



MEDIA DATEN 2025

Diabetes Ratgeber

**WORT
& BILD
VERLAG**



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

TITELTHEMA

6 Diabetes Ratgeber 05/2024

Foto: Gerry Hoag; (Candy) Soft, Illustrationen: Waldi/Nichole Günther

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 ►

05/2024 Diabetes Ratgeber

7

[illegible][illegible]

Typisch Mann, typisch Frau

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

Text: Agathe Adam und Stefanie Fehren

Die Sache mit den Hormonen klingt Frauen gilt ein wichtiger Unterschied zu bei der Diagnose, dem Verlauf und der medikamentösen Behandlung von Typ-2-Diabetes", sagt Prof. Dr. Robert Stumvoll, Leiter der Klinik für Endokrinologie und Stoffwechsel am Heinrich-Heine-Klinikum in Düsseldorf.

Die Rolle der Hormone
Gründe: Solange Männer aktiv sind, verbrennen sie Energie. Typ-2-Diabetes, dafür ist die Krankheit bei Frauen ein gefährlicher Risikofaktor für Herz-Kreislauferkrankungen wie Herzinfarkt oder

Diabetes. „Zwischen Männer und Frauen gibt es wichtige Unterschiede bei der Diagnose, dem Verlauf und der medikamentösen Behandlung von Typ-2-Diabetes", sagt Prof. Dr. Robert Stumvoll, Leiter der Klinik für Endokrinologie und Stoffwechsel am Heinrich-Heine-Klinikum in Düsseldorf.

Schwangerschaft
wenn sie geboren werden, ihre Blutzuckerwerte im ersten Lebensjahr in halber Rate sinken. Jedes Zehnte knüpft ab einem mit dem Alter nach 40, die Männer bereits mit 30 Jahren mit Typ-2-Diabetes.

Stumvoll weist und, dass die Krankheit bei Frauen, besonders bei Schwangeren, ein sehr hohes Risiko mit sich bringt. Was Typ-2-Diabetes gilt, streuen auch bei den sexuellen Differenzen Typ-

6 | Diabetes-Magazin | 2010

©/B&B Diabetes Magazine



Blutgekochtes Vordessert
 100g Vordessert
 100g Salat
 100g Obst
 100g Gemüse
 100g Getreide
 100g Protein
 100g Fett
 100g Salz
 100g Pfeffer
 100g Zucker
 100g Essig
 100g Öl
 100g Honig
 100g Agavendicksaft
 100g Mandelmehl
 100g Kokosmehl
 100g Reis
 100g Nudeln
 100g Pasta
 100g Brot
 100g Kuchen
 100g Gebäck
 100g Süßwaren
 100g Getränke
 100g Snacks
 100g Fertiggerichte
 100g Tiefkühlkost
 100g Rohstoffe
 100g Verpackungen
 100g Transportkosten
 100g Steuern
 100g Sonstiges



Faj 1 Pizzen
 100g Pizzen
 100g Salat
 100g Obst
 100g Gemüse
 100g Getreide
 100g Protein
 100g Fett
 100g Salz
 100g Pfeffer
 100g Zucker
 100g Essig
 100g Öl
 100g Honig
 100g Agavendicksaft
 100g Mandelmehl
 100g Kokosmehl
 100g Reis
 100g Nudeln
 100g Pasta
 100g Brot
 100g Kuchen
 100g Gebäck
 100g Süßwaren
 100g Getränke
 100g Snacks
 100g Fertiggerichte
 100g Tiefkühlkost
 100g Rohstoffe
 100g Verpackungen
 100g Transportkosten
 100g Steuern
 100g Sonstiges



1. Tag
 100g Salat
 100g Obst
 100g Gemüse
 100g Getreide
 100g Protein
 100g Fett
 100g Salz
 100g Pfeffer
 100g Zucker
 100g Essig
 100g Öl
 100g Honig
 100g Agavendicksaft
 100g Mandelmehl
 100g Kokosmehl
 100g Reis
 100g Nudeln
 100g Pasta
 100g Brot
 100g Kuchen
 100g Gebäck
 100g Süßwaren
 100g Getränke
 100g Snacks
 100g Fertiggerichte
 100g Tiefkühlkost
 100g Rohstoffe
 100g Verpackungen
 100g Transportkosten
 100g Steuern
 100g Sonstiges



Mein Tag
 100g Salat
 100g Obst
 100g Gemüse
 100g Getreide
 100g Protein
 100g Fett
 100g Salz
 100g Pfeffer
 100g Zucker
 100g Essig
 100g Öl
 100g Honig
 100g Agavendicksaft
 100g Mandelmehl
 100g Kokosmehl
 100g Reis
 100g Nudeln
 100g Pasta
 100g Brot
 100g Kuchen
 100g Gebäck
 100g Süßwaren
 100g Getränke
 100g Snacks
 100g Fertiggerichte
 100g Tiefkühlkost
 100g Rohstoffe
 100g Verpackungen
 100g Transportkosten
 100g Steuern
 100g Sonstiges



Stoßbeleg-Zimt-Müsl
 100g Müsl
 100g Obst
 100g Gemüse
 100g Getreide
 100g Protein
 100g Fett
 100g Salz
 100g Pfeffer
 100g Zucker
 100g Essig
 100g Öl
 100g Honig
 100g Agavendicksaft
 100g Mandelmehl
 100g Kokosmehl
 100g Reis
 100g Nudeln
 100g Pasta
 100g Brot
 100g Kuchen
 100g Gebäck
 100g Süßwaren
 100g Getränke
 100g Snacks
 100g Fertiggerichte
 100g Tiefkühlkost
 100g Rohstoffe
 100g Verpackungen
 100g Transportkosten
 100g Steuern
 100g Sonstiges



1500 kcal
 100g Salat
 100g Obst
 100g Gemüse
 100g Getreide
 100g Protein
 100g Fett
 100g Salz
 100g Pfeffer
 100g Zucker
 100g Essig
 100g Öl
 100g Honig
 100g Agavendicksaft
 100g Mandelmehl
 100g Kokosmehl
 100g Reis
 100g Nudeln
 100g Pasta
 100g Brot
 100g Kuchen
 100g Gebäck
 100g Süßwaren
 100g Getränke
 100g Snacks
 100g Fertiggerichte
 100g Tiefkühlkost
 100g Rohstoffe
 100g Verpackungen
 100g Transportkosten
 100g Steuern
 100g Sonstiges



Exakt mit Genuss
 100g Salat
 100g Obst
 100g Gemüse
 100g Getreide
 100g Protein
 100g Fett
 100g Salz
 100g Pfeffer
 100g Zucker
 100g Essig
 100g Öl
 100g Honig
 100g Agavendicksaft
 100g Mandelmehl
 100g Kokosmehl
 100g Reis
 100g Nudeln
 100g Pasta
 100g Brot
 100g Kuchen
 100g Gebäck
 100g Süßwaren
 100g Getränke
 100g Snacks
 100g Fertiggerichte
 100g Tiefkühlkost
 100g Rohstoffe
 100g Verpackungen
 100g Transportkosten
 100g Steuern
 100g Sonstiges



Mein Tag
 100g Salat
 100g Obst
 100g Gemüse
 100g Getreide
 100g Protein
 100g Fett
 100g Salz
 100g Pfeffer
 100g Zucker
 100g Essig
 100g Öl
 100g Honig
 100g Agavendicksaft
 100g Mandelmehl
 100g Kokosmehl
 100g Reis
 100g Nudeln
 100g Pasta
 100g Brot
 100g Kuchen
 100g Gebäck
 100g Süßwaren
 100g Getränke
 100g Snacks
 100g Fertiggerichte
 100g Tiefkühlkost
 100g Rohstoffe
 100g Verpackungen
 100g Transportkosten
 100g Steuern
 100g Sonstiges



Mein Tag
 100g Salat
 100g Obst
 100g Gemüse
 100g Getreide
 100g Protein
 100g Fett
 100g Salz
 100g Pfeffer
 100g Zucker
 100g Essig
 100g Öl
 100g Honig
 100g Agavendicksaft
 100g Mandelmehl
 100g Kokosmehl
 100g Reis
 100g Nudeln
 100g Pasta
 100g Brot
 100g Kuchen
 100g Gebäck
 100g Süßwaren
 100g Getränke
 100g Snacks
 100g Fertiggerichte
 100g Tiefkühlkost
 100g Rohstoffe
 100g Verpackungen
 100g Transportkosten
 100g Steuern
 100g Sonstiges

Die schlanke Woche

Abnehmen nach Plan:
 mit einfachen Gerichten.
 (Die Schlanke) unterstützt sich

Neuauflage: 2014/2015

100g Salat, 100g Obst, 100g Gemüse, 100g Getreide, 100g Protein, 100g Fett, 100g Salz, 100g Pfeffer, 100g Zucker, 100g Essig, 100g Öl, 100g Honig, 100g Agavendicksaft, 100g Mandelmehl, 100g Kokosmehl, 100g Reis, 100g Nudeln, 100g Pasta, 100g Brot, 100g Kuchen, 100g Gebäck, 100g Süßwaren, 100g Getränke, 100g Snacks, 100g Fertiggerichte, 100g Tiefkühlkost, 100g Rohstoffe, 100g Verpackungen, 100g Transportkosten, 100g Steuern, 100g Sonstiges

[illegible]

MEIN ALLTAG

So arbeitet ein System zur automatischen Insulinisierung

1. Ein **Glukosemesser** misst ständig den Zuckerspiegel im Interstitialflüssigkeit. Die Werte werden, je nach Sensor, alle 5 bis 15 oder alle 10 Minuten an eine Insulinpumpe oder ein Sensorpumpensystem, das das Sensorpumpen-

2. In das **Insulinprogramm** (eingetragene) in die Pumpe, in einer spezifischen Steuertaste oder der Sensorpumpe eingelesen. anhand der Glukosewerte, wie von Insulin die Pumpe abgeben soll, um Unter- und Überdosierungen zu vermeiden. Die Insulinabgabe wird alle paar Minuten angepasst.

3. Die **Pumpe gibt das Insulin über eine flexible Schlauchlinie** in der Störkanüle in das Körpergewebe.

AID-Systeme passen automatisch die Insulinabgabe einer Pumpe an den Bedarf an. Praktisch aber nicht ohne Hürden
(Text: Daniela Pichler)

Technik mit Köpfchen

38 | Diabetes Magazin | 03/2019

Das müssen Sie selbst tun:

Vor dem Essen die **Kohlenhydrateureinschätzung** durchführen, um nach System die Größe der kohlenhydrathaltigen Nahrung zu ermitteln. Kohlenhydrate zählen, groß und klein. Nur so kann die Pumpe richtig mit der passenden Insulinmenge reagieren, um einen zu starken Zuckerspiegel zu verhindern.

Regulierung während

der Mahlzeiten (z.B. wenn Sie essen, ins Insulin) über den **aktuellen Zuckerspiegel** variieren, während Kohlenhydrate. Eben gibt die **Pumpe** aber fast lang weniger Insulin, um Unter- und Überdosierungen zu vermeiden. Auch in anderen Situationen, wenn Sie kochen, und Insulinabgabe, damit der Zuckerspiegel im Zielbereich.

Wichtiger messen bei Verdacht, dass etwas nicht stimmt. Dazu hat Unter- und Überdosierungen, obwohl der Glukosemesser nur vom Werte liefert.

Wer informiert?

Vor allem Menschen mit Typ-1-Diabetes, deren Zucker ansteigt, schwächt. Studien zu Insulin-aktiven AID-Systemen zeigen, dass die Werte im Zielbereich zwischen 70 und 100 mg/dl (3,9 bis 5,6 mmol/l) liegen, im Schnitt um rund eine Prozentpunkte. Das bedeutet jeden Tag **2,5 Stunden weniger Zeit** über- und unterdosierung, vor allem nachts, während sich die Zuckerkurve, sagt der Diabetologe Dr. Christian Köber, nur leicht nach unten verschieben. Bei Weibchen, in denen die Hormone zusammen mit der eigenen Therapie war, umso mehr. Doch auch durch andere gesundheitliche Probleme, Nahrung und soziale Umgebung beeinflusst, dass ein AID-System die Lebensqualität steigert, eine neue Welt können ablesen können und beim Therapieausgang unterstützen können.

03/2019 Diabetes Magazin | 39

[illegible]

MEINE GESUNDHEIT

Die ersten Male messen

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

Text: Daniela Fichtelmaier, Beratung: Dorothea B. Helmut Pils, Heidi Wasth
Illustrationen: Julianus Stoffel, Dorothea Zastrow-Margentheim

Wie oft sollte ich meine Zuckerwerte selbst kontrollieren?

Das hängt vor allem von Ihrer Therapie ab. Wenn Sie Typ-2-Diabetiker sind, haben Sie keine Insulin-Spritzen, zählt die Kasse nur zu Ausnahmefällen. Technisch, etwa bei akuten Erkrankungen. Um zu erkennen, ob die Therapie verändert werden muss, ist dabei der Kontrolle beim Arzt ob und ein Spritzenkontrollintervall. Dabei messen Sie es am besten Tag zu Tag. Typ-1-Diabetiker, die ihre Insulindosis nachessen, sollten vor Hauptmahlzeiten und bevor Sie schlafen messen, zudem eine bis Unterzucker Verdacht, vor dem Aufstehen oder Sport.

Stark erhöht
Erhöht
Normal
Niedrig
Sehr niedrig

Hand

Welche Messmethode passt zu mir?

Der Klassiker ist die **Messung per Fingerpikur**. Dabei greifen Sie mit einer Nadelnadel einen winzigen Tropfen Blut aus der Fingerspitze. Das Blut trocknet Sie auf einem mit Messstreifen versehenen Empfänger auf. Ihnen Sekunden und des Ergebnisses anzeigt. Eine Alternative ist die **kontinuierliche Zuckererkennung (CGM)**. Ein Sensor unter der Haut misst den Zucker im Gewebe kontinuierlich und vom Sensor über eine drahtlose Einheit wird die Werte

Welche Methode passt zu mir?

Die **Messung per Fingerpikur** eignet sich vor allem, wenn Sie nur gelegentlich messen müssen und keine starken Zuckerschwankungen haben. Auch bei Nutzung eines CGM-Systems in manchen Situationen eine Blutzuckermessung nötig. Von der kontinuierlichen Messung

an ein Empfänger, etwa das Handy, dieses zeigt den Verlauf und kann mit Pfeilen ob und wie stark der Zuckerspiegel fällt oder steigt. Zudem alarmiert das System bei Über- und Unterzuckerung. Den Sensor befestigt Sie per System alle 14 bis 16 Tage. Es gibt auch einen **Langzeitmonitor**, der vom Arzt unter die Haut im Oberarm platziert wird. Dort bleibt er bis zu 12 Tage.

profitieren Sie besonders, wenn Sie Diabetes mellitus täglich kontrollieren müssen und diese auch schonen. Sie haben auch ein CGM-System, wenn Sie Untersuchungen nicht so häufig angehen. Die Systeme warnen, wenn sich ein Tief anbahnt. Auch wenn Sie bei Arbeit nicht jederzeit messen können, erleichtert ein CGM-System den Alltag.

30 Diabetes Forum | 09/2023

09/2023 Diabetes Forum | 31

Media Facts

Monatlich verkaufte Auflage:

826.983 Exemplare

IVW 4/2024

Reichweite:

2,44 Mio. Leserinnen und Leser pro Monat

AWA 2024, deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahre

Durchschnittliche Lesedauer pro Ausgabe:

1 Stunde 21 Minuten

Copytest 3/19, Ipsos

Heftnutzung:

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

Copytest 3/19, Ipsos

TAP Diabetes Ratgeber:

€ 43,89

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

Leser-Strukturdaten

Leserschaftsstruktur (laut AWA 2024) nach relevanten Kriterien	AWA Gesamt Ant. %	Diabetes Ratgeber Ant. %	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



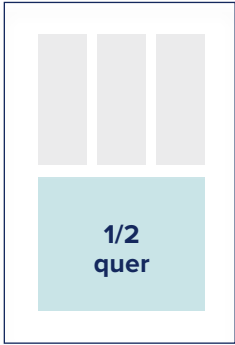
S.: B 316 mm × H 186 mm
A.: B 340 mm × H 225 mm



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

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

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

Weitere Formate auf Anfrage

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.

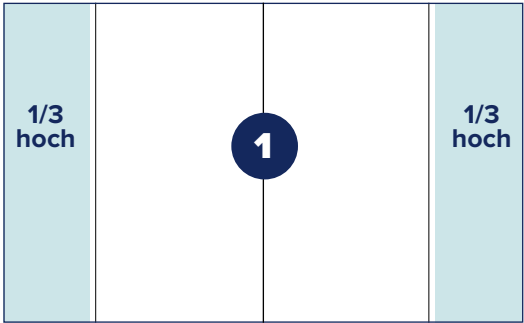
Für feste Platzierungswünsche werden 15 % Aufschlag berechnet.

Sonderwerbeformen

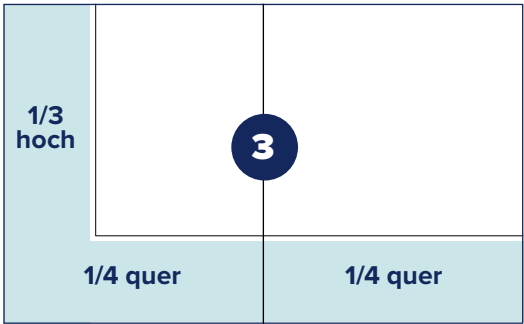
Preisliste 2025 (Nr. 45, gültig ab 13. Februar 2025), Erscheinungsweise: monatlich

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 €

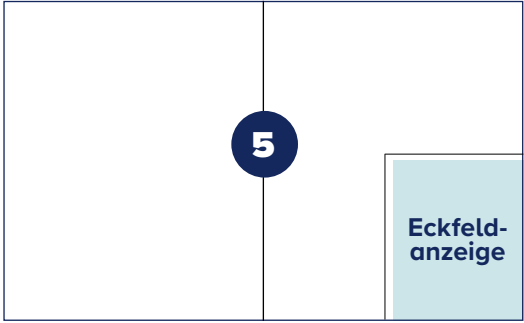
Weitere Formate, Sonderformate auf Anfrage. Alle Preise zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer.
Die genannten Preise sind AE- und rabattfähig.
* Belegung in der Gesamtauflage möglich.
Für feste Platzierungswünsche werden 15 % Aufschlag berechnet.



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

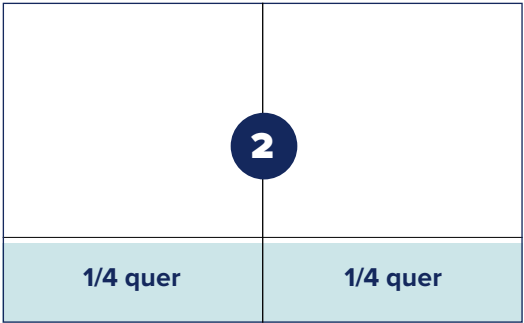


L-Anzeige
Format 1 x 1/3 S. hoch: B 55 mm x H 225 mm
Anschnittformat: B 61 mm x H 237 mm
Format 1 x 1/4 S. quer: B 170 mm x H 57 mm
Anschnittformat: B 176 mm x H 63 mm
Platzierung: linksseitig beginnend mit 1/3 S. hoch

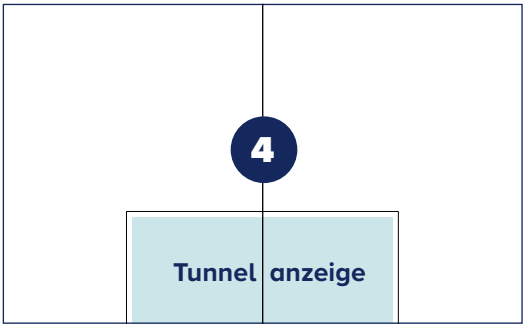


Eckfeldanzeige
Format: B 85 mm x H 112 mm
Anschnittformat: B 91 mm x H 118 mm
Platzierung: auf einer linken oder rechten Seite

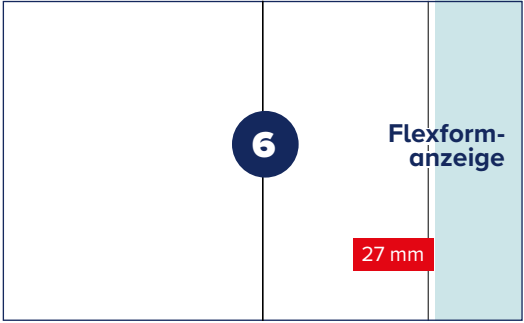
Beschnittzugabe: je 6 mm. Bei Anschnittanzeigen müssen Text- und Bildmaterial mindestens 8 mm vom Anschnittformat entfernt sein.
Angaben in Millimetern (Breite x Höhe)



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



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



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	€ 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. 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

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