ein wichtiger Moment für die Eltern, um das Kind zu beruhigen und ihm zu zeigen, dass er sicher ist. Das Kind sollte wissen, dass die Eltern es lieben und dass es in Ordnung ist, ohne den Schnuller zu sein. Das kann durch das Einlegen eines Kuscheltiers oder eines Spielzeugs erreicht werden.

## Was tun bei Fieber?

Hohes Fieber bei Kindern ist ein Zeichen für eine Infektion. Hier sind einige Tipps, wie man damit umgeht.

**1** **„Fieber messen“**  
Fieber messen ist ein wichtiger Moment für die Eltern, um das Kind zu beruhigen und ihm zu zeigen, dass er sicher ist. Das Kind sollte wissen, dass die Eltern es lieben und dass es in Ordnung ist, ohne den Schnuller zu sein. Das kann durch das Einlegen eines Kuscheltiers oder eines Spielzeugs erreicht werden.

**2** **„Fieber behandeln“**  
Fieber behandeln ist ein wichtiger Moment für die Eltern, um das Kind zu beruhigen und ihm zu zeigen, dass er sicher ist. Das Kind sollte wissen, dass die Eltern es lieben und dass es in Ordnung ist, ohne den Schnuller zu sein. Das kann durch das Einlegen eines Kuscheltiers oder eines Spielzeugs erreicht werden.

**3** **„Fieber vorbeugen“**  
Fieber vorbeugen ist ein wichtiger Moment für die Eltern, um das Kind zu beruhigen und ihm zu zeigen, dass er sicher ist. Das Kind sollte wissen, dass die Eltern es lieben und dass es in Ordnung ist, ohne den Schnuller zu sein. Das kann durch das Einlegen eines Kuscheltiers oder eines Spielzeugs erreicht werden.

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

# Leser-Strukturdaten

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

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

## MÄRZ 2025

AS: 16.01.2025 | ET: 01.03.2025

Allergien 

Familienauto

Entschleunigung

## MAI 2025

AS: 14.03.2025 | ET: 02.05.2025

Nachhaltigkeit

Stillen

Abnehmen nach Geburt

## FEBRUAR 2025

AS: 11.12.2024 | ET: 01.02.2025

Impfungen

Durchfall

Versicherungen

## APRIL 2025

AS: 13.02.2025 | ET: 01.04.2025

Hautpflege

Caravanning / Camping

Müdigkeit

## JUNI 2025

AS: 11.04.2025 | ET: 02.06.2025

Nahrungsergänzung

Reiseapotheke

Genug trinken

# Themenauswahl 2025

## JULI 2025

AS: 13.05.2025 | ET: 01.07.2025

Kinderzähne

Sonnenschutz 

Insektenstiche

## SEPTEMBER 2025

AS: 16.07.2025 | ET: 01.09.2025

Windeldermatitis

Nabelschnurblut

Erkältung

## NOVEMBER 2025

AS: 16.09.2025 | ET: 03.11.2025

Winterurlaub

Die ersten Schuhe

Vegane Ernährung

## AUGUST 2025

AS: 17.06.2025 | ET: 01.08.2025

Beikost

Schwangerschaftsstreifen

Ausstattung

## OKTOBER 2025

AS: 18.08.2025 | ET: 01.10.2025

Läuse

Immunsystem

Versicherungen

## 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

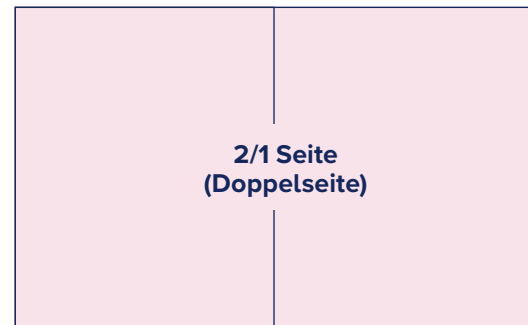
Unverträglichkeiten

Impfungen

Fieber

Änderungen vorbehalten

# Formate



2/1 Seite  
(Doppelseite)

**2/1 Seite im Anschnitt**  
B 390 mm x H 240 mm



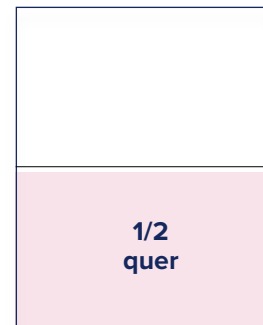
- 1/1 Seite
- U2
- U3
- U4\*

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



1/2  
hoch

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



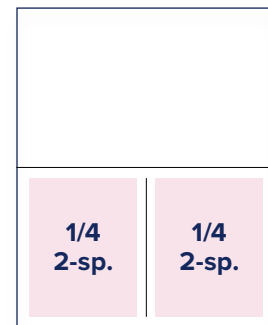
1/2  
quer

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



1/3  
hoch

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



1/4  
2-sp.    1/4  
2-sp.

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



1/4  
2-sp.

1/4  
2-sp.

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



2/3  
hoch

**2/3 Seite hoch im Anschnitt**  
B 123 mm x 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 x 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.

# Sonderwerbformen

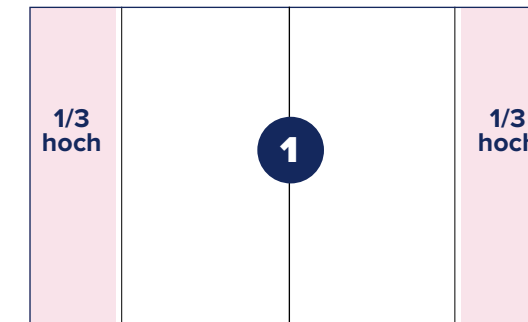
Preisliste 2025 (Nr. 55, gültig ab 13. Februar 2025), Erscheinungsweise: monatlich

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 €

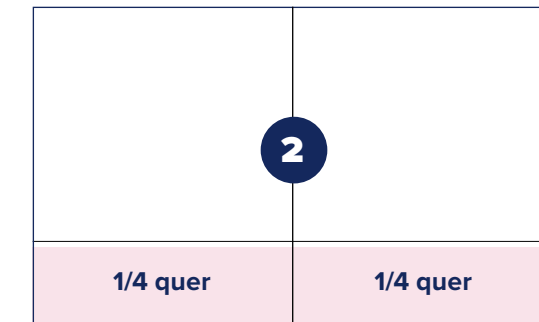
Weitere Formate, Sonderformate auf Anfrage. Alle Preise zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer. Die genannten Preise sind AE- und rabattfähig.

\* Belegung in der Gesamtauflage möglich.

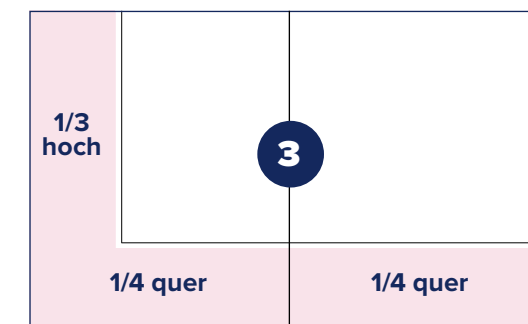
Für feste Platzierungswünsche werden 15% Aufschlag berechnet.



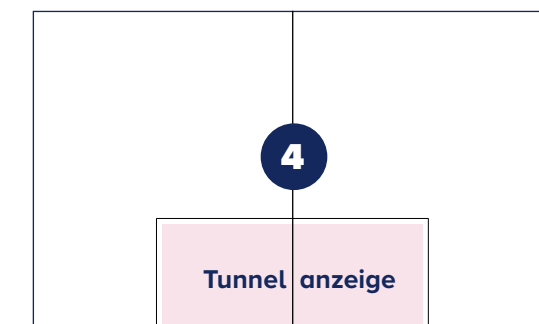
**2 x 1/3 Seite gegenüberliegend**  
 Format 1 x 1/3 S. hoch: B 65 mm x H 240 mm  
 Anschnittformat: B 71 mm x H 252 mm  
 Platzierung: auf einer Doppelseite außenseitig gegenüberliegend



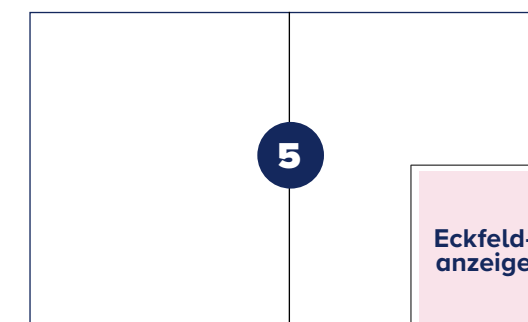
**2 x 1/4 Seite gegenüberliegend**  
 Format 1 x 1/4 S. quer: B 195 mm x H 60 mm  
 Anschnittformat: B 201 mm x H 66 mm  
 Platzierung: auf einer Doppelseite unten gegenüberliegend



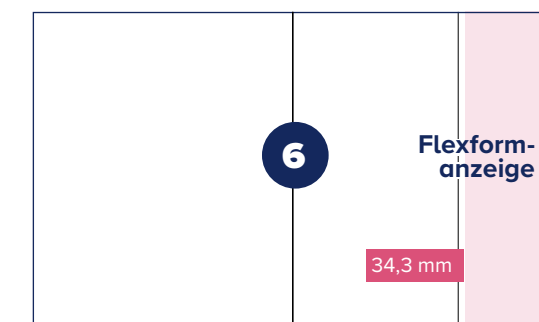
**L-Anzeige**  
 Format 1 x 1/3 S. hoch: B 65 mm x H 240 mm  
 Anschnittformat: B 71 mm x H 252 mm  
 Format 1 x 1/4 S. quer: B 195 mm x H 60 mm  
 Anschnittformat: B 201 mm x H 66 mm  
 Platzierung: linksseitig beginnend mit 1/3 S. hoch



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



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



**Flexformanzeige** (nur auf vorherige Anfrage)  
 Format Flexformanzeige: B 65 mm x H 240 mm  
 Anschnittformat: B 71 mm x 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)

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



# Beilagen, Beihefter und Beikleber

Beilagen: Spezifikationen und Preise	
Belegbare Auflagen	<b>Max.-Auflage:</b> Neutralauflage gesamt oder Neutralauflagen nach Nielsen, <b>Mind.-Auflage:</b> 0,10 Mio. Expl.
Formate (Angaben in mm, BxH)	mind. 105x148 mm, max. 175x220 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. 115x148 mm, max. 195x240 mm
<b>4-seitiger Beihefter</b> (je weitere 4 Seiten plus € 10/‰)	
Belegbare Auflagen**, <b>Mindest-Auflage:</b> 0,10 Mio. Expl., <b>max. belegbare Auflage:</b> 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. 55x85 bzw. 85x55 mm für Postkarten / Prospekte: max. 120x150 mm für Warenproben: max. 80x100 mm
Gewicht Beikleber	max. 25 g
Mindestauflage	0,10 Mio. Expl.
bis 10 g in der Gesamtauflage (Gebiete Süd, West <u>und</u> Nord / Ost)	€ 44/‰***
bis 10 g in der Teilaufgabe (Gebiete Süd, West <u>oder</u> 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

## Druckunterlagen

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

## Anzeigenbeschnitt

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

## Datenanlieferung

[www.duon-portal.de](http://www.duon-portal.de)

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

# Allgemeine Geschäftsbedingungen

1. »Anzeigenauftrag« oder »Auftrag« im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen (nachfolgend »AGB«) ist der Vertrag zwischen der Wort & Bild Verlag Konradshöhe GmbH & Co. KG (nachfolgend »Verlag«) und einem Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten (nachfolgend insgesamt als »Auftraggeber« bezeichnet) über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen, Fremdbeilagen und/oder sonstiger Werbemittel in einer Druckschrift zum Zweck der Verbreitung.

2. Für jeden Auftrag und Folgeaufträge gelten die vorliegenden AGB sowie die im Zeitpunkt der Veröffentlichung der Werbung aktuelle Preisliste des Verlags, deren Regelungen einen wesentlichen Vertragsbestandteil bilden. Die Gültigkeit etwaiger AGB des Auftraggebers ist, soweit sie mit diesen AGB nicht übereinstimmen, ausgeschlossen.

3. Aufträge können persönlich, telefonisch, schriftlich, per E-Mail, Telefax oder per Internet aufgegeben werden. Der Verlag haftet nicht für Übermittlungsfehler. Der Vertrag kommt erst durch die Auftragsbestätigung des Verlags zustande, die vorbehaltlich anderer individueller Vereinbarungen zwischen Verlag und Auftraggeber schriftlich, per Telefax oder per E-Mail erfolgt.

Aufträge für Beihefter, Beikleber und Beilagen sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Musters und seiner Billigung durch den Verlag bindend.

4. Ein »Abschluss« ist ein Vertrag über die Veröffentlichung mehrerer Anzeigen, Fremdbeilagen oder sonstiger Werbemittel unter Beachtung der dem Auftraggeber gemäß jeweils geltender Preisliste zu gewährenden Rabatte, wobei die einzelnen rechtsverbindlichen Auftragsaufträge jeweils erst durch schriftliche oder elektronische (z. B. E-Mail) Bestätigung des Abrufs zustande kommen.

Ein »Abruf« ist die Aufforderung des Auftraggebers an den Verlag, auf Grundlage eines Abschlusses eine konkrete Anzeige, Fremdbeilage oder ein sonstiges Werbemittel zu veröffentlichen und die vom Auftraggeber veranlasste Zustellung der für die Produktion erforderlichen Texte und Vorlagen beim Verlag. Ist kein Erscheinungstermin vereinbart, sind Anzeigen, Fremdbeilagen und/oder sonstige Werbemittel im Zweifel zur Veröffentlichung innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzurufen. Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln, sofern die erste Anzeige innerhalb eines Jahres nach Vertragsschluss abgerufen und veröffentlicht wird. Die zahlen- und mengenmäßige Einbeziehung in einen Abschluss, für die die Preisliste keinen Nachlass vorsieht, ist nicht möglich.

Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in Ziffer 4 Absatz 2 genannten Frist auch über die im Auftrag genannte Anzeigenmenge hinaus weitere Anzeigen abzurufen.

5. Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen gegenüber den Werbungtreibenden an die Preisliste des Verlags zu halten. Die vom Verlag gewährte Vermittlungsprovision errechnet sich aus dem Kundennetto, also nach Abzug von Rabatt, Boni und Mängelnachlass. Sie wird nur an vom Verlag anerkannte Werbeagenturen vergütet unter der Voraussetzung, dass der Auftrag unmittelbar von der Werbeagentur erteilt wird, ihr die Beschaffung der fertigen und druckreifen Druckunterlagen obliegt und eine Gewerbeanmeldung als Werbeagentur vorliegt. Dem Verlag steht es frei, Aufträge von Werbeagenturen abzulehnen, wenn Zweifel an der berufsmäßigen Ausübung der Agenturtätigkeit oder der Bonität der Werbeagentur bestehen. Anzeigenaufträge durch Werbeagenturen werden in deren Namen und auf deren Rechnung erteilt. Soweit Werbeagenturen Aufträge erteilen, kommt der Vertrag daher im Zweifel mit der Werbeagentur zustande. Soll ein Werbungtreibender Auftraggeber werden, muss dies gesondert unter namentlicher Nennung des Werbungtreibenden vereinbart werden. Der Verlag ist berechtigt, von der Werbeagentur einen Mandatsnachweis zu verlangen.

6. Der Verlag ist berechtigt, Aufträge, auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses, nach sachgemäßem Ermessen abzulehnen. Dies gilt insbesondere, wenn der Inhalt der Werbung gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt, die Veröffentlichung der Werbung für den Verlag wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist, wenn Beihefter, Beikleber und/oder Beilagen durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung oder Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten oder im Fall eines Verstoßes gegen Ziffer 23 dieser AGB. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

7. Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschied zwischen dem aufgrund einer höheren Abnahmemenge gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass (Rabatt) dem Verlag zu erstatten. Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höhere Gewalt im Risikobereich des Verlags beruht.

8. Aufträge für Anzeigen und Fremdbeilager, 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, Fremdbeilager, Beikleber und/oder sonstiger Werbemittel, ist ausschließlich der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. Der Verlag gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten. Druckunterlagen werden nur auf schriftliche Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt, andernfalls gehen sie in das Eigentum des Verlags über. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet sechs Wochen nach Veröffentlichung der vorgelegten Druckunterlage.

11. Reklamationen müssen vom Auftraggeber bei offensichtlichen Mängeln innerhalb von zwei Wochen nach Veröffentlichung der Anzeige geltend gemacht werden. Nicht offensichtliche Mängel müssen Kaufleute spätestens ein Jahr nach Veröffentlichung der Anzeige reklamieren. Bei fehlerhaftem Abdruck einer Anzeige, trotz rechtzeitiger Lieferung einwandfreier Druckunterlagen und rechtzeitiger Reklamation, kann der Auftraggeber den Abdruck einer einwandfreien Ersatzanzeige verlangen. Der Anspruch auf Nacherfüllung ist ausgeschlossen, wenn der Mangel den Anzeigenzweck nicht beeinträchtigt (z. B. bei geringfügigen Farbfehlern oder bei einem nicht ganz scharfen Abdruck) und/oder wenn die Nacherfüllung für den Verlag mit unverhältnismäßigen Kosten verbunden ist. Lässt der Verlag eine ihm gesetzte angemessene Frist verstreichen, verweigert er die Nacherfüllung, ist die Nacherfüllung dem Auftraggeber nicht zumutbar oder schlägt sie fehl, so hat der Auftraggeber das Recht, vom Vertrag zurückzutreten oder Zahlungsminderung in dem Ausmaß geltend zu machen, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Gewährleistungsansprüche von Kaufleuten verjähren zwölf Monate nach Veröffentlichung der entsprechenden Anzeige.

12. Der Verlag haftet für vorsätzlich oder grob fahrlässig verursachte Schäden, für Schäden aus schuldhafter Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit sowie für Schäden aufgrund mindestens leicht fahrlässiger Verletzung einer Pflicht, deren Erfüllung die ordnungsgemäße Durchführung des Werbeauftrags überhaupt erst ermöglicht, deren Verletzung die Erreichung des Vertragszwecks gefährdet und auf deren Einhaltung der Auftraggeber regelmäßig vertraut. Die Schadensersatzpflicht ist – abgesehen von der Haftung für Vorsatz und schuldhafter Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit – auf den vorhersehbaren, typischerweise eintretenden Schaden begrenzt. Im Übrigen sind Schadensersatzansprüche gegen den Verlag unabhängig vom Rechtsgrund ausgeschlossen. Soweit die Haftung des Verlags nach den vorstehenden Regelungen ausgeschlossen oder beschränkt ist, gilt dies auch für die persönliche Haftung ihrer Mitarbeiter, Vertreter und Erfüllungsgehilfen. Die Haftung nach dem Produkthaftungsgesetz bleibt hiervon unberührt. Schadensersatzansprüche von Kaufleuten gegen den Verlag verjähren, abgesehen von Ansprüchen aus unerlaubter oder vorsätzlicher Handlung, in zwölf Monaten nach dem Zeitpunkt, in dem der Auftraggeber von den den Anspruch begründenden Umständen Kenntnis erlangt hat oder hätte erlangen müssen.

13. Haftungsfreistellungserklärung: Der Auftraggeber ist für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der Anzeige verantwortlich. Er stellt den Verlag von allen Ansprüchen Dritter (z. B. Schutzrechtsverletzungen, Verletzung von Persönlichkeitsrechten, Verletzungen des Heilmittelwerbegesetzes oder der Health-Claims-Verordnung) frei, einschließlich der angemessenen Kosten zur gerichtlichen und außergerichtlichen Rechtsverteidigung, selbst wenn die Vergütung der vom Verlag beauftragten Anwälte die gesetzlich vorgeschriebenen Gebühren überschreiten. Wird der Verlag (z. B. durch gerichtliche Entscheidung) zum Abdruck einer Gegendarstellung o.Ä. verpflichtet, hat der Auftraggeber die Kosten nach der gültigen Anzeigenpreisliste zu tragen.

14. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist schriftlich mitgeteilt werden, anderenfalls gilt die Genehmigung zum Druck als erteilt.

15. Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die je nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.

16. Der Verlag behält sich vor, in Einzelfällen Vorkasse bis zum Anzeigenschluss zu verlangen, insbesondere bei der Neuaufnahme einer Geschäftsbeziehung, bei im Ausland ansässigen Auftraggebern oder wenn begründete Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers vorliegen. Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung sofort, möglichst aber zum 15. des Vormonats der Veröffentlichung der Anzeige, übersandt. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Rechnung ersichtlichen, vom Empfang der Rechnung an laufenden Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist.

Die Zahlungsbedingungen lauten wie folgt: Rein netto 14 Tage nach dem Erscheinungstag; bei Zahlungseingang 3 Tage vor dem Erscheinungstag 2 % Skonto.

17. Der Auftraggeber ist zur Aufrechnung mit Gegenansprüchen nur berechtigt, wenn seine Gegenansprüche rechtskräftig festgestellt und nicht bestritten sind.

18. Der Verlag liefert auf Wunsch nach Veröffentlichung der Werbung einen Anzeigenbeleg. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine Bescheinigung des Verlags über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.

19. Kosten für die Anfertigung bestellter Druckstöcke, Matrern und Zeichnungen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.

20. Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittlich verkaufte Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisminderung berechtigender Mangel, wenn sie bei einer Auflage von bis zu 500 000 Exemplaren 10 v. H., bei über 500 000 Exemplaren 5 v. H. beträgt. Darüber hinaus sind bei Abschlüssen etwaige Preisminderungsansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber von dem Sinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Vertrag hätte zurücktreten können.

21. Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrags.

22. Ein Ausschluss von Mitbewerbern des Auftraggebers und/oder des Werbungtreibenden für eine bestimmte Ausgabe oder auf der gleichen Seite kann nicht gewährt werden.

23. Die Anzeigen dürfen den Interessen der Abonnenten nicht widersprechen. Stellt sich erst nach Erscheinen der Anzeige heraus, dass die Anzeigen von den Abonnenten nicht erwünscht sind, so hat der Verlag auch nachträglich das Recht, von der Abwicklung des Auftrags sofort zurückzutreten.

24. Wegen des begrenzten Anzeigenraumes gilt für den Inserenten ein Rücktrittsrecht nur dann, wenn es ausdrücklich vorher vereinbart und durch den Verlag bestätigt wurde. Von dem Rücktrittsrecht kann jedoch nur spätestens 8 Wochen vor Anzeigenschluss Gebrauch gemacht werden.

25. Beihefter, Beikleber und Beilagen, Ein- und Durchhefter dürfen nur dann Werbung für mehrere Produkte oder Dienstleistungen enthalten, wenn es sich um Produkte oder Dienstleistungen des gleichen Unternehmens oder der gleichen Unternehmensgruppe handelt.

26. Feste Platzierungszusagen verlieren ihre Gültigkeit, wenn die umbruchtechnische Hefstruktur eine Umplatzierung der Anzeige erforderlich macht.

27. Bei Buchungen der Kombinationen können nur Anzeigen aufgenommen werden, die in Erscheinungsmonat, Format, Farbigkeit, Produkt und/oder Kampagne übereinstimmen.

28. Der Verlag erhebt und verarbeitet die Daten seiner Kunden/Geschäftspartner gemäß den Informationen zur Datenverarbeitung unter <https://www.wub-service.de/infodsgvo>. Bei Kunden kann die E-Mail-Adresse auch genutzt werden, um über ähnliche Waren und Dienstleistungen zu informieren, §7 Abs.3 UWG. Dieser Verwendung Ihrer E-Mail-Adresse können Sie jederzeit unter [abbestellen@wortundbildverlag.de](mailto:abbestellen@wortundbildverlag.de) widersprechen.

29. Sollten eine oder mehrere Bestimmungen des Auftrags und/oder dieser AGB unwirksam sein oder werden, so wird dadurch die Gültigkeit der übrigen Bestimmungen nicht berührt. Es gilt deutsches Recht unter Ausschluss des UN-Kaufrechts und unter Ausschluss von Kollisionsrecht. Erfüllungsort ist München. Gerichtsstand für Klagen gegen Kaufleute, juristische Personen des öffentlichen Rechts oder öffentlich-rechtliche Sondervermögen ist München.

### Zahlungsbedingungen

Rein netto 14 Tage nach dem Erscheinungstag.

Bei Zahlungseingang 3 Tage vor dem Erscheinungstag 2 % Skonto.

Der Verlag behält sich vor, in Einzelfällen Vorkasse bis zum Anzeigenschluss zu verlangen, insbesondere bei der Neuaufnahme einer Geschäftsbeziehung, bei im Ausland ansässigen Auftraggebern oder wenn begründete Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers vorliegen.

### Bankverbindung

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