

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 Lesemarkt. 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

Quelle: AWA 2024



Andreas Arntzen
Vorsitzender der
Geschäftsführung



Dr. Dennis A. Ballwieser
Geschäftsführer



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-hoeren.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.

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 Ant. %	Apotheken Umschau	
		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

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

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

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

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

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

- Hämorrhiden
- 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

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

Preise und Formate

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

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 €	–

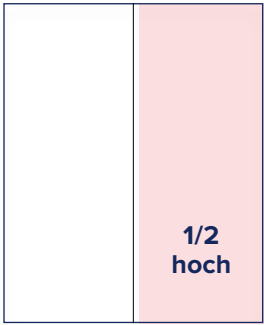
inkl.
5%
Kombi-
Rabatt

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.



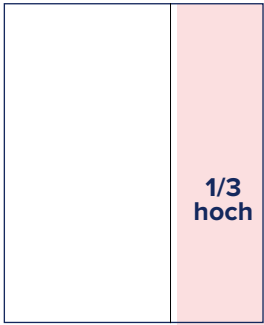
1/1 Seite, U2, U3 im Anschnitt
B 195 mm × H 240 mm



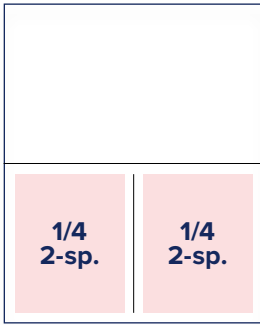
1/2 Seite hoch im Anschnitt
B 94 mm × H 240 mm



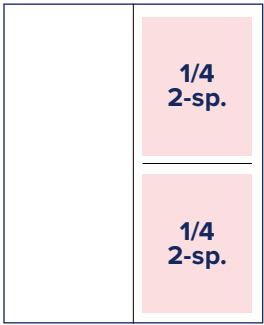
1/2 Seite quer im Anschnitt
B 195 mm × H 117 mm



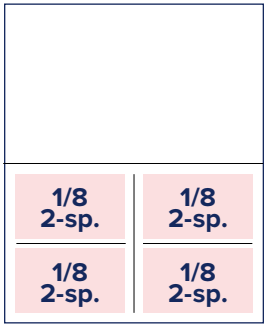
1/3 Seite hoch im Anschnitt
B 64 mm × H 240 mm



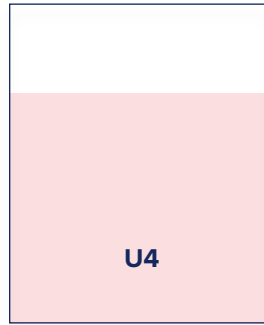
1/4 Seite 2-sp. im Satzspiegel
B 82 mm × H 104 mm



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



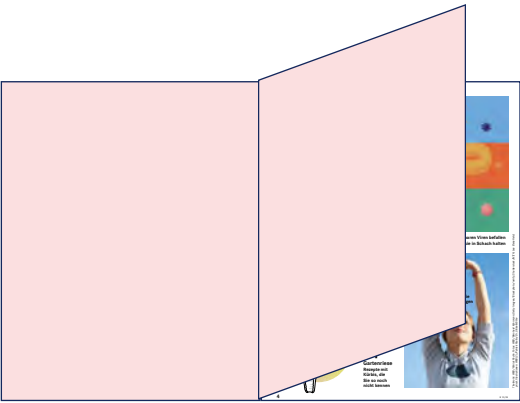
U4 im Anschnitt
B 195 mm × H 173 mm

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.

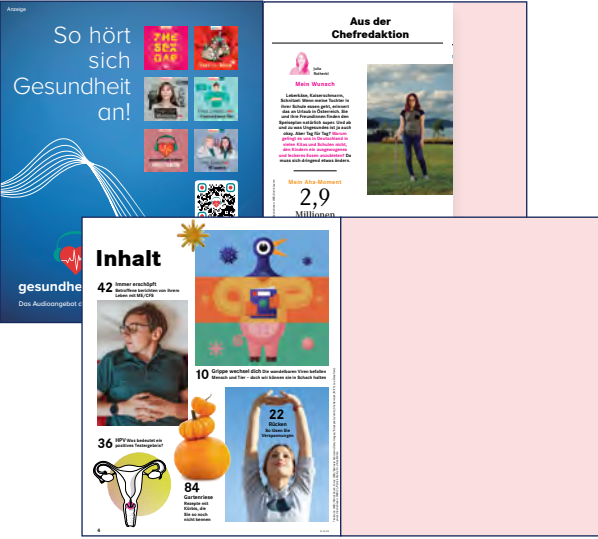


Doppelseite vor dem Inhalt
B 390 mm × H 240 mm



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

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



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

Sonderwerbformen

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

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 €

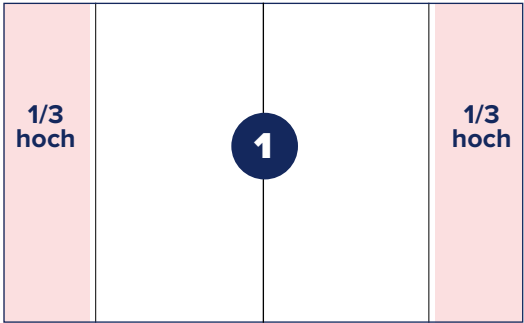
Weitere Formate, Sonderformate auf Anfrage. Alle Preise zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer.
Die genannten Preise sind AE- und rabattfähig.

* Belegung in der Gesamtauflage möglich.

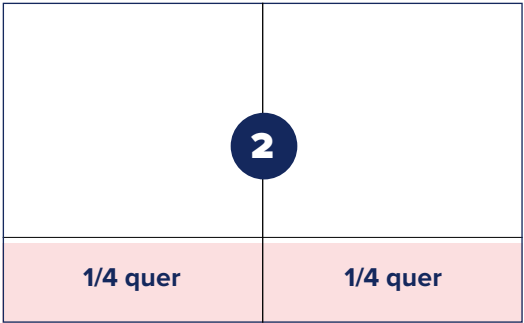
** Kombi-Preise inkl. 5 % Kombi-Rabatt. Der Kombi-Rabatt schließt weitere Rabatte aus.

Für feste Platzierungswünsche werden 15 % Aufschlag berechnet.

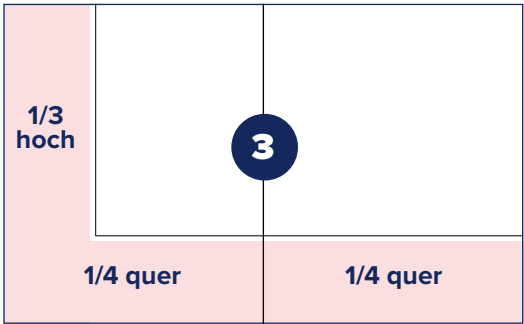
inkl.
5%
Kombi-
Rabatt



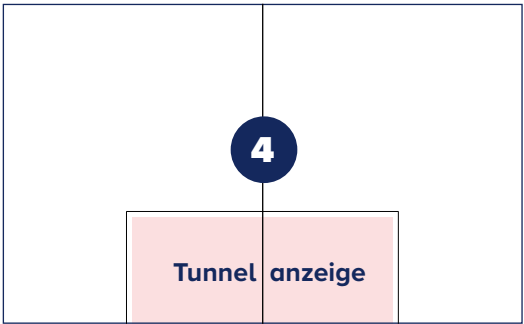
2 x 1/3 Seite gegenüberliegend
Format 1 x 1/3 S. hoch: B 65 mm × H 240 mm
Anschnittformat: B 71 mm × H 252 mm
Platzierung: auf einer Doppelseite
außenseitig gegenüberliegend



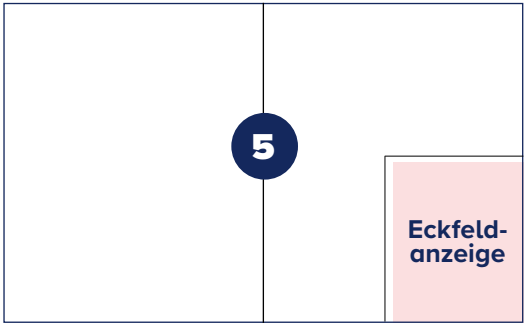
2 x 1/4 Seite gegenüberliegend
Format 1 x 1/4 S. quer: B 195 mm × H 60 mm
Anschnittformat: B 201 mm × H 66 mm
Platzierung: auf einer Doppelseite
unten gegenüberliegend



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

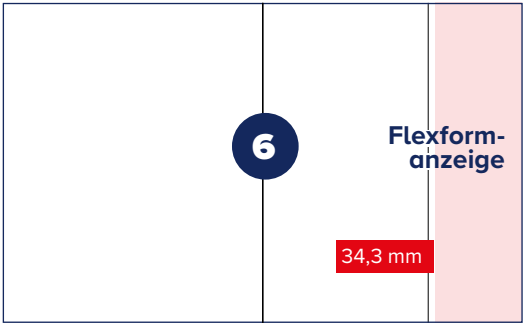


Tunnelanzeige
Format: B 195 mm × H 80 mm
Anschnittformat: B 195 mm × H 86 mm
Platzierung: auf einer Doppelseite unten



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	€ 96 / % ^{**}
Neutralauflage Süd (Nielsen 3b, 4)	€ 109 / % ^{**}
Neutralauflage West (Nielsen 2, 3a)	€ 109 / % ^{**}
Neutralauflage Nord / Ost (Nielsen 1, 5, 6, 7)	€ 109 / % ^{**}

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	€ 83 / %
Belegung Süd (Nielsen 3b, 4)	€ 91 / %
Belegung West (Nielsen 2, 3a)	€ 91 / %
Belegung Nord / Ost (Nielsen 1, 5, 6, 7)	€ 91 / %

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 <u>und</u> Nord / Ost)	€ 49 / % ^{***}
bis 10 g in der Teilaufgabe (Gebiete Süd, West <u>oder</u> Nord / Ost)	€ 61 / % ^{***}
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

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

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 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.

KITA-KRANKHEITEN

BORKENFLECHTE

EITZE

24

[illegible]

Her mit den Moneten!

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

Aus der Hand in die Hand. Das ist das Motto, wenn es um Geld geht. Und das ist auch das Motto, wenn es um die Integration von Geld in den Alltag geht. Denn Geld ist ein Teil des Lebens und sollte auch in den Alltag integriert werden. Das bedeutet, dass wir unseren Kindern zeigen, wie sie mit Geld umgehen können. Das kann durch verschiedene Wege geschehen. Zum Beispiel durch das Spielen mit Geld, das Lesen von Büchern über Geld oder das Beobachten von Geld in der Umgebung. In diesem Artikel werden wir einige Wege vorstellen, wie man Geld in den Alltag integrieren kann. Wir werden sehen, dass es gar nicht so schwer ist, wie es scheint. Wir werden sehen, dass es viele Möglichkeiten gibt, Geld in den Alltag zu integrieren. Wir werden sehen, dass es viele Möglichkeiten gibt, Geld in den Alltag zu integrieren. Wir werden sehen, dass es viele Möglichkeiten gibt, Geld in den Alltag zu integrieren.

Der fröhe Vogel fliehet um Zaster

Es gibt viele Wege, wie man Geld in den Alltag integrieren kann. Ein Weg ist das Spielen mit Geld. Das bedeutet, dass wir unseren Kindern zeigen, wie sie mit Geld umgehen können. Das kann durch das Spielen mit Geld geschehen. Zum Beispiel durch das Spielen mit Geld, das Lesen von Büchern über Geld oder das Beobachten von Geld in der Umgebung. In diesem Artikel werden wir einige Wege vorstellen, wie man Geld in den Alltag integrieren kann. Wir werden sehen, dass es gar nicht so schwer ist, wie es scheint. Wir werden sehen, dass es viele Möglichkeiten gibt, Geld in den Alltag zu integrieren. Wir werden sehen, dass es viele Möglichkeiten gibt, Geld in den Alltag zu integrieren.

Die kommt hier net raus!

Es gibt viele Wege, wie man Geld in den Alltag integrieren kann. Ein Weg ist das Spielen mit Geld. Das bedeutet, dass wir unseren Kindern zeigen, wie sie mit Geld umgehen können. Das kann durch das Spielen mit Geld geschehen. Zum Beispiel durch das Spielen mit Geld, das Lesen von Büchern über Geld oder das Beobachten von Geld in der Umgebung. In diesem Artikel werden wir einige Wege vorstellen, wie man Geld in den Alltag integrieren kann. Wir werden sehen, dass es gar nicht so schwer ist, wie es scheint. Wir werden sehen, dass es viele Möglichkeiten gibt, Geld in den Alltag zu integrieren. Wir werden sehen, dass es viele Möglichkeiten gibt, Geld in den Alltag zu integrieren.

[illegible]

VITAMIN

1

Wofür brauchen Kinder Vitamin D?

Die meisten Kinder bekommen Vitamin D über die Nahrung. Aber das reicht oft nicht aus. Deshalb bekommen viele Kinder Vitamin D in Form von Tropfen verabreicht. Vitamin D ist wichtig für die Knochenentwicklung. Es hilft, Calcium aus der Nahrung aufzunehmen. Ohne Vitamin D können die Knochen weich werden. Das kann zu Kränklichkeit führen. Vitamin D ist auch wichtig für das Immunsystem. Es hilft, Krankheiten abzuwehren. Kinder, die viel Zeit im Freien verbringen, bekommen Vitamin D aus der Sonne. Aber in den Wintermonaten ist das nicht möglich. Deshalb ist Vitamin D in Tropfenform eine gute Ergänzung.

2

Wie bekommt der Körper Vitamin D?

Vitamin D wird im Körper aus Cholesterin hergestellt. Das geschieht mit Hilfe der Sonnenstrahlung. Die UV-Strahlung der Sonne wirkt auf Cholesterin in der Haut ein. Dadurch wird Vitamin D gebildet. Vitamin D wird auch über die Nahrung aufgenommen. In fetten Fischen wie Lachs und in Eigelb ist Vitamin D enthalten. Aber die meisten Kinder bekommen Vitamin D über Tropfen verabreicht. Das ist die sicherste und einfachste Möglichkeit, Vitamin D zu bekommen.

3

Was gilt für Säuglinge?

Säuglinge bekommen Vitamin D über die Muttermilch. Aber das reicht oft nicht aus. Deshalb bekommen Säuglinge Vitamin D in Form von Tropfen verabreicht. Vitamin D ist wichtig für die Knochenentwicklung. Es hilft, Calcium aus der Nahrung aufzunehmen. Ohne Vitamin D können die Knochen weich werden. Das kann zu Kränklichkeit führen. Vitamin D ist auch wichtig für das Immunsystem. Es hilft, Krankheiten abzuwehren. Säuglinge, die viel Zeit im Freien verbringen, bekommen Vitamin D aus der Sonne. Aber in den Wintermonaten ist das nicht möglich. Deshalb ist Vitamin D in Tropfenform eine gute Ergänzung.

4

brauchen Klei- und Schulkinder extra Vitamin D?

Kleinkinder und Schulkinder bekommen Vitamin D über die Nahrung. Aber das reicht oft nicht aus. Deshalb bekommen sie Vitamin D in Form von Tropfen verabreicht. Vitamin D ist wichtig für die Knochenentwicklung. Es hilft, Calcium aus der Nahrung aufzunehmen. Ohne Vitamin D können die Knochen weich werden. Das kann zu Kränklichkeit führen. Vitamin D ist auch wichtig für das Immunsystem. Es hilft, Krankheiten abzuwehren. Kinder, die viel Zeit im Freien verbringen, bekommen Vitamin D aus der Sonne. Aber in den Wintermonaten ist das nicht möglich. Deshalb ist Vitamin D in Tropfenform eine gute Ergänzung.

5

Was sollten Eltern tun?

Eltern sollten sicherstellen, dass ihre Kinder genug Vitamin D bekommen. Das geht am besten, wenn sie Vitamin D in Tropfenform verabreichen. Vitamin D ist wichtig für die Knochenentwicklung. Es hilft, Calcium aus der Nahrung aufzunehmen. Ohne Vitamin D können die Knochen weich werden. Das kann zu Kränklichkeit führen. Vitamin D ist auch wichtig für das Immunsystem. Es hilft, Krankheiten abzuwehren. Kinder, die viel Zeit im Freien verbringen, bekommen Vitamin D aus der Sonne. Aber in den Wintermonaten ist das nicht möglich. Deshalb ist Vitamin D in Tropfenform eine gute Ergänzung.

6

Und Schwangerschaft und Stillzeit?

Schwangeren und Stillenden ist es wichtig, genug Vitamin D zu bekommen. Vitamin D ist wichtig für die Knochenentwicklung. Es hilft, Calcium aus der Nahrung aufzunehmen. Ohne Vitamin D können die Knochen weich werden. Das kann zu Kränklichkeit führen. Vitamin D ist auch wichtig für das Immunsystem. Es hilft, Krankheiten abzuwehren. Schwangere und Stillende, die viel Zeit im Freien verbringen, bekommen Vitamin D aus der Sonne. Aber in den Wintermonaten ist das nicht möglich. Deshalb ist Vitamin D in Tropfenform eine gute Ergänzung.

Die meisten Kinder bekommen Vitamin D über die Nahrung. Aber das reicht oft nicht aus. Deshalb bekommen viele Kinder Vitamin D in Form von Tropfen verabreicht. Vitamin D ist wichtig für die Knochenentwicklung. Es hilft, Calcium aus der Nahrung aufzunehmen. Ohne Vitamin D können die Knochen weich werden. Das kann zu Kränklichkeit führen. Vitamin D ist auch wichtig für das Immunsystem. Es hilft, Krankheiten abzuwehren. Kinder, die viel Zeit im Freien verbringen, bekommen Vitamin D aus der Sonne. Aber in den Wintermonaten ist das nicht möglich. Deshalb ist Vitamin D in Tropfenform eine gute Ergänzung.

Vitamin D ist ein fettlösliches Vitamin, das für die Knochenentwicklung und das Immunsystem wichtig ist. Es wird im Körper aus Cholesterin hergestellt und kann auch über die Nahrung aufgenommen werden. In fetten Fischen wie Lachs und in Eigelb ist Vitamin D enthalten. Aber die meisten Kinder bekommen Vitamin D über Tropfen verabreicht. Das ist die sicherste und einfachste Möglichkeit, Vitamin D zu bekommen.

Vitamin D ist ein fettlösliches Vitamin, das für die Knochenentwicklung und das Immunsystem wichtig ist. Es wird im Körper aus Cholesterin hergestellt und kann auch über die Nahrung aufgenommen werden. In fetten Fischen wie Lachs und in Eigelb ist Vitamin D enthalten. Aber die meisten Kinder bekommen Vitamin D über Tropfen verabreicht. Das ist die sicherste und einfachste Möglichkeit, Vitamin D zu bekommen.

Vitamin D ist ein fettlösliches Vitamin, das für die Knochenentwicklung und das Immunsystem wichtig ist. Es wird im Körper aus Cholesterin hergestellt und kann auch über die Nahrung aufgenommen werden. In fetten Fischen wie Lachs und in Eigelb ist Vitamin D enthalten. Aber die meisten Kinder bekommen Vitamin D über Tropfen verabreicht. Das ist die sicherste und einfachste Möglichkeit, Vitamin D zu bekommen.

Vitamin D ist ein fettlösliches Vitamin, das für die Knochenentwicklung und das Immunsystem wichtig ist. Es wird im Körper aus Cholesterin hergestellt und kann auch über die Nahrung aufgenommen werden. In fetten Fischen wie Lachs und in Eigelb ist Vitamin D enthalten. Aber die meisten Kinder bekommen Vitamin D über Tropfen verabreicht. Das ist die sicherste und einfachste Möglichkeit, Vitamin D zu bekommen.

Vitamin D ist ein fettlösliches Vitamin, das für die Knochenentwicklung und das Immunsystem wichtig ist. Es wird im Körper aus Cholesterin hergestellt und kann auch über die Nahrung aufgenommen werden. In fetten Fischen wie Lachs und in Eigelb ist Vitamin D enthalten. Aber die meisten Kinder bekommen Vitamin D über Tropfen verabreicht. Das ist die sicherste und einfachste Möglichkeit, Vitamin D zu bekommen.

Vitamin D ist ein fettlösliches Vitamin, das für die Knochenentwicklung und das Immunsystem wichtig ist. Es wird im Körper aus Cholesterin hergestellt und kann auch über die Nahrung aufgenommen werden. In fetten Fischen wie Lachs und in Eigelb ist Vitamin D enthalten. Aber die meisten Kinder bekommen Vitamin D über Tropfen verabreicht. Das ist die sicherste und einfachste Möglichkeit, Vitamin D zu bekommen.

[illegible]

ALLE GESUND?

Herbische Medizin

„Herbische Medizin ist eine tolle Sache, weil sie so viele tolle Möglichkeiten bietet, um die Gesundheit zu stärken und die Natur zu erleben. Ich habe mich für die Kräutermedizin entschieden, weil ich so viele tolle Möglichkeiten habe, um die Gesundheit zu stärken und die Natur zu erleben.“

O-TON

„Ich kann mich gar nicht mehr erinnern, wie das war in Marnis Bauch. Du, Lottje?“

„Um, ich bin mir nicht sicher. Ich bin mir nicht sicher.“

„Wahrscheinlich war es so.“

Liwa mit 2 Monaten

„Längen Infos an, bewusst zu fischen. Damit reagieren sie zum Beispiel auf Marnis fremdes Gesicht oder Pappas Stimme und stellen so eine Bindung her.“

UTTER KAT

Sonnenbrille

„Ich bin jetzt so glücklich.“

„Ich bin jetzt so glücklich.“

„Ich bin jetzt so glücklich.“

[illegible]

Was tun bei Fieber?

Keine Temperaturkurve heftet dem Körper bei der Abwehr von Krankheitserregern einen genauen Status richtig abzuheben. Das müssen Eltern wissen.

IM PD MESSEN

- alles normal**
 - Symptomatische Therapie
 - Paracetamol
 - Ibuprofen
 - Aspirin
 - Antipyretika
 - Antivirale
 - Antibiotika
 - Antifungale
 - Antiparasitäre
 - Antituberkulose
 - Antischistosomale
 - Antileishmanien
 - Antitrypanosomale
 - Antipneumocystis
 - Antiparasitäre
 - Antituberkulose
 - Antischistosomale
 - Antileishmanien
 - Antitrypanosomale
 - Antipneumocystis
 - Medikation & weitere
 - Antipyretika
 - Antivirale
 - Antibiotika
 - Antifungale
 - Antiparasitäre
 - Antituberkulose
 - Antischistosomale
 - Antileishmanien
 - Antitrypanosomale
 - Antipneumocystis
- erhöhte Temperatur**
 - WASTUN?
 - Antipyretika
 - Antivirale
 - Antibiotika
 - Antifungale
 - Antiparasitäre
 - Antituberkulose
 - Antischistosomale
 - Antileishmanien
 - Antitrypanosomale
 - Antipneumocystis
 - WAS IST?
 - Antipyretika
 - Antivirale
 - Antibiotika
 - Antifungale
 - Antiparasitäre
 - Antituberkulose
 - Antischistosomale
 - Antileishmanien
 - Antitrypanosomale
 - Antipneumocystis
 - WAS BEDEUTET DAS?
 - Antipyretika
 - Antivirale
 - Antibiotika
 - Antifungale
 - Antiparasitäre
 - Antituberkulose
 - Antischistosomale
 - Antileishmanien
 - Antitrypanosomale
 - Antipneumocystis
- hohes Fieber**
 - WASTUN?
 - Antipyretika
 - Antivirale
 - Antibiotika
 - Antifungale
 - Antiparasitäre
 - Antituberkulose
 - Antischistosomale
 - Antileishmanien
 - Antitrypanosomale
 - Antipneumocystis
 - WAS IST?
 - Antipyretika
 - Antivirale
 - Antibiotika
 - Antifungale
 - Antiparasitäre
 - Antituberkulose
 - Antischistosomale
 - Antileishmanien
 - Antitrypanosomale
 - Antipneumocystis
 - WAS BEDEUTET DAS?
 - Antipyretika
 - Antivirale
 - Antibiotika
 - Antifungale
 - Antiparasitäre
 - Antituberkulose
 - Antischistosomale
 - Antileishmanien
 - Antitrypanosomale
 - Antipneumocystis
- Bei Fieberbruch!**
 - NOTARZT RUFEN!
 - Antipyretika
 - Antivirale
 - Antibiotika
 - Antifungale
 - Antiparasitäre
 - Antituberkulose
 - Antischistosomale
 - Antileishmanien
 - Antitrypanosomale
 - Antipneumocystis

SYMPTOME?

AB IN DIE PRAXIS!

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
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. %	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

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

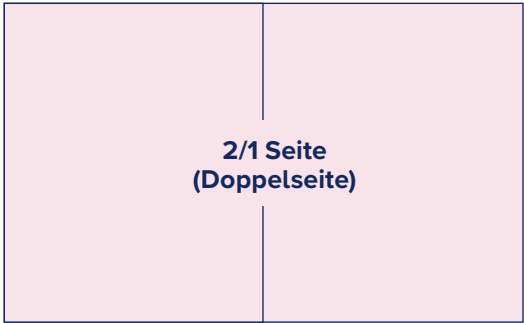
FEBRUAR 2026

AS: 10.12.2025 | ET: 02.02.2026

- Unverträglichkeiten
- Impfungen
- Fieber

Änderungen vorbehalten

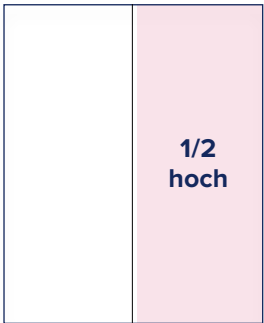
Formate



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



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



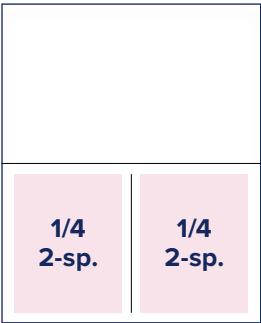
1/2 Seite hoch im Anschnitt
B 94 mm x H 240 mm



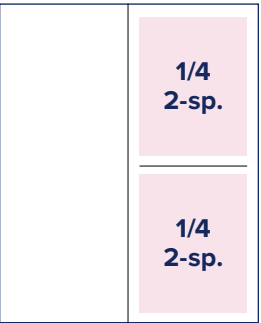
1/2 Seite quer im Anschnitt
B 195 mm x H 117 mm



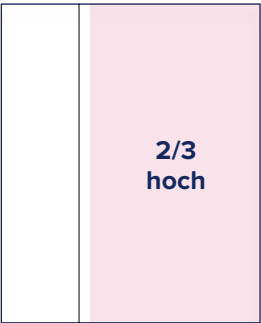
1/3 Seite hoch im Anschnitt
B 64 mm x H 240 mm



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



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



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.

Sonderwerbeformen

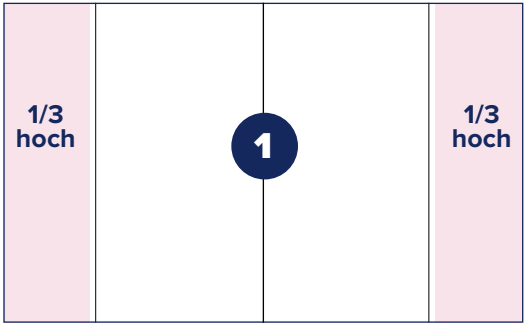
Preisliste 2025 (Nr. 55, gültig ab 13. Februar 2025), Erscheinungsweise: monatlich

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 €

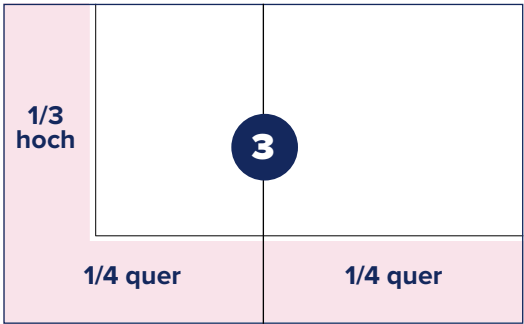
Weitere Formate, Sonderformate auf Anfrage. Alle Preise zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer.
Die genannten Preise sind AE- und rabattfähig.

* Belegung in der Gesamtauflage möglich.

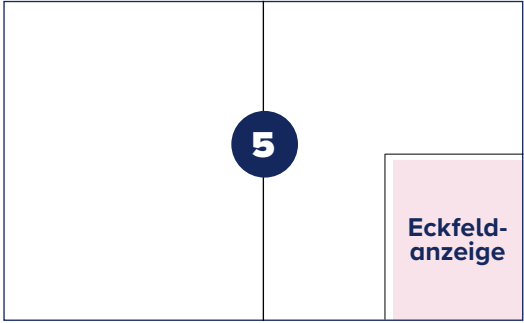
Für feste Platzierungswünsche werden 15 % Aufschlag berechnet.



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

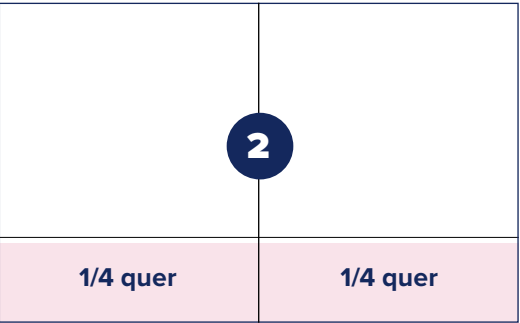


L-Anzeige
Format 1 x 1/3 S. hoch: B 65 mm x H 240 mm
Anschnittformat: B 71 mm x H 252 mm
Format 1 x 1/4 S. quer: B 195 mm x H 60 mm
Anschnittformat: B 201 mm x H 66 mm
Platzierung: linksseitig beginnend mit 1/3 S. hoch

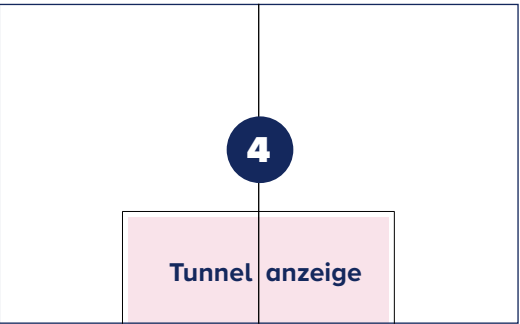


Eckfeldanzeige
Format: B 97,5 mm x H 120 mm
Anschnittformat: B 103,5 mm x H 126 mm
Platzierung: auf einer linken oder rechten Seite

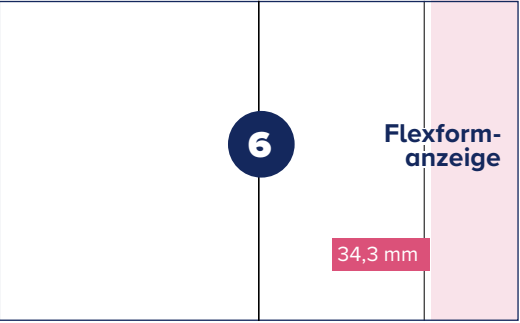
Beschnittzugabe: je 6 mm. Bei Anschnittanzeigen müssen
Text- und Bildmaterial mindestens 8 mm vom Anschnittformat entfernt sein.
Angaben in Millimetern (Breite x Höhe)



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



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



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)

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. 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

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. 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

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 ge-

sunde 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

Apotheken
Umschau

Apotheken
Umschau
ELTERN

Diabetes
Ratgeber

Senioren
Ratgeber

PTA
Woman

HausArzt-
Patienten-
Magazin

medizini

Technische Daten
und AGB

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 ►

6 Diabetes Ratgeber 05/2024

05/2024 Diabetes Ratgeber 7



Singlehaushalt
 Sie sind
 alle jenseits
 der 50er,
 verwitwet
 oder
 alle 65 ein

Allein
 zu Hause?
 Aber sicher!

**Wer alleine wohnt
 und Diabetes hat
 muss sich für Notfälle
 rüsten. Tipps zum Singlehaushalt**
von Astrid von Knorrich

Foto: J. K. / Fotostudio

**Die Technik für einen
 arbeitslosen Lebens
 hat eine kleine Besonderheit: sollte als
 Ersatz ein weiser Kopf, sollte als
 letzte Kurstunde die Diabetes-
 Behandlung abdecken.**
 Konkrete sind mit modernen
 Zuckerkrankheiten, mit
 Pausen und Planung gut darstellbar.
 Falls Sie Süßhungergefahr haben,
 sind Pausen und Planung gut darstellbar.
 Falls Sie Süßhungergefahr haben,
 sind Pausen und Planung gut darstellbar.

Zuckerziele anpassen
 Legen Sie bei dem Gespräch auch
 die Zuckerziele fest. „Lernen
 umzusetzen, wie Sie für persönlich
 geeignet sind, um sie zu erreichen“,
 sagen Experten. Einmal Zuckerziel
 festlegen, um sie zu erreichen, um sie
 zu erreichen, um sie zu erreichen.
 Einmal Zuckerziel festlegen, um sie
 zu erreichen, um sie zu erreichen.
 Einmal Zuckerziel festlegen, um sie
 zu erreichen, um sie zu erreichen.

KOH-Vorkehrungen treffen
 Sagen Sie Maßnahmen und treffen
 sie. Einmal Zuckerziel festlegen, um sie
 zu erreichen, um sie zu erreichen.
 Einmal Zuckerziel festlegen, um sie
 zu erreichen, um sie zu erreichen.
 Einmal Zuckerziel festlegen, um sie
 zu erreichen, um sie zu erreichen.

38 Diabetes Magazin | 01/2024 04/2024 Diabetes Magazin | 39

MEINE GESUNDHEIT

Mit Diabetes auf Reisen

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

Von **Heide Fahlke**

Vor der Reise checken/besorgen

- Ausreichende Medikamente und Diabetes-Garanten
- Medikamente gegen Durchfall/Erkältungen
- Je nach Reiseziel: evtl. auch Insulin, das auch bei hohem Fieber wirkt (z.B. Humalog Mixtard 300/30), eines gegen Typhus
- Abkalt- oder Pflaster zum Verkleben von Wunden und Spritzen
- Reiseapotheke: Hilft, die auch dabei-sein sollte

Das sollte im Handgepäck

- Reiseapotheke/Diabetes
- Verordnungen für Diabetesmedikamente
- Verschiedene Diabetes-Pen, Notfallversatz
- Notfallkit mit allen Medikamenten, Insulin, Erzeugnis, Nadeln, Nadelbox, Insulinpumpe, Glukosemessgerät, Leertabletten, Glukose (GlucoBiosensor)
- Traubenzucker, Getreide, Saft gegen Fäulnis

Wetter im Zielort
 ☀️ 20°C
 ☁️ 18°C
 ☁️ 16°C
 ☀️ 18°C

Am Urlaubsort

- Achtung, andere Zeitzone! Den Blutdruck vor Reise-Starten, aber immer mal kontrollieren
- Medizin und Medikamente, eines mit dem Spezialarzt, bei 2-3 Wochen
- Hypo-Gefahr: bei Wärme wird mehr insulin schmelzen
- Fremde Speisen: verschlucken bis kaltenstark erst möglich

Hauptgepäck

- Multi-Infusion, Personalisierte Glukosemessung, Insulin zusammenklicken Medikamente
- Spritze, Insulin, ein gutes Penner (geprüft vor use)
- ausweichendes Diabetes
- kein Nahrungsmittel
- Traubenzucker

- Wollschiff
- Sonnencreme

Unterwegs

- Ausweichend
- 2. Bienenstich
- 3. Bienenstich
- 3. Bienenstich

Tipps

Informieren Sie sich, bei der richtigen Art der Insulin, auch, bevor Sie ins Ausland fahren.

Über das QR-Code
 können Sie
 mehr erfahren
 über Diabetes

30 Diabetes | August 2024

Illustration: Barbara Böhmer

[illegible][illegible][illegible][illegible]

Gesund leben, gesund bleiben

Nicht jede Demenz lässt sich verhindern

Trotzdem kann man einiges zur Vorbeugung tun

von Dr. Inesborg Kerschbaum, Dr. Ulrike Mielke

Weltweit leben etwa 50 Millionen Menschen mit Demenz.

2050 könnten es 100 Millionen sein. In Deutschland waren es im Jahr 2019 1,8 Millionen Menschen.

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

Sechs unveränderbare Risikofaktoren erhöhen etwa **10 Prozent der Demenzrisiko**. **Einige** sind veränderbar. Gegen sie lässt sich etwas tun. **Etwa 40 Prozent aller Demenzerkrankte** leben wohl prägnant verhindert. Im Laufe ihres Lebens bedingte Beschädigung bestimmter Hirnteile spielen jeweils eine Rolle.

Risikofaktoren im Lebensverlauf

Manche Hirnerkrankungen fallen in bestimmten Lebensabschnitten besonders schwer im Gehirn. Im mittleren Alter etwa wirkt sich arterieller Bluthochdruck verheerend aus. Im Alter ist das Demenzrisiko aus mehreren also zusammen zu einem Zeit verhindert oder behindert, gibt es auch Präventiv- sowie Demenztherapien.

60+ reduzierbar oder nicht veränderbar

Altersgruppen

Jugend

mittleres Alter

hohes Alter

Über das QR-Code können Sie mehr erfahren.

28

Deutsches Ärzteblatt

[illegible]

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. %	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. %	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

Themenauswahl 2025

JULI 2025

AS: 08.05.2025 | ET: 01.07.2025

- Fußpilz, Nagelpilz
- Herzgesundheit 
- Sonnenschutz 

SEPTEMBER 2025

AS: 11.07.2025 | ET: 01.09.2025

- Reizdarm
- Mangelerscheinungen
- Fitness-Studio

NOVEMBER 2025

AS: 11.09.2025 | ET: 03.11.2025

- Hörgeräte
- Erkältung
- Hautprobleme

AUGUST 2025

AS: 12.06.2025 | ET: 01.08.2025

- Patientenverfügung
- Blutdruckmessung
- Bio-Lebensmittel

OKTOBER 2025

AS: 12.08.2025 | ET: 01.10.2025

- Scheidenpilz
- Rückenschmerzen 
- Schwindel

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

Änderungen vorbehalten

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.

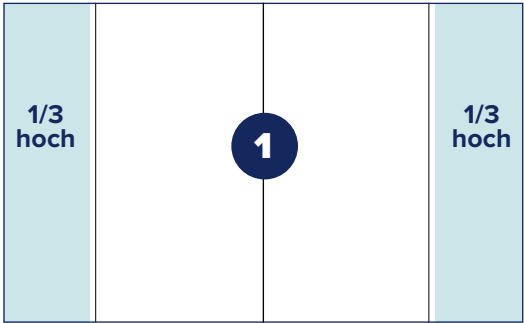
Für feste Platzierungswünsche werden 15 % Aufschlag berechnet.

Sonderwerbeformen

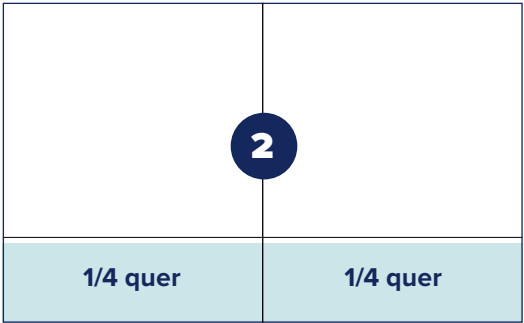
Preisliste 2025 (Nr. 45, gültig ab 13. Februar 2025), Erscheinungsweise: monatlich

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 €

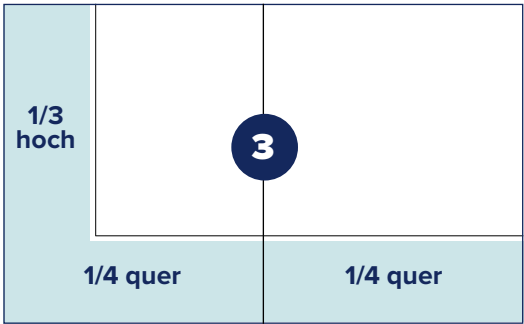
Weitere Formate, Sonderformate auf Anfrage. Alle Preise zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer.
Die genannten Preise sind AE- und rabattfähig.
* Belegung in der Gesamtauflage möglich.
Für feste Platzierungswünsche werden 15 % Aufschlag berechnet.



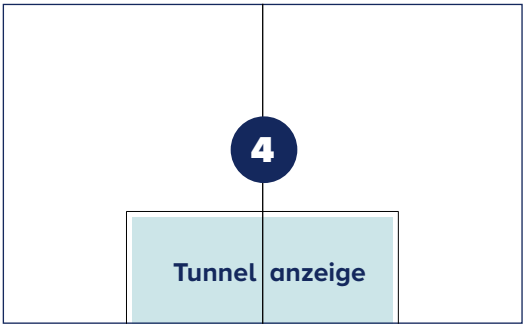
2 x 1/3 Seite gegenüberliegend
Format 1 x 1/3 S. hoch: B 55 mm x H 225 mm
Anschnittformat: B 61 mm x H 237 mm
Platzierung: auf einer Doppelseite
außenseitig gegenüberliegend



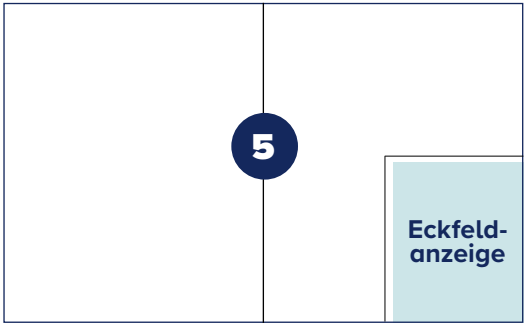
2 x 1/4 Seite gegenüberliegend
Format 1 x 1/4 S. quer: B 170 mm x H 57 mm
Anschnittformat: B 176 mm x H 63 mm
Platzierung: auf einer Doppelseite
unten gegenüberliegend



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

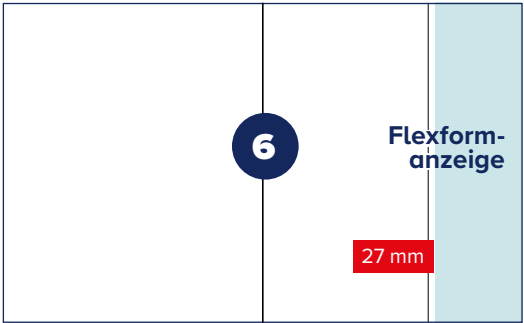


Tunnelanzeige
Format: B 160 mm x H 67 mm
Anschnittformat: B 160 mm x H 73 mm
Platzierung: auf einer Doppelseite unten



Eckfeldanzeige
Format: B 85 mm x H 112 mm
Anschnittformat: B 91 mm x 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 x Höhe)



Flexformanzeige (nur auf vorherige Anfrage)
Format Flexformanzeige: B 55 mm x H 225 mm
Anschnittformat: B 61 mm x 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 Neutralauflagen nach Nielsen, Mind.-Auflage: 0,10 Mio. Expl.
Formate (Angaben in mm, BxH)	mind. 105x148 mm, max.150x205 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. 170x225 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. 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/‰ ** 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

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 Monat¹. 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

TITELTHEMA



In Balance bleiben

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

TEXT: MATTHIAS SCHRAG

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.

So vermeiden Sie Stürze:

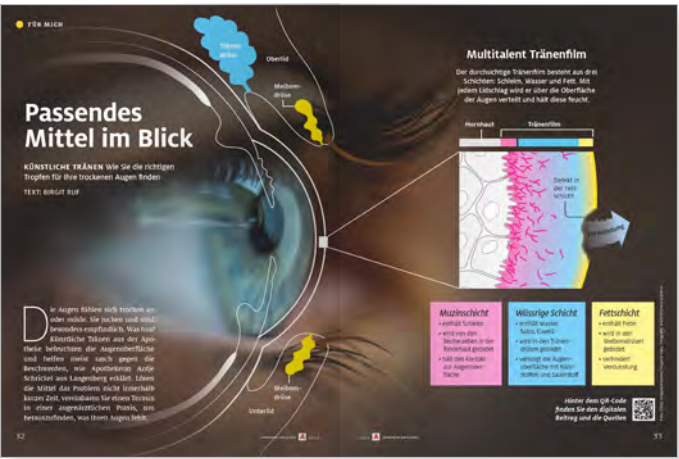
- 1 Sturzfallen zu Hause entfernen
- 2 Medikamente analysieren
- 3 Sturzangst begegnen
- 4 Viel bewegen
- 5 Anti-Fall-Übungen für daheim

FÜR SICH

Passendes Mittel im Blick

KÜNSTLICHE TRÄNNEN Wie Sie die richtigen Tropfen für Ihre trockenen Augen finden

TEXT: BILLY RUI



Multitale Tränenfilm

Der Tränenfilm besteht aus drei Schichten: Schicht 1: Lipidische Schicht, Schicht 2: Aquöse Schicht, Schicht 3: Mucopolysaccharid-Schicht.

Multitale Tränenfilm

Der Tränenfilm besteht aus drei Schichten: Schicht 1: Lipidische Schicht, Schicht 2: Aquöse Schicht, Schicht 3: Mucopolysaccharid-Schicht.

TITELTHEMA



Schön, dass es dich gibt!

WENN ALLEIN MIT DEM ALTER VERBUNDEN IST, SICH AN EINER FREIZEIT-GRUPPE ANZUSCHLIEßEN, WIRD ES SICH UM EINE VERBUNDENHEIT ZU PFLANZEN. TEXT: JANA LAPPEN, FOTO: SCHNEIDER, LARA KATZ

Sie begleiten uns mit viel Liebe und sind die besten Freunde. Doch während man in der Jugend oft viel Zeit mit Freunden verbringt, so ist das Leben im Alter oft einsamer. Die Einsamkeit ist ein Risiko für die Gesundheit. Doch es gibt viele Möglichkeiten, um sich zu verbinden und die Einsamkeit zu überwinden. Eine Möglichkeit ist die Teilnahme an einer Freizeit-Gruppe. Hier kann man sich mit anderen Menschen verbinden und sich Unterstützung leisten. Eine andere Möglichkeit ist die Teilnahme an einer Freizeit-Gruppe. Hier kann man sich mit anderen Menschen verbinden und sich Unterstützung leisten.

FÜR SICH

Wer braucht eine Extra-Portion?

NAHRUNGSGÄNZZUNGSMITTEL Eine Mini-Guide zur Auswahl der richtigen Nahrungsergänzungsmittel

TEXT: ALEXANDER VON KROCH

Für heiße Essense

Ein warmes Essen ist ein wichtiger Bestandteil einer gesunden Ernährung. Es hilft, die Verdauung zu fördern und die Energie zu steigern. Ein warmes Essen ist ein wichtiger Bestandteil einer gesunden Ernährung. Es hilft, die Verdauung zu fördern und die Energie zu steigern.

Wegen erwärmender Asympten

Ein warmes Essen ist ein wichtiger Bestandteil einer gesunden Ernährung. Es hilft, die Verdauung zu fördern und die Energie zu steigern. Ein warmes Essen ist ein wichtiger Bestandteil einer gesunden Ernährung. Es hilft, die Verdauung zu fördern und die Energie zu steigern.

Bei Diabetes

Ein warmes Essen ist ein wichtiger Bestandteil einer gesunden Ernährung. Es hilft, die Verdauung zu fördern und die Energie zu steigern. Ein warmes Essen ist ein wichtiger Bestandteil einer gesunden Ernährung. Es hilft, die Verdauung zu fördern und die Energie zu steigern.

Bei schweißtreibender Hitze

Ein warmes Essen ist ein wichtiger Bestandteil einer gesunden Ernährung. Es hilft, die Verdauung zu fördern und die Energie zu steigern. Ein warmes Essen ist ein wichtiger Bestandteil einer gesunden Ernährung. Es hilft, die Verdauung zu fördern und die Energie zu steigern.

FÜR SICH

Putzen? Hilfe!

HAUSHALT Aufputzen und putzen wird immer schwieriger. Hier sind einige Tipps, um das Putzen leichter zu machen.

TEXT: BILLY RUI

Was wird erledigt?

Das Putzen ist eine wichtige Aufgabe im Haushalt. Es hilft, die Hygiene zu gewährleisten und die Gesundheit zu fördern. Das Putzen ist eine wichtige Aufgabe im Haushalt. Es hilft, die Hygiene zu gewährleisten und die Gesundheit zu fördern.

Wie und wo finde ich eine Putzfrau?

Das Putzen ist eine wichtige Aufgabe im Haushalt. Es hilft, die Hygiene zu gewährleisten und die Gesundheit zu fördern. Das Putzen ist eine wichtige Aufgabe im Haushalt. Es hilft, die Hygiene zu gewährleisten und die Gesundheit zu fördern.

Wie wird das Putzen legal?

Das Putzen ist eine wichtige Aufgabe im Haushalt. Es hilft, die Hygiene zu gewährleisten und die Gesundheit zu fördern. Das Putzen ist eine wichtige Aufgabe im Haushalt. Es hilft, die Hygiene zu gewährleisten und die Gesundheit zu fördern.

Kann ich dableiben?

Das Putzen ist eine wichtige Aufgabe im Haushalt. Es hilft, die Hygiene zu gewährleisten und die Gesundheit zu fördern. Das Putzen ist eine wichtige Aufgabe im Haushalt. Es hilft, die Hygiene zu gewährleisten und die Gesundheit zu fördern.

Was muss ich noch beachten?

Das Putzen ist eine wichtige Aufgabe im Haushalt. Es hilft, die Hygiene zu gewährleisten und die Gesundheit zu fördern. Das Putzen ist eine wichtige Aufgabe im Haushalt. Es hilft, die Hygiene zu gewährleisten und die Gesundheit zu fördern.

FÜR SICH

Im Zuhause bleiben

HAUT FINDEN Eine wichtige Aufgabe im Haushalt ist das Finden der richtigen Hautpflege. Hier sind einige Tipps, um das Finden der richtigen Hautpflege zu erleichtern.

TEXT: JANA LAPPEN, ILLUSTRATIONEN: DR. JESSE SCHNEIDER

ÜBERALL GUT SEHEN Eine wichtige Aufgabe im Haushalt ist das Sehen. Hier sind einige Tipps, um das Sehen zu erleichtern.

TEXT: JANA LAPPEN, ILLUSTRATIONEN: DR. JESSE SCHNEIDER

TOBEN OPTIMIEREN Eine wichtige Aufgabe im Haushalt ist das Toben. Hier sind einige Tipps, um das Toben zu erleichtern.

TEXT: JANA LAPPEN, ILLUSTRATIONEN: DR. JESSE SCHNEIDER

PLATZ SCHAFFEN Eine wichtige Aufgabe im Haushalt ist das Schaffen von Platz. Hier sind einige Tipps, um das Schaffen von Platz zu erleichtern.

TEXT: JANA LAPPEN, ILLUSTRATIONEN: DR. JESSE SCHNEIDER

Wohnen so lange wie möglich in dem eigenen vier Wänden bleiben – das geht nur, wenn alles alltagsgerecht eingerichtet ist. Tipps für den Umbau.

TEXT: JANA LAPPEN, ILLUSTRATIONEN: DR. JESSE SCHNEIDER

FÜR SICH

Vitamin D zuführen – ja oder nein?

80% der Deutschen sind Vitamin D-mangelnd. Hier sind einige Tipps, um den Vitamin D-Mangel zu beheben.

TEXT: JANA LAPPEN, ILLUSTRATIONEN: DR. JESSE SCHNEIDER

2-3x zusätzliche Schutz-Effekt. Hier sind einige Tipps, um den Schutz-Effekt zu erhöhen.

TEXT: JANA LAPPEN, ILLUSTRATIONEN: DR. JESSE SCHNEIDER

Zusätzlicher Schutz-Effekt Hier sind einige Tipps, um den Schutz-Effekt zu erhöhen.

TEXT: JANA LAPPEN, ILLUSTRATIONEN: DR. JESSE SCHNEIDER

Wohnen so lange wie möglich in dem eigenen vier Wänden bleiben – das geht nur, wenn alles alltagsgerecht eingerichtet ist. Tipps für den Umbau.

TEXT: JANA LAPPEN, ILLUSTRATIONEN: DR. JESSE SCHNEIDER

FÜR SICH

Gut informiert zum Termin

HAUSHALT Aufputzen und putzen wird immer schwieriger. Hier sind einige Tipps, um das Putzen leichter zu machen.

TEXT: BILLY RUI

Nicht abwarten, kümmern!

Das Putzen ist eine wichtige Aufgabe im Haushalt. Es hilft, die Hygiene zu gewährleisten und die Gesundheit zu fördern. Das Putzen ist eine wichtige Aufgabe im Haushalt. Es hilft, die Hygiene zu gewährleisten und die Gesundheit zu fördern.

Zuerst zur HNO-Praxis

Das Putzen ist eine wichtige Aufgabe im Haushalt. Es hilft, die Hygiene zu gewährleisten und die Gesundheit zu fördern. Das Putzen ist eine wichtige Aufgabe im Haushalt. Es hilft, die Hygiene zu gewährleisten und die Gesundheit zu fördern.

Das passende Fachgeschäft wählen

Das Putzen ist eine wichtige Aufgabe im Haushalt. Es hilft, die Hygiene zu gewährleisten und die Gesundheit zu fördern. Das Putzen ist eine wichtige Aufgabe im Haushalt. Es hilft, die Hygiene zu gewährleisten und die Gesundheit zu fördern.

QR-Code

Das Putzen ist eine wichtige Aufgabe im Haushalt. Es hilft, die Hygiene zu gewährleisten und die Gesundheit zu fördern. Das Putzen ist eine wichtige Aufgabe im Haushalt. Es hilft, die Hygiene zu gewährleisten und die Gesundheit zu fördern.

FÜR SICH

Die neue Ernte ist da!

HAUSHALT Aufputzen und putzen wird immer schwieriger. Hier sind einige Tipps, um das Putzen leichter zu machen.

TEXT: BILLY RUI

Die neue Ernte ist da!

Das Putzen ist eine wichtige Aufgabe im Haushalt. Es hilft, die Hygiene zu gewährleisten und die Gesundheit zu fördern. Das Putzen ist eine wichtige Aufgabe im Haushalt. Es hilft, die Hygiene zu gewährleisten und die Gesundheit zu fördern.

Die neue Ernte ist da!

Das Putzen ist eine wichtige Aufgabe im Haushalt. Es hilft, die Hygiene zu gewährleisten und die Gesundheit zu fördern. Das Putzen ist eine wichtige Aufgabe im Haushalt. Es hilft, die Hygiene zu gewährleisten und die Gesundheit zu fördern.

Die neue Ernte ist da!

Das Putzen ist eine wichtige Aufgabe im Haushalt. Es hilft, die Hygiene zu gewährleisten und die Gesundheit zu fördern. Das Putzen ist eine wichtige Aufgabe im Haushalt. Es hilft, die Hygiene zu gewährleisten und die Gesundheit zu fördern.

Die neue Ernte ist da!

Das Putzen ist eine wichtige Aufgabe im Haushalt. Es hilft, die Hygiene zu gewährleisten und die Gesundheit zu fördern. Das Putzen ist eine wichtige Aufgabe im Haushalt. Es hilft, die Hygiene zu gewährleisten und die Gesundheit zu fördern.

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. %	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. %	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	FEBRUAR 2025
AS: 07.11.2024 ET: 02.01.2025	AS: 06.12.2024 ET: 01.02.2025
Langlaufen	Richtig vererben
Fit im Kopf	Zunehmen
Hautpflege 	Entzündung im Mund
MÄRZ 2025	APRIL 2025
AS: 13.01.2025 ET: 01.03.2025	AS: 10.02.2025 ET: 01.04.2025
Gesunder Darm	Nagelpilz, Fußpilz
Hörgeräte	Schlafapnoe
Pflegeheim finden	Tierarzneimittel
MAI 2025	JUNI 2025
AS: 11.03.2025 ET: 02.05.2025	AS: 08.04.2025 ET: 02.06.2025
Grauer Star	Hallux valgus
Reiseapotheke	Mobil bleiben (Rollator, Treppenlift)
E-Bike	Mangelerscheinungen

Themenauswahl 2025

JULI 2025

AS: 08.05.2025 | ET: 01.07.2025

- Venengesundheit
- Mundgeruch
- Wearables

SEPTEMBER 2025

AS: 11.07.2025 | ET: 01.09.2025

- Alzheimer 
- Immunsystem
- Nervosität / Unruhe

NOVEMBER 2024

AS: 11.09.2025 | ET: 03.11.2025

- Erkältung
- Gelenkschmerzen
- Versicherungen

AUGUST 2025

AS: 12.06.2025 | ET: 01.08.2025

- Hautpflege
- Genug trinken
- Sepsis

OKTOBER 2025

AS: 12.08.2025 | ET: 01.10.2025

- Inkontinenz
- Essen auf Rädern
- Osteoporose 

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

Änderungen vorbehalten

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.

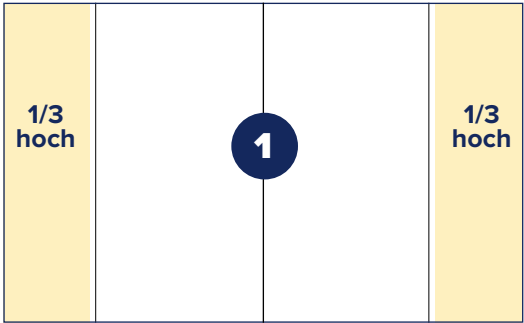
Für feste Platzierungswünsche werden 15 % Aufschlag berechnet.

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 €

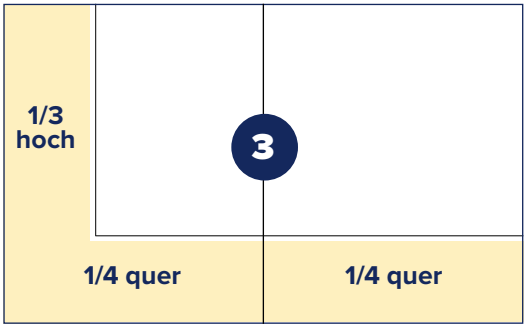
Weitere Formate, Sonderformate auf Anfrage. Alle Preise zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer.
Die genannten Preise sind AE- und rabattfähig.
* Belegung in der Gesamtauflage möglich.
Für feste Platzierungswünsche werden 15 % Aufschlag berechnet.



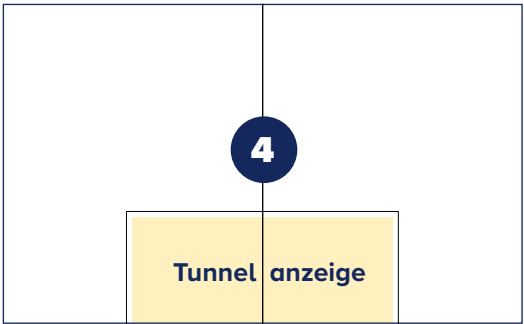
2 x 1/3 Seite gegenüberliegend
Format 1 x 1/3 S. hoch: B 55 mm x H 225 mm
Anschnittformat: B 61 mm x H 237 mm
Platzierung: auf einer Doppelseite
außenseitig gegenüberliegend



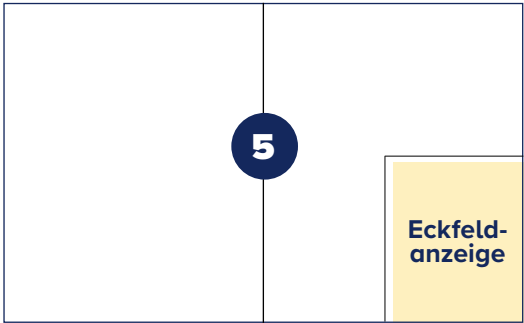
2 x 1/4 Seite gegenüberliegend
Format 1 x 1/4 S. quer: B 170 mm x H 57 mm
Anschnittformat: B 176 mm x H 63 mm
Platzierung: auf einer Doppelseite
unten gegenüberliegend



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

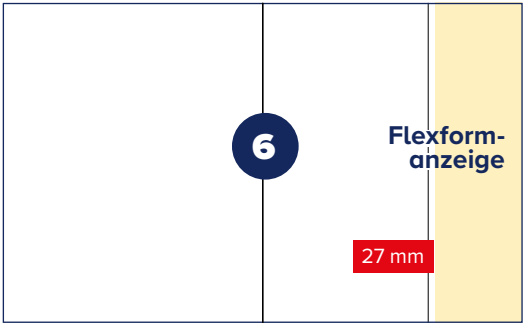


Tunnelanzeige
Format: B 160 mm x H 67 mm
Anschnittformat: B 160 mm x H 73 mm
Platzierung: auf einer Doppelseite unten



Eckfeldanzeige
Format: B 85 mm x H 112 mm
Anschnittformat: B 91 mm x 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 x Höhe)



Flexformanzeige (nur auf vorherige Anfrage)
Format Flexformanzeige: B 55 mm x H 225 mm
Anschnittformat: B 61 mm x 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 Neutralauflagen nach Nielsen, Mind.-Auflage: 0,10 Mio. Expl.
Formate (Angaben in mm, BxH)	mind. 105x148 mm, max.150x205 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. 170x225 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. 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/‰ ** 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

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

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 Studentinnen und Studenten, wie sie ihren Geldgewinn mit Fremden teilen würden. Die Ergebnisse überraschten selbst den Forscher: Diejenigen, die die lustigen Videos gesehen hatten, wählten 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 errahnen, 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 kam

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

PTA Woman | 7

Der große Vorsorge-Kompass

Von Darmabklärung über Mammografie bis hin zur Früherkennung von Prostatakrebs: wichtige Check-ups, die Sie Ihrer Kundenschaft aus Herz legen sollten

Darmabklärung

- Ab 50 Jahre sollte eine Darmabklärung durchgeführt werden. Bei Verdacht auf Darmkrebs sollte eine Koloskopie durchgeführt werden.
- Bei Verdacht auf Darmkrebs sollte eine Koloskopie durchgeführt werden.
- Bei Verdacht auf Darmkrebs sollte eine Koloskopie durchgeführt werden.

Mammografie

- Ab 50 Jahre sollte eine Mammografie durchgeführt werden.
- Bei Verdacht auf Brustkrebs sollte eine Mammografie durchgeführt werden.
- Bei Verdacht auf Brustkrebs sollte eine Mammografie durchgeführt werden.

Prostatakrebs

- Ab 50 Jahre sollte eine Prostataabklärung durchgeführt werden.
- Bei Verdacht auf Prostatakrebs sollte eine Prostataabklärung durchgeführt werden.
- Bei Verdacht auf Prostatakrebs sollte eine Prostataabklärung durchgeführt werden.

Röntgenuntersuchung der Brust

Die Röntgenuntersuchung der Brust ist eine wichtige Untersuchung, um Brustkrebs frühzeitig zu erkennen. Sie sollte ab 50 Jahren durchgeführt werden.

PTA Woman | 8

Hilfe von vielen Seiten

Bei der ganzheitlichen Therapie chronischer Schmerzen werden Körper, Seele und soziales Umfeld miteinbezogen. Anfangs ein bisschen wild auf multimodale Therapiemethoden zurückgegriffen

ADJUVANTA MEDIKAMENTE

Antidepressiva wie Amitriptylin, Bupropion oder Duloxetin und Antiepileptika wie Gabapentin und Pregabalin werden zur Behandlung von chronischen Schmerzen eingesetzt.

PHYSIKALISCHE THERAPIE

Physiotherapie, Massage, Wärme- und Kältebehandlung, Ultraschall, Lasertherapie, Akupunktur, Chiropraktik, Osteopathie, Yoga, Tai Chi, Qi Gong, Feldenkrais, Pilates, Rhythmisches Locken, Feldenkrais, Pilates, Rhythmisches Locken, Feldenkrais, Pilates, Rhythmisches Locken.

KOMPLEXITÄTSSCHEMATA

Ein Schema ist ein vereinfachtes Abbild der Realität, das die Komplexität der Welt in einer einfachen Form darstellt. Es hilft, die Welt zu verstehen und zu handhaben.

PSYCHO- UND VERHALTENTHERAPIE

Psychotherapie und Verhaltenstherapie sind wichtige Methoden, um mit psychischen Problemen umzugehen. Sie helfen, die Ursachen der Probleme zu verstehen und zu beheben.

EINFACH KOMPETENT BERATEN

Menschen mit chronischen Schmerzen suchen oft Rat in der Apotheke. Ihre Fragen gehen weit über die medikamentöse Schmerztherapie hinaus. Hier sind einige Beispiele:

WIE KANN ICH VERMEIDEN, DASS MEIN SCHMERZ MEDIKAMENT ABWIRKT?

KANN DER SCHMERZ PSYCHISCH BEDEUTEND WERDEN?

WIE KANN ICH MEIN SCHMERZ MEDIKAMENT ABWIRKEN?

WIE KANN ICH MEIN SCHMERZ MEDIKAMENT ABWIRKEN?

12345

PTA Woman | 9

LOKAL UND DIGITAL

Der digitale Druck, zur Kundenschaft hin zu gehen, ist ein großer Punkt der Apotheken. Wie Sie das tun, ist aber auch ein großer Punkt der Kundenschaft.

WIE REDEN: JETZT!

Reden ist ein wichtiger Teil der Kommunikation. Es hilft, die Bedürfnisse der Kundenschaft zu verstehen und zu erfüllen.

Mensch & Technik

Die Kombination aus Mensch und Technik ist ein wichtiger Teil der Kommunikation. Es hilft, die Bedürfnisse der Kundenschaft zu verstehen und zu erfüllen.

Kostenlos Live-Chat

Ein Live-Chat ist ein wichtiger Teil der Kommunikation. Es hilft, die Bedürfnisse der Kundenschaft zu verstehen und zu erfüllen.

Smarte Vorteile für Ihre Nutzer:innen

Ein Live-Chat ist ein wichtiger Teil der Kommunikation. Es hilft, die Bedürfnisse der Kundenschaft zu verstehen und zu erfüllen.

LOWEN-APOTHEKE

Live-Chat

Ein Live-Chat ist ein wichtiger Teil der Kommunikation. Es hilft, die Bedürfnisse der Kundenschaft zu verstehen und zu erfüllen.

Wichtig für die Pharmazie: Ein Live-Chat und eine andere Möglichkeit, die Kundenschaft zu erreichen. Das ist ein wichtiger Teil der Kommunikation. Es hilft, die Bedürfnisse der Kundenschaft zu verstehen und zu erfüllen.

PTA Woman | 10

Tierisch gut versorgt

Auch Hund, Katze & Co. können mal krank werden. Wie können dann Apotheken-Mitarbeitende helfen? Und warum ist das überhaupt? Darüber hat PTA Woman mit Britta Langer gesprochen

Notfallservice bei Tiere Lungen

Ein Notfallservice ist ein wichtiger Teil der Kommunikation. Es hilft, die Bedürfnisse der Kundenschaft zu verstehen und zu erfüllen.

Wichtig für die Pharmazie: Ein Live-Chat und eine andere Möglichkeit, die Kundenschaft zu erreichen. Das ist ein wichtiger Teil der Kommunikation. Es hilft, die Bedürfnisse der Kundenschaft zu verstehen und zu erfüllen.

Tierisch gut versorgt

Auch Hund, Katze & Co. können mal krank werden. Wie können dann Apotheken-Mitarbeitende helfen? Und warum ist das überhaupt? Darüber hat PTA Woman mit Britta Langer gesprochen

Wichtig für die Pharmazie: Ein Live-Chat und eine andere Möglichkeit, die Kundenschaft zu erreichen. Das ist ein wichtiger Teil der Kommunikation. Es hilft, die Bedürfnisse der Kundenschaft zu verstehen und zu erfüllen.

PTA Woman | 11

Apotheken Umschau

Apotheken Umschau ELTERN

Diabetes Ratgeber

Senioren Ratgeber

PTA Woman

HausArzt-Patienten-Magazin

medizini

Technische Daten und AGB

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

* Doppelausgabe

Änderungen vorbehalten

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. Hämorrhiden)

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)

Änderungen vorbehalten

Formate



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



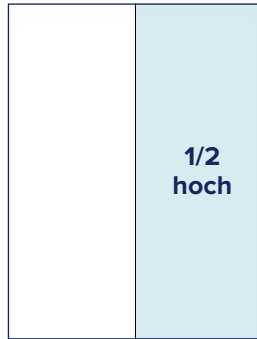
2/1 Seite (Doppelseite)
S.: B 406 mm x H 261 mm
A.: B 420 mm x H 280 mm



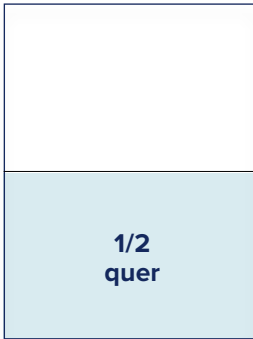
3/4 Seite – 3-spaltig
S.: B 146 mm x H 261 mm
A.: B 153 mm x H 280 mm



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



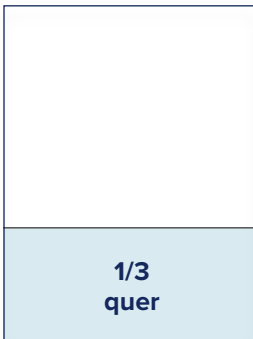
1/2 Seite hoch
S.: B 96 mm x H 261 mm
A.: B 103 mm x H 280 mm



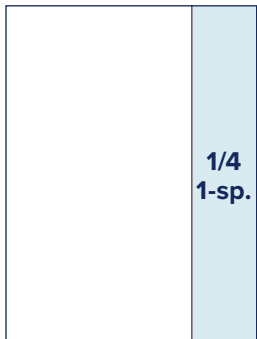
1/2 Seite quer
S.: B 196 mm x H 129 mm
A.: B 210 mm x H 139 mm



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



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



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



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

S. = Satzspiegel-Format
Angaben in Millimetern (Breite x 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.
Sonderwerbformen wie z.B. Beilagen, Beihefter, Beikleber, Stellenanzeigen auf Anfrage.

A. = Angeschnittene Anzeigen

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	Malstaffel	Rabatt
1 Seite	3 %	3 Anzeigen	3 %
3 Seiten	5 %	6 Anzeigen	5 %
6 Seiten	10 %	12 Anzeigen	10 %
12 Seiten	15 %	18 Anzeigen	15 %
18 Seiten	20 %	26 Anzeigen	20 %
24 Seiten	25 %	38 Anzeigen	25 %
30 Seiten	30 %	52 Anzeigen	30 %
36 Seiten	35 %		

Sonderwerbepformen

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.Sonderwerbepformen 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

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

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



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 Titelseite 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 Ausgabe¹ 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 ersten 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 fassen zum Jahreswechsel bestimmte Vorsätze. Warum nicht 2024 mit einem gesunden Lebensstil fürs Herz beginnen? Davon profitieren wir übrigens auch ganzheitlich: Was dem Herz guttut, bietet auch Schutz vor vielen anderen Krankheiten und entzündlichen Prozessen, die unsere Gesundheit belasten können.

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 →

Herz(liche) Tipps

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

Foto: Gettyimages
© 2024 HausArzt | 11

[illegible][illegible][illegible][illegible][illegible][illegible][illegible][illegible]

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

Leserschaftsstruktur (laut AWA 2024) nach relevanten Kriterien	AWA Gesamt Ant. %	HA-Patientenmagazin Ant. %	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 Wellnesorientierte 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	APRIL 2025	JULI 2025
AS: 20.11.2024 ET: 02.01.2025	AS: 21.02.2025 ET: 01.04.2025	AS: 21.05.2025 ET: 01.07.2025
Prellung, Verstauchung, Zerrung	Wohnen im Alter	Klima und Gesundheit
Auf dem Eis ausgerutscht: So lindern Sie Schmerzen	Hilfe bei Pollenallergie	Pflanzliche Heilmittel zur Selbsthilfe
Dinge besser merken: Diese Übungen helfen	Fitness-Helfer: Trainieren trotz Handicap	Gesunder Mund – gesunder Mensch
	Pflege für anspruchsvolle Haut	Demenz: Tipps für pflegende Angehörige
OKTOBER 2025	JANUAR 2026	
AS: 26.08.2025 ET: 01.10.2025	AS: 20.11.2025 ET: 02.01.2026	
Impfen: So planen Sie Termine	Guter Schlaf: So klappt's	
Hören Sie noch gut?	Vitamine: Wichtige Vitalstoffe	
Wichtige Informationen über Organspende	Erektile Dysfunktion: Ursachen und Hilfe	
Wie beantrage ich eine Reha?	Reisen trotz Handicap	

Änderungen vorbehalten

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



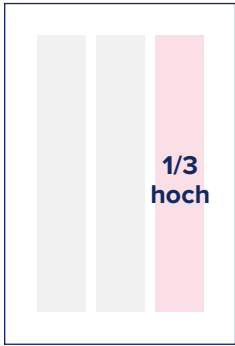
S.: B 120 mm × H 256 mm
A.: B 133 mm × H 280 mm



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



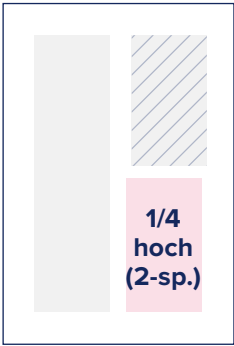
S.: B 184 mm × H 124 mm
A.: B 210 mm × H 136 mm



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

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. 105x148 mm, max. 190x260 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. 210x280 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. 55x85 bzw. 85x55 mm für Postkarten / Prospekte: max. 120x150 mm für Warenproben: max. 80x100 mm
Gewicht	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/‰ **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

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 Print-medium über so lange Zeit in einer Millionen-auflage 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.

Apotheken
Umschau

Apotheken
Umschau
ELTERN

Diabetes
Ratgeber

Senioren
Ratgeber

PTA
Woman

HausArzt-
Patienten-
Magazin

medizini

Technische Daten
und AGB

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

Formate und Preise

1/1
Seite

B 210 mm × H 297 mm

1/2
hoch

B 102 mm × H 297 mm

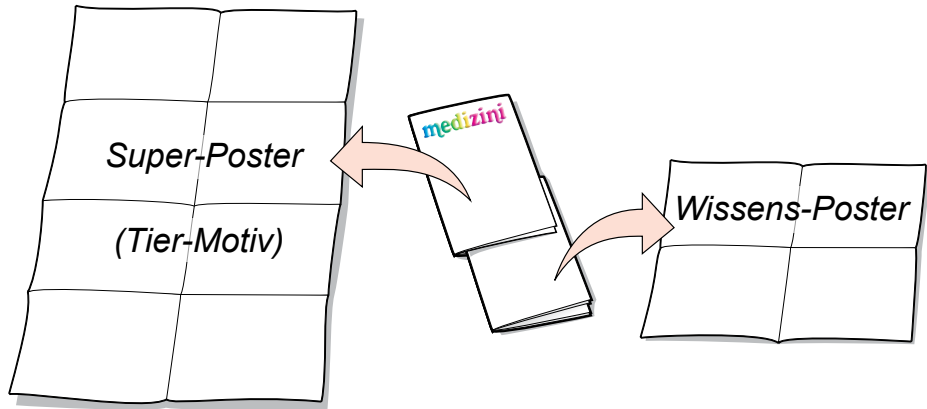
1/2
quer

B 210 mm × H 145 mm

1/3
hoch

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	(Inhalt)	Senioren Ratgeber
Bogen-Offsetdruck	(Umschlag)	Diabetes Ratgeber
Rollenoffsetdruck	(Inhalt)	Apotheken Umschau
Bogen-Offsetdruck	(Umschlag)	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

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

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

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, 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, 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 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