

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 über 17,6 Millionen Leserinnen und Lesern sowie knapp zwei Millionen Unique Users 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 15,02 Millionen Leserinnen und Lesern pro Monat die höchste Reichweite im deutschen Lesermarkt. Zeitgemäße Titelthemen, ein dynamisch wachsendes Portfolio, zahlreiche Online- und Podcast-Angebote sowie namhafte Auszeichnungen unterstreichen unsere Vielfalt und Relevanz im Gesundheitsjournalismus. Entlang der „Patient Journey“ bieten wir eine große Vielfalt an Touchpoints auf allen Kanälen. Unsere werbetreibenden Kunden profitieren von einer überaus effizienten und zielgerichteten Aussteuerung ihrer Kampagnen, besonders wirksam durch den vertrauenswürdigen Distributionskanal der Apotheke vor Ort. Unsere Medien ergänzen hervorragend die Beratungsleistung durch die Apothekerinnen und Apotheker. Plus: Unsere Publikationen genießen in vielerlei Hinsicht Kultstatus, wie etwa das fünfzigjährige Jubiläum der Kinder-Lovebrand medizini zeigt.

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

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

Herzlichst

Andreas Arntzen
Andreas Arntzen

Dennis A. Ballwieser
Dr. Dennis A. Ballwieser

Quelle: AWA 2025, agma DNA 5/2025



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](https://www.apotheken-umschau.de) zählt zu den meistbesuchten Gesundheitsplattformen und bietet täglich neue Gesundheitsthemen. Ihre Plattform [gesundheit-hoeren.de](https://www.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.

Titelthema

Mein Herz in Balance

Insuffizienz Nur Tabletten? Warum es noch mehr braucht, um das beste Leben mit Herzschwäche zu führen

Die Treppe rauf, außer Puste. Oder einfach nur die Wohnung staubsaugen – und das Herz rast. Für Menschen mit chronischer Herzinsuffizienz werden selbst normale Alltagssituationen zur Belastungsprobe. Natürlich, Medikamente helfen. Aber was nach der Diagnose oft bleibt, ist die Angst. Und genau hier kann der Teufelskreis losgehen, weiß die psychologische Psychotherapeutin Franziska Kolorz vom Herzenzentrum der Berliner Charité. „Psyche und Herz sind ganz eng miteinander verknüpft.“ Dass dauerhafter Stress ein Risikofaktor für Herz-Kreislauf-Erkrankungen ist, ist schon lange bekannt. Doch genauso gilt die Gleichung auch in die andere Richtung: Wer an einer Herzkrankheit leidet, hat auch ein höheres Risiko für psychischen Stress. „Die meisten Menschen, die an einer chronischen Herzschwäche leiden, haben viele Sorgen und Ängste bezüglich der eigenen Gesundheit“, sagt Expertin Kolorz. Wirklich überraschend ist das Herz nicht mehr in der Lage, den Organis-

mus mit ausreichend Blut und Sauerstoff zu versorgen“, heißt es in der medizinischen Leitlinie. Oder kurz gesagt: Die Pumpe ist zu schwach. Ein typisches Symptom ist Luftnot. Und wer das einmal erlebt, möchte es nie wieder.

Etwa 2,5 Millionen Menschen leiden in Deutschland an einer Herzinsuffizienz, auch Herzschwäche oder Herzmuskelchwäche genannt. Sie ist der häufigste Grund, warum Menschen in die Notaufnahme kommen. Im Gegensatz zur akuten Herzinsuffizienz, die zum Beispiel durch einen Herzinfarkt ausgelöst werden kann, entwickelt sich die chronische Herzinsuffizienz über einen längeren Zeitraum. In etwa der Hälfte der Fälle schädigen Durchblutungsstörungen des Herzmuskels oder Bluthochdruck den Muskel schleichend bis zu dem Punkt, an dem er nicht mehr kann.

Auch bei Martin Eisenlauer dauerte es Monate, bis er 2018 die richtige Diagnose bekam. Vorher konnte er nur noch halb sitzend schlafen. Im Liegen drückte die

ALLES DRIN

Medikamente: Einmal im Jahr ist die Hausapotheke dran. Welche Pillen sind noch gut, welche abzugeben? Und wie entsorgt man Arzneien eigentlich richtig?

Das darf in der Hausapotheke nicht fehlen:

- Pflaster
- Schmerzmittel
- Desinfektionsmittel
- Mittel gegen Ungeziefer und Dürrehitze

Hier gehört es hin! In einem Kühlen, trockenen und dunklen Ort lagern. Medikamente einpacken mit separatem Originalverpackungsaufkleber.

Auf keinen Fall in die Toilette, in den Müll oder in den Abfluss werfen!

Haltbarkeits-Check

Haltbarkeitsdatum: Bis wann ist ein Arzneimittel noch einwandfrei? Bis wann ist es noch sicher zu verwenden? Bis wann ist es noch wirksam?

Wichtig mit abgelaufenen Medikamenten?

- Sparsam verwenden oder gar nicht verwenden
- Bei Abgabe an Apotheken
- Bei Abgabe an Apotheken
- Bei Abgabe an Apotheken

Apotheken haben die Augen für Sie! Sie helfen Ihnen, Ihre Medikamente richtig zu entsorgen.

Die meisten drastischen Nebenwirkungen sind durch falsche Anwendung oder Drogenmissbrauch zu vermeiden. Sie sollten sich bei Fragen an Ihre Apotheke wenden.

Medizin braucht Migration

Ausländische Fachkräfte werden für das deutsche Gesundheitssystem immer wichtiger.

Zuwachs von außen: 2019: +34% (2018: +28%)

Verzorgungslücke in Deutschland: 2019: 270.400 (2018: 238.800)

Jede(r) Dritte geht ins Ausland: 2019: 246 Tage (2018: 200 Tage)

Bundesrepublik der Bürokratie: 2019: 4005 (2018: 3915) Anträge

„Ohne ausländische Mitarbeiterinnen wäre die medizinische Versorgung in Deutschland auf diesem Niveau nicht zu halten, sogar ernsthaft gefährdet.“

(Zucker-)Schock, lass nach!

Bevorstehende Ernährung: Wie genau es mit Zucker im Durchschnitt geht (für Frauen) und was das für Auswirkungen hat.

Quark: 100g: 10g Zucker

Yoghurt: 100g: 10g Zucker

Obst: 100g: 10g Zucker

Getränke: 100ml: 10g Zucker

Backwaren: 100g: 10g Zucker

Salz: 100g: 10g Salz

Wichtig: Die meisten Menschen wissen nicht, wie viel Zucker in den Lebensmitteln steckt. Ein Glas Softdrink enthält bis zu 100g Zucker. Ein Keks enthält bis zu 10g Zucker. Ein Stück Schokolade enthält bis zu 5g Zucker.

Ferien mit Haustier

Urlaub, die geliebte Katze oder den Hund mitzunehmen ist für viele Menschen ein Muss.

Was ist sonst noch wichtig?

Wie finde ich gute Tierärztler oder gute Tierpfleger?

Wichtig: Die meisten Menschen wissen nicht, wie viel Zucker in den Lebensmitteln steckt. Ein Glas Softdrink enthält bis zu 100g Zucker. Ein Keks enthält bis zu 10g Zucker. Ein Stück Schokolade enthält bis zu 5g Zucker.

Genau hinschauen

Arzneitherapie: Sie ist ein Segen – sofern sie richtig eingesetzt wird. Vor möglichen Fehlern, kann diese in der Regel vermeiden.

Mit Mühe: Wirkliche Anzeichen sind oft nicht sofort zu erkennen. Sie können sich erst im Verlauf zeigen.

Zu Hause: Die meisten Menschen wissen nicht, wie viel Zucker in den Lebensmitteln steckt. Ein Glas Softdrink enthält bis zu 100g Zucker. Ein Keks enthält bis zu 10g Zucker. Ein Stück Schokolade enthält bis zu 5g Zucker.

Mehr als nur eine Phase

Menstruation: Hormonstöße? Ja – aber wer den weiblichen Zyklus richtig versteht, hat auch die Kontrolle. Wie Sie ihn für sich nutzen können.

Der Zyklus: Ein 28-tägiger Zyklus, der sich in vier Phasen unterteilt: Menstruationsphase, Follikelphase, Ovulationsphase und Lutealphase.

Wichtig: Die meisten Menschen wissen nicht, wie viel Zucker in den Lebensmitteln steckt. Ein Glas Softdrink enthält bis zu 100g Zucker. Ein Keks enthält bis zu 10g Zucker. Ein Stück Schokolade enthält bis zu 5g Zucker.

Keine Tabus!

Ich habe das Gefühl, dass meine Leber, Husten vorspielt, um Hustensaft zu bekommen. Ist sie abhängig?

Ich habe sehr unregelmäßige Haut, die beim Waschen manchmal noch schlimmer zu werden scheint. Was kann ich tun?

Wichtig: Die meisten Menschen wissen nicht, wie viel Zucker in den Lebensmitteln steckt. Ein Glas Softdrink enthält bis zu 100g Zucker. Ein Keks enthält bis zu 10g Zucker. Ein Stück Schokolade enthält bis zu 5g Zucker.

Bitter bringt's

Genüsse: Chirorien, Radicchio, Rosenkohl und Co. Sie sind gesund und schmecken auch noch lecker.

Pasta mit getrocknetem Radicchio

Wichtig: Die meisten Menschen wissen nicht, wie viel Zucker in den Lebensmitteln steckt. Ein Glas Softdrink enthält bis zu 100g Zucker. Ein Keks enthält bis zu 10g Zucker. Ein Stück Schokolade enthält bis zu 5g Zucker.

Media Facts

Monatlich verkaufte Auflage Apotheken Umschau-Kombi A+B:

5.085.841 Exemplare

IVW 2/2025

Reichweite Apotheken Umschau-Kombi A+B:

15,02 Mio. Leserinnen und Leser pro Monat

AWA 2025, 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:

€ 37,67

1/1 Seite 4c netto, Preise 2025, IVW 2/2025

Leser-Strukturdaten

Leserschaftsstruktur (laut AWA 2025) nach relevanten Kriterien	AWA Gesamt Ant. %	Apotheken Umschau	
		Ant. %	Index
Geschlecht			
Männer	49,2	32,2	65
Frauen	50,8	67,8	133
Altersgruppen			
40 – 49 Jahre	14,1	9,1	64
50 – 59 Jahre	17,0	17,0	100
60 – 69 Jahre	16,0	22,0	138
70 Jahre und älter	18,0	39,7	221
Aussagen zur eigenen Person			
Sehr breites/breites Interessenspektrum ¹	33,2	36,4	110
Sehr breiter/breiter Expertenhorizont ²	26,2	31,5	120
Umfassend Printaffine ³	27,9	54,8	196
Lege großen Wert auf Naturheilmittel, schonende Medikamente	25,9	30,2	117
Aussagen zur eigenen Gesundheit			
Leute, die sehr auf ihre Gesundheit achten (Gesundheitsbewusste)	28,2	40,3	143
Leute, die Probleme mit ihrem (zu hohen) Gewicht haben	15,9	21,9	137

Potenzial: 71,00 Mio. – Apotheken Umschau A+B 15,02 Mio. Leser = 21,2 % 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 2025) nach relevanten Kriterien	AWA Gesamt		Apotheken Umschau	
	Ant. %	Ant. %	Index	
Informationsinteresse: „Interessiert und gebe öfter Ratschläge, Tipps, gelte da als Experte“				
Medizinische Fragen	18,2	30,2	165	
Hautpflege, Körperpflege	8,5	11,3	132	
Diät, z.B. Diätvorschläge, Diätprodukte	5,1	8,0	157	
Haarpflege, Frisuren	9,3	10,9	117	
Urlaub und Reisen	29,7	34,3	116	
Private Altersvorsorge, finanzielle Absicherung für die Zukunft	6,2	7,0	114	
Versicherungen, finanzielle Absicherung gegen Unglücksfälle	6,2	6,3	103	
Gartenpflege, Gartengestaltung	17,8	26,6	149	
Wohnen und Einrichten	15,2	20,2	132	
Tiere, Haustiere	14,2	15,8	112	
Sonder- und Kernzielgruppen				
Kernzielgruppe OTC ⁴	20,9	34,7	166	
Kernzielgruppe Pflegendes Kosmetik für Frauen ⁵	12,7	18,5	146	
WOOPIES (Well off older people) ⁶	9,1	15,3	168	
Persönlichkeitsstarke Multiplikatoren ⁷	25,2	28,2	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

Mangelscheinungen

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

Preise und Formate

Preisliste 2025 (Nr. 68, gültig ab 13. Februar 2025), Erscheinungsweise: 2 x 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 Rästelumfeld
- ** 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 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
- 1/8 Seite 2-sp. im Satzspiegel***
B 82 mm x H 48 mm
- U4 im Anschnitt**
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)

* Platzierung: ausschließlich im Rästelumfeld

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

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

Sonderwerbformen

Preisliste 2025 (Nr. 68, gültig ab 13. Februar 2025), Erscheinungsweise: 2 x 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 €

inkl. 5% Kombi-Rabatt

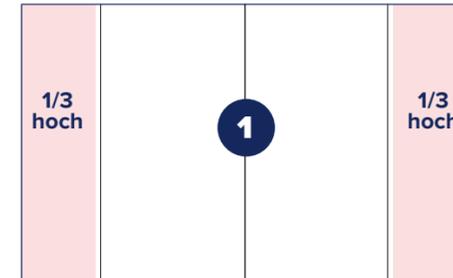
Weitere Formate, Sonderformate auf Anfrage. Alle Preise zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer.

Die genannten Preise sind AE- und rabattfähig.

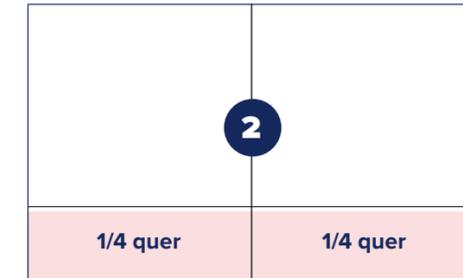
* Belegung in der Gesamtauflage möglich.

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

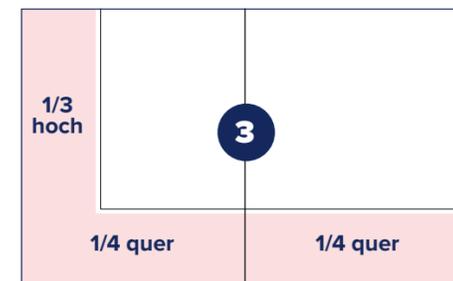
Für feste Platzierungswünsche werden 15% Aufschlag berechnet.



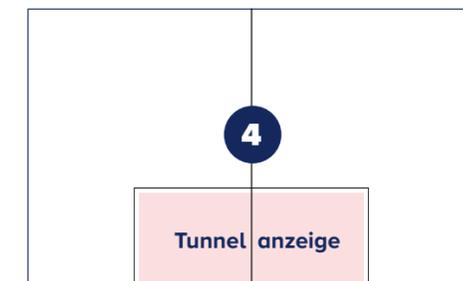
2 x 1/3 Seite gegenüberliegend
 Format 1 x 1/3 S. hoch: B 65 mm x H 240 mm
 Anschnittformat: B 71 mm x H 252 mm
 Platzierung: auf einer Doppelseite außenseitig gegenüberliegend



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



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



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



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



Flexformanzeige (nur auf vorherige Anfrage)
 Format Flexformanzeige: B 65 mm x H 240 mm
 Anschnittformat: B 71 mm x H 252 mm
 Platzierung: auf einer rechten Seite

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

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 und Nord / Ost)	€ 49/‰***
bis 10 g in der Teilaufgabe (Gebiete Süd, West oder 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.

Seitenblicke

Angesteckt! Und jetzt?

TEXT — KATHRIN SCHWARZE-REITER
ILLUSTRATION — PATRICK WIDMER

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

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

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

Kita-Krankheit

Schnullerfee im Anflug

Was sind für den Schnuller geworden? Eltern erzählen

3 Tipps mit 10 Monaten

Der Schnuller ist ein beliebtes Spielzeug für viele Kinder. Doch er kann auch ein Problem sein, wenn er zu lange im Mund bleibt. Eltern sollten darauf achten, dass der Schnuller nicht verschluckt wird und dass er regelmäßig gewechselt wird. Ein Schnuller sollte nicht länger als 2 bis 3 Monate im Gebrauch sein.

Her mit den Moneten!

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

Der frühe Vogel fliegt zum Zaster

Ein sicherer (Schutz)Kiste

Du kommst hier mit ein!

Jetzt wird's grün

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

1. Eisen-Pesto
2. Gurkensuppe
3. Spinat-Couscous

VITAMIN

1. Worfür brauchen Kinder Vitamin D?

2. Wie bekommt der Körper Vitamin D?

3. Was gilt für Säuglinge?

4. Brauchen Klein- und Schulkinder extra Vitamin D?

5. Was sollten Eltern tun?

6. Sind Schwangere und Stillende?

Guten Abend, gute Nacht

Nichts fehlt uns Eltern so sehr wie Schlaf. Manchmal liegt es an den Kindern, manchmal an uns selbst. Hier sind einige Tipps, wie man den Schlaf verbessern kann.

1. Regelmäßige Schlafenszeiten
2. Gute Schlafhygiene
3. Entspannungstechniken

ALLE GESUND?

O-TON

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

Etwa mit 2 Monaten

Langen Infos an, bewusst an Babys. Damit reagieren sie zum Beispiel auf Mamas freudvolles Gekacke oder Pappas Stimme – und stellen so eine Bindung her.

MAMA HAT'S INKUBIEREN

MAMAS TRAININGSPLAN

1. SCHEITERN
2. ÜBERLEBEN
3. ERGEBNIS

HEUTE ÜBEN

1. Morgens
2. Mittags
3. Abends

Was tun bei Fieber?

Hohes Fieber ist ein Warnzeichen. Hier sind einige Tipps, wie man es behandeln kann.

1. Messen
2. Beobachten
3. Behandeln

WAS TUN?
SYMPTOME?
AB IN DIE PRAXIS!

Media Facts

Monatlich verkaufte Auflage:

354.516 Exemplare

IVW 2/2025

Reichweite Apotheken Umschau ELTERN:

1,55 Mio. Leserinnen und Leser pro Monat

AWA 2025, deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahre

Auslegestelle:

Erhältlich in Apotheken

Erscheinungsweise:

12 Ausgaben pro Jahr

TAP Apotheken Umschau ELTERN:

€ 111,14

1/1 Seite 4c netto, Preise 2025, IVW 2/2025

Leser-Strukturdaten

Leserschaftsstruktur (laut AWA 2025) nach relevanten Kriterien	AWA Gesamt Ant. %	Apotheken Umschau ELTERN	
		Ant. %	Index
Geschlecht			
Männer	49,2	21,5	44
Frauen	50,8	78,5	155
Altersgruppen			
14 – 19 Jahre	6,6	0,7	10
20 – 29 Jahre	13,0	13,4	103
30 – 39 Jahre	15,2	38,3	252
40 – 49 Jahre	14,1	22,2	157
50 Jahre und älter	51,0	25,3	50
Haushaltsgröße			
1 oder 2 Personen	61,4	27,9	45
3 Personen	16,3	31,8	195
4 Personen	15,6	25,5	164
5 Personen und mehr	6,7	14,7	220
Eigene Kinder im Haushalt			
unter 1 Jahr	1,3	11,8	950
1 bis unter 3 Jahre	3,5	22,0	626
3 bis unter 6 Jahre	5,5	24,6	451
6 bis unter 10 Jahre	7,1	23,8	335
Kind(er) unter 6 Jahre gesamt	8,4	46,4	550
Kind(er) unter 14 Jahre gesamt	17,6	64,5	366

Leser-Strukturdaten

Leserschaftsstruktur (laut AWA 2025) nach relevanten Kriterien	AWA Gesamt Ant. %	Apotheken Umschau ELTERN Ant. %	Index
Persönliche Veränderungen in den nächsten 12 Monaten			
Ich werde heiraten	2,0	4,5	228
Ich/wir erwarte(n) ein Kind	2,0	7,4	378
Informationsinteresse: Interessiert mich besonders			
Berufliche Weiterbildung	19,9	28,0	140
Natur- und Umweltschutz	22,9	28,8	126
Diät, z. B. Diätvorschläge, Diätprodukte	5,3	8,2	154
Medizinische Fragen	25,9	36,5	141
Gastlichkeit zu Hause, Gästebewirtung	23,4	32,3	138
Gartenpflege, Gartengestaltung	21,2	24,4	115
Modernes Design	6,8	7,1	104
Wohnen und Einrichten	25,7	41,1	160
Haarpflege, Frisuren	19,9	28,9	145
Kosmetik, Make-up	13,5	22,0	164

Potenzial: 71,00 Mio. – Apotheken Umschau ELTERN 1,55 Mio. Leser = 2,2% 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

Caravanning / 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

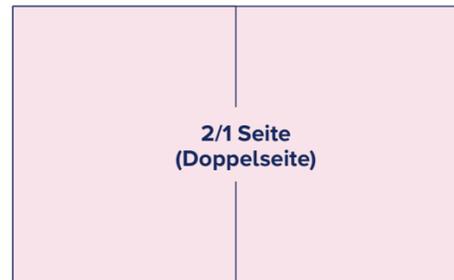
Unverträglichkeiten

Impfungen

Fieber

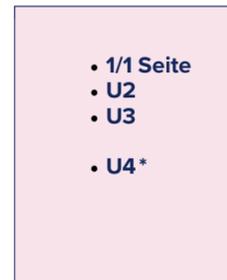
Änderungen vorbehalten

Formate

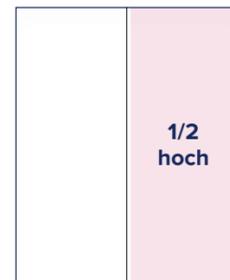


2/1 Seite
(Doppelseite)

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



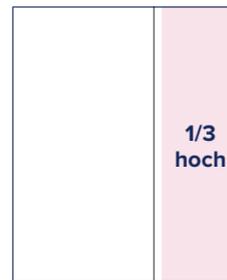
1/1 S., U2, U3 im Anschnitt
B 195 mm x H 240 mm



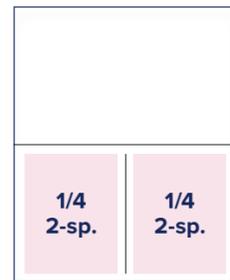
1/2 Seite hoch im Anschnitt
B 94 mm x H 240 mm



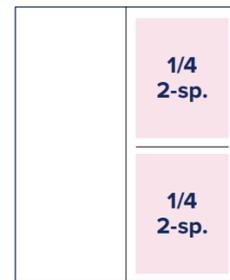
1/2 Seite quer im Anschnitt
B 195 mm x H 117 mm



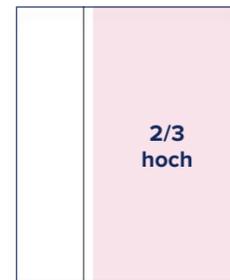
1/3 Seite hoch im Anschnitt
B 64 mm x H 240 mm



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.

Sonderwerbformen

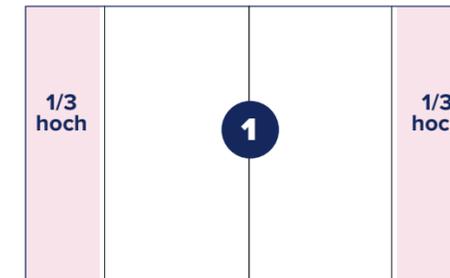
Preisliste 2025 (Nr. 55, gültig ab 13. Februar 2025), Erscheinungsweise: monatlich

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

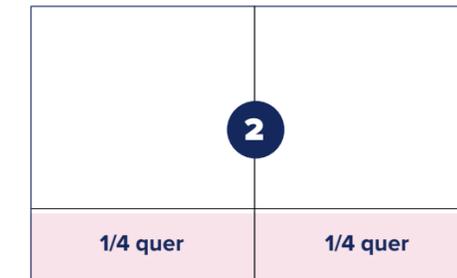
Weitere Formate, Sonderformate auf Anfrage. Alle Preise zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer. Die genannten Preise sind AE- und rabattfähig.

* Belegung in der Gesamtauflage möglich.

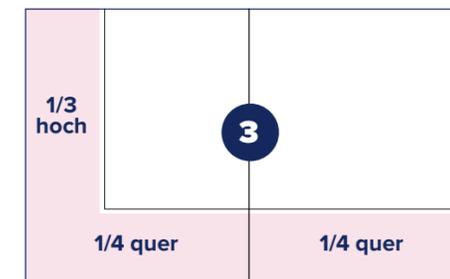
Für feste Platzierungswünsche werden 15% Aufschlag berechnet.



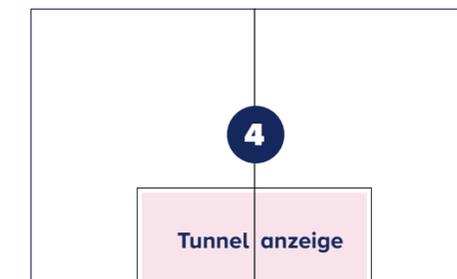
2 x 1/3 Seite gegenüberliegend
 Format 1 x 1/3 S. hoch: B 65 mm x H 240 mm
 Anschnittformat: B 71 mm x H 252 mm
 Platzierung: auf einer Doppelseite außenseitig gegenüberliegend



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



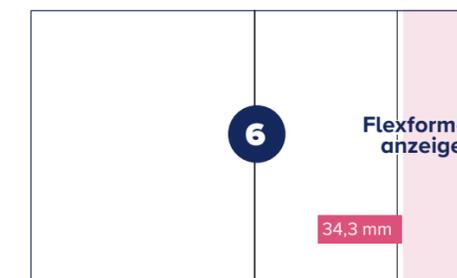
L-Anzeige
 Format 1 x 1/3 S. hoch: B 65 mm x H 240 mm
 Anschnittformat: B 71 mm x H 252 mm
 Format 1 x 1/4 S. quer: B 195 mm x H 60 mm
 Anschnittformat: B 201 mm x H 66 mm
 Platzierung: linksseitig beginnend mit 1/3 S. hoch



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



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



Flexformanzeige (nur auf vorherige Anfrage)
 Format Flexformanzeige: B 65 mm x H 240 mm
 Anschnittformat: B 71 mm x H 252 mm
 Platzierung: auf einer rechten Seite

Achtung: Die Form darf nicht mehr als **34,3 mm** ab dem inneren Anzeigenrand in die redaktionelle Fläche hineinragen (s. rotes Feld)

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

Beilagen, Beihefter und Beikleber

Beilagen: Spezifikationen und Preise	
Belegbare Auflagen	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	€ 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/‰)	
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 krepelt das Leben von Betroffenen und ihren Angehörigen gehörig um. Wie sieht jetzt der Alltag mit der Erkrankung aus, wie die Behandlung? Antworten darauf bietet der Diabetes Ratgeber.

Mehr als acht Millionen Menschen in Deutschland haben Diabetes, die weitaus meisten davon Diabetes Typ 2. 2,4 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 2025, deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahre

Seitenblicke

TITELTHEMA

Das passt zu mir!

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

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

Foto: Getty Images/Deepak Sethi, Illustrationen: W&P/Michèle Günther

6 Diabetes Ratgeber 05/2024 05/2024 Diabetes Ratgeber 7

MEIN ALLTAG

Allein zu Hause? Aber sicher!

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

Die Technik für einen arbeiten lassen
Wer alleine wohnt, sollte die Essenszubereitung erleichtern lassen. Ein kleiner Roboterarm, der über einen Fernbedienungsknopf bedient werden kann, kann die Arbeit erleichtern. Ein kleiner Roboterarm, der über einen Fernbedienungsknopf bedient werden kann, kann die Arbeit erleichtern.

Zuckerwerte anpassen
Lagen Sie den Zuckerwert auch die Zuckerwerte fest. Lagen Sie den Zuckerwert auch die Zuckerwerte fest.

SOB-Verhaltensregeln treffen
Nehmen Sie Maßnahmen und schnell ankommen Zucker in einem Taktchen. Nehmen Sie Maßnahmen und schnell ankommen Zucker in einem Taktchen.

28 Diabetes Ratgeber Diabetes Ratgeber 29

MEINE GESUNDHEIT

Mit Diabetes auf Reisen

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

Am Urlaubsort
• Achtung, andere Zeitzone! Den Blutzucker im Blick behalten, aber normal mehr kontrollieren.
• Meeresluft und Feuchtigkeit, etwas mit Sonnenschutz, bis 24°C kühlen.
• Hygiene und Feuchtigkeitscreme.
• Hygiene- und Feuchtigkeitscreme.
• Hygiene- und Feuchtigkeitscreme.

Das sollte im Handgepäck
• Medikamente, Rezepturkopie, Arztbescheinigung.
• Medikamente, Rezepturkopie, Arztbescheinigung.
• Medikamente, Rezepturkopie, Arztbescheinigung.

Hauptgepäck
• Insulin, Blutzuckermessgerät, Glukosemessgerät, Blutzuckerstreifen, Blutzuckerlösung, Blutzuckerlösung, Blutzuckerlösung.

Unterwegs
• Informieren Sie sich, wo die nächste Apotheke ist.
• Informieren Sie sich, wo die nächste Apotheke ist.

30 Diabetes Ratgeber Diabetes Ratgeber 31

TITELTHEMA

Typisch Mann, typisch Frau

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

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

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

38 Diabetes Ratgeber Diabetes Ratgeber 39

MEIN SCHÖNES LEBEN

Die schlanke Woche

Abschrecken nach Plan mit mediterraner Kost. Die schlanke Woche.

Abschrecken nach Plan mit mediterraner Kost. Die schlanke Woche.

Abschrecken nach Plan mit mediterraner Kost. Die schlanke Woche.

48 Diabetes Ratgeber Diabetes Ratgeber 49

MEIN SCHÖNES LEBEN

Meine Wünsche, deine Wünsche

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

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

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

52 Diabetes Ratgeber Diabetes Ratgeber 53

MEIN ALLTAG

Technik mit Köpfchen

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

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

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

38 Diabetes Ratgeber Diabetes Ratgeber 39

MEINE GESUNDHEIT

Gesund leben, gesund bleiben

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

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

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

28 Diabetes Ratgeber Diabetes Ratgeber 29

MEINE GESUNDHEIT

Die ersten Male messen

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

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

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

30 Diabetes Ratgeber Diabetes Ratgeber 31

Media Facts

Monatlich verkaufte Auflage:

689.441 Exemplare

IVW 2/2025

Reichweite:

2,40 Mio. Leserinnen und Leser pro Monat

AWA 2025, 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:

€ 52,65

1/1 Seite 4c netto, Preise 2025, IVW 2/2025

Leser-Strukturdaten

Leserschaftsstruktur (laut AWA 2025) nach relevanten Kriterien	AWA Gesamt Ant. %	Diabetes Ratgeber	
		Ant. %	Index
Geschlecht			
Männer	49,2	34,3	70
Frauen	50,8	65,7	129
Altersgruppen			
14 – 49 Jahre	49,0	9,8	20
50 Jahre und älter	51,0	90,2	177
60 Jahre und älter	34,0	76,9	226
70 Jahre und älter	18,0	53,4	297
„Gehe in eine Apotheke“			
Mindestens einmal in der Woche	3,2	11,8	364
Zwei- bis dreimal im Monat	12,8	31,1	242
Einmal im Monat	23,2	32,2	139
Das könnte auf mich passen:			
Leute, die sehr auf ihre Gesundheit achten (Gesundheitsbewusste)	28,2	47,1	167
Leute mit erhöhtem Blutzucker, Diabetiker	8,5	44,2	517
Leute, die Probleme mit ihrem (zu hohen) Gewicht haben	15,9	28,8	181
Leute, die öfter mal kalorienreduzierte Lebensmittel, Getränke verwenden	18,6	27,9	150

Leser-Strukturdaten

Leserschaftsstruktur (laut AWA 2025) nach relevanten Kriterien	AWA Gesamt Ant. %	Diabetes Ratgeber	
		Ant. %	Index
Naturheilmittel, schonende Medikamente			
Lege großen Wert auf Naturheilmittel, schonende Medikamente	25,9	31,1	120
Kernzielgruppe			
Kernzielgruppe OTC ¹	20,9	41,5	199
Informationsinteresse: Diät, z. B. Diätvorschläge, Diätprodukte			
Interessiert mich besonders	5,3	16,2	312
Interessiert und gebe öfter Ratschläge, Tipps, gelte als Experte	5,1	13,7	269
Körper-, Haarpflegemittel²			
Spezielle Pflegemittel für die Hände	28,0	37,9	135
Produkte für die Fußpflege	17,4	35,2	202
Hautcreme für alle Zwecke	42,1	55,8	133

Potenzial: 71,00 Mio. – Diabetes Ratgeber 2,40 Mio. Leser = 3,4 % 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

Mangelercheinungen

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

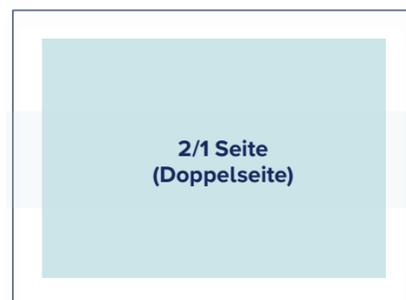
Krebs

Zahnpflege

Gesundheitsschuhe

Änderungen vorbehalten

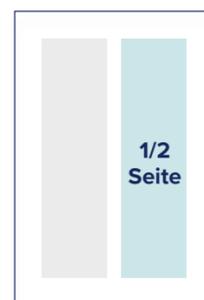
Formate



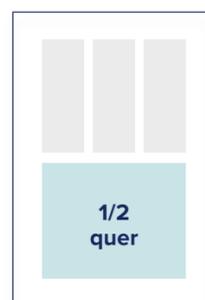
S.: B 316 mm x H 186 mm
A.: B 340 mm x H 225 mm



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



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



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



S.: B 69 mm x H 89 mm

S. = Satzspiegel-Format A. = Angeschnittene Anzeigen
Angaben in Millimetern (Breite x 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.

Sonderwerbformen

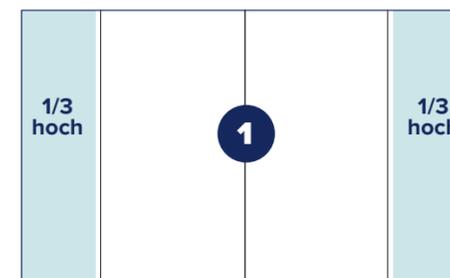
Preisliste 2025 (Nr. 45, gültig ab 13. Februar 2025), Erscheinungsweise: monatlich

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 €

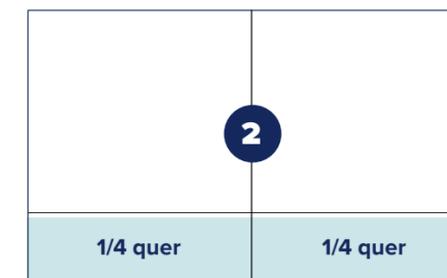
Weitere Formate, Sonderformate auf Anfrage. Alle Preise zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer. Die genannten Preise sind AE- und rabattfähig.

* 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



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

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

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



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. Knapp 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 2025, deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahre

Media Facts

Monatlich verkaufte Auflage:

992.566 Exemplare

IVW 2/2025

Reichweite:

3,86 Mio. Leserinnen und Leser pro Monat

AWA 2025, 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:

€ 34,66

1/1 Seite 4c netto, Preise 2025, IVW 2/2025

Leser-Strukturdaten

Leserschaftsstruktur (laut AWA 2025) nach relevanten Kriterien	AWA Gesamt Ant. %	Senioren Ratgeber	
		Ant. %	Index
Geschlecht			
Männer	49,2	33,5	68
Frauen	50,8	66,5	131
Altersgruppen			
50 Jahre und älter	51,0	95,1	187
60 Jahre und älter	34,0	86,6	255
70 Jahre und älter	18,0	65,1	361
WOOPIES (Well off older people) ¹	9,1	19,4	214
Das könnte auf mich passen:			
Leute, die sehr auf ihre Gesundheit achten (Gesundheitsbewusste)	28,2	46,3	164
Naturheilmittel, schonende Medikamente			
Lege großen Wert auf Naturheilmittel, schonende Medikamente	25,9	29,3	113
Hohe Ausgabebereitschaft: Bereiche, die so wichtig sind, dass man bereit ist, dafür einiges Geld auszugeben:			
Gesundheit, Wellness	35,1	52,5	149

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

Leser-Strukturdaten

Leserschaftsstruktur (laut AWA 2025) 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	18,2	32,9	180
Gesunde Ernährung, gesunde Lebensweise	19,4	27,6	142
Hautpflege, Körperpflege	8,5	10,5	123
Kernzielgruppe			
Pflegende Kosmetik für Frauen ²	12,7	17,4	137
Informationsinteresse an den Themen... Interessiert und gebe öfter Ratschläge, Tipps, gelte da als Experte			
Urlaub und Reisen	29,7	30,2	102
Bevorzugte Arten von Urlaubsreisen			
Studien- oder Kulturreise	19,4	22,4	115
Städtereise	47,3	49,6	105
Kreuzfahrten	20,5	30,0	146
Geführte Gruppe mit Ausflugs- oder Kulturprogramm	14,1	27,3	194
Wellness-Urlaub	31,7	32,2	101

Potenzial: 71,00 Mio. – Senioren Ratgeber 3,86 Mio. Leser = 5,4 % Reichweite

² Frauen, die mindestens 6 von 10 Kosmetikartikeln in den letzten 7 Tagen persönlich benutzt haben

Themenauswahl 2025

JANUAR 2025

AS: 07.11.2024 | ET: 02.01.2025

Langlaufen

Fit im Kopf

Hautpflege 

MÄRZ 2025

AS: 13.01.2025 | ET: 01.03.2025

Gesunder Darm

Hörgeräte

Pflegeheim finden

MAI 2025

AS: 11.03.2025 | ET: 02.05.2025

Grauer Star

Reiseapotheke

E-Bike

FEBRUAR 2025

AS: 06.12.2024 | ET: 01.02.2025

Richtig vererben

Zunehmen

Entzündung im Mund

APRIL 2025

AS: 10.02.2025 | ET: 01.04.2025

Nagelpilz, Fußpilz

Schlafapnoe

Tierarzneimittel

JUNI 2025

AS: 08.04.2025 | ET: 02.06.2025

Hallux valgus

Mobil bleiben (Rollator, Treppenlift)

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

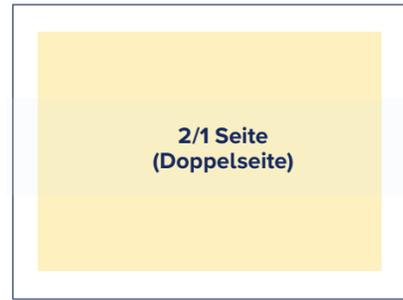
FEBRUAR 2026

AS: 05.12.2025 | ET: 02.02.2026

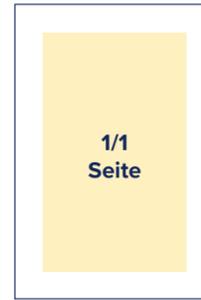
- Zunehmen
- Sehhilfen
- Sexualität

Änderungen vorbehalten

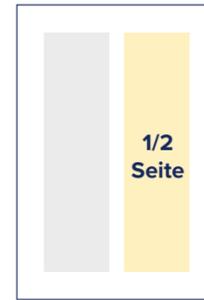
Formate



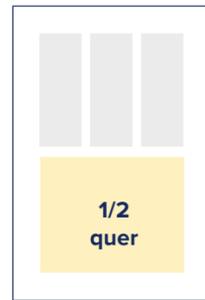
S.: B 316 mm x H 186 mm
A.: B 340 mm x H 225 mm



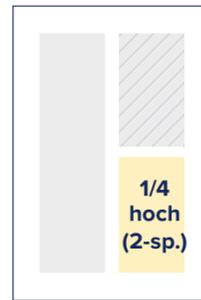
S.: B 148 mm x H 186 mm
A.: B 170 mm x H 225 mm



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



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



S.: B 69 mm x H 89 mm

S. = Satzspiegel-Format A. = Angeschnittene Anzeigen
Angaben in Millimetern (Breite x 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.

Sonderwerbformen

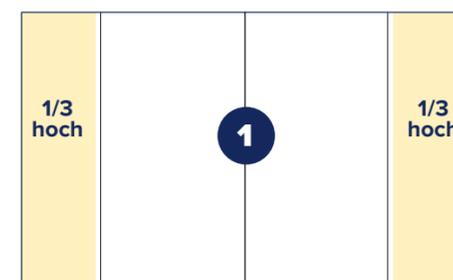
Preisliste 2025 (Nr. 46, gültig ab 13. Februar 2025), Erscheinungsweise: monatlich

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 €

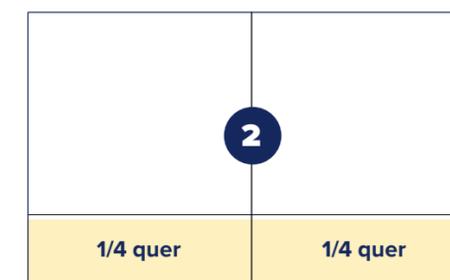
Weitere Formate, Sonderformate auf Anfrage. Alle Preise zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer. Die genannten Preise sind AE- und rabattfähig.

* 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



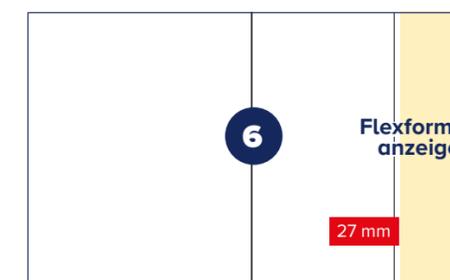
L-Anzeige
Format 1 x 1/3 S. hoch: B 55 mm x H 225 mm
Anschnittformat: B 61 mm x H 237 mm
Format 1 x 1/4 S. quer: B 170 mm x H 57 mm
Anschnittformat: B 176 mm x H 63 mm
Platzierung: linksseitig beginnend mit 1/3 S. hoch



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



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)

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

Beilagen, Beihefter und Beikleber

Beilagen: Spezifikationen und Preise	
Belegbare Auflagen	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. 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

Seitenblicke

meine Träume

Staunen tut uns einfach gut

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



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

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

Warum Staunen verbindet
Ein Blick auf die Gehirnaktivität der beiden Probandengruppen ließ die Wissenschaftler 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

mein Leben

Abtuhlung inklusive - ins Wasser fallen auch erfahrene Paddler* ab und zu

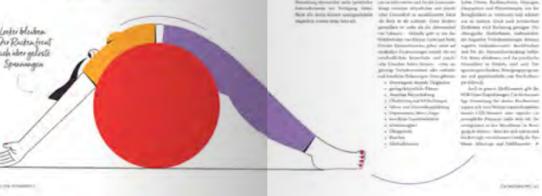
Auf die Bretter, fertig, los!

Stand-up-Paddling, das ursprünglich aus Hawaii stammt, hat sich auch bei uns zu einer beliebten Sportart entwickelt. Selbst Neulinge können schnell mit dem Board umgehen. So grundel in dieser Wassersportart



Starker RÜCKEN

Die PAZ hat eine Leserin gar nicht gegenwärtig. Überstarker Rücken schmerzen verheerend. Ein Blick lohnt sich, um die Flexibilität des Rückens zu prüfen



mein Leben

Wir machen uns zum Hampelmann

Als Hampelack bekannt, bietet diese aus unserer Kindheit vertraute Sprünghilfe weit mehr als nur Spaß und Lächeln. Sie stärkt die Muskeln, verbrennt Fett und verbessert unsere Koordination



Stärkung der Muskeln
Die Hampelack ist ein hervorragendes Trainingsgerät für die Muskulatur des Rückens, der Arme und der Beine. Durch die Sprünge werden diese Muskeln intensiv trainiert.

Verbrennen von Fett
Die Hampelack ist ein hervorragendes Trainingsgerät für die Muskulatur des Rückens, der Arme und der Beine. Durch die Sprünge werden diese Muskeln intensiv trainiert.

Verbesserte Koordination
Die Hampelack ist ein hervorragendes Trainingsgerät für die Muskulatur des Rückens, der Arme und der Beine. Durch die Sprünge werden diese Muskeln intensiv trainiert.

mein Genuss

Ein köstliches Vorgeschmack auf den Sommer

Frühling, Sommer, Herbst, Winter - das sind die Jahreszeiten. Aber was ist das Beste? Ein köstliches Getränk, das den Sommer in den Winter bringt. Das Rezept ist hier.



mein Beruf

Der große Vorsorge-Kompass

Von Darmreinigung über Mammographie bis hin zur Früherkennung von Prostatakrebs: Welche wichtigen Check-ups Sie Ihrer Kundenschaft ans Herz legen sollten.



Hilfskriterien Check-up

- **ALTERNATIVE** - Alternative Methoden sind oft nicht so gut erforscht wie konventionelle Methoden.
- **WIRKUNG** - Die Wirkung der Methode sollte wissenschaftlich belegt sein.
- **RISIKO** - Die Risiken der Methode sollten bekannt sein.
- **KOSTEN** - Die Kosten der Methode sollten bekannt sein.
- **WARTUNG** - Die Wartung der Methode sollte bekannt sein.

Röntgenuntersuchung der Brust

Die Röntgenuntersuchung der Brust ist eine der wichtigsten Vorsorgemaßnahmen für Frauen. Sie kann Krebs frühzeitig erkennen, bevor er sich ausbreiten kann.

Hilfe VON VIELEN SEITEN

Bei der ganzheitlichen Therapie (Ganzheitliche Ernährung, Yoga, Tai Chi, Qi Gong) werden Körper, Seele und Geist (Mind) miteinander verbunden. Auf diese Weise wird die Gesundheit gefördert und die Lebensqualität verbessert.

ADJUVANTE MEDIKATIONEN
Adjunktiva sind natürliche Substanzen, die die Wirkung von Medikamenten verstärken können. Sie können die Heilung beschleunigen und die Nebenwirkungen reduzieren.

PHYSIO- UND VERHALTENS- THERAPIE
Physiotherapie und Verhaltenstherapie sind wichtige Bestandteile der ganzheitlichen Therapie. Sie helfen, die körperliche Gesundheit zu verbessern und negative Verhaltensmuster zu ändern.

DIET- UND NUTRITIONSTHERAPIE
Die Ernährung spielt eine zentrale Rolle bei der ganzheitlichen Therapie. Eine gesunde Ernährung kann die Heilung fördern und die Symptome lindern.

LOKAL UND DIGITAL

Den digitalen Druck der Kundenschaft ist ein großer Pluspunkt für Apotheken und Drogerien. Die Live-Chat-Funktion ist ein Beispiel dafür, wie Digitalisierung die Kundenerfahrung verbessern kann.

WIR REDEN JETZT!
Die Digitalisierung der Apothekenbranche ist in vollem Gange. Von Online-Rezeptschreibern bis hin zu Telemedizin, bieten Apotheken immer mehr digitale Services an.

Mensch & Technik
Die Integration von Mensch und Technik ist ein Schlüsselfaktor für den Erfolg von Apotheken. Durch die Zusammenarbeit von Personal und Technologie können die Services verbessert werden.

Smarte Vorteile für Ihre Nutzer:innen
Die Digitalisierung bietet viele Vorteile für die Kundenschaft. Von der Online-Rezeptschreibung bis hin zur Lieferung von Medikamenten, können die Services verbessert werden.

mein Beruf

Tierisch gut versorgt

Auch Hund, Katze & Co. können mal krank werden. Wie können kann Apotheken Mitarbeitern helfen? Und warum ist das überhaupt? Das ist die PTA Woman mit Birte Länger gesprochen.



Notrufdienst bei Birte Länger
Birte Länger ist eine Tierärztin, die einen Notrufdienst für Tierbesitzer anbietet. Sie hilft bei akuten Notfällen und berät bei der Behandlung von Krankheiten.

Notrufdienst bei Birte Länger
Birte Länger ist eine Tierärztin, die einen Notrufdienst für Tierbesitzer anbietet. Sie hilft bei akuten Notfällen und berät bei der Behandlung von Krankheiten.

Apotheken Umschau

Apotheken Umschau ELTERN

Diabetes Ratgeber

Senioren Ratgeber

PTA Woman

HausArzt-Patienten-Magazin

medizini

Technische Daten und AGB

Media Facts

Monatlich verbreitete Auflage:

54.543 Exemplare

IVW 2/2025

Zielgruppe:

ca. 70.000 weibliche PTA

ABDA Statistik 2015

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, Sehkraft-
unterstützung, 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.)

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),

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)

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)

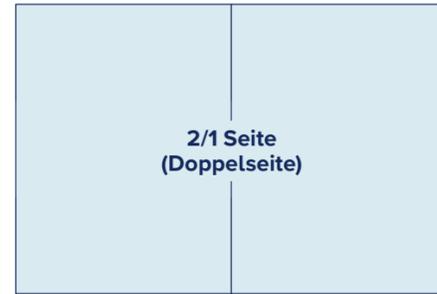
Änderungen vorbehalten

Formate



• 1/1 Seite
• U2
• U4

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)

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



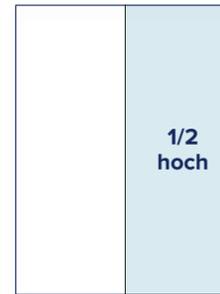
3/4 Seite
3-spaltig

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

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



1/2
hoch

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



1/2
quer

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



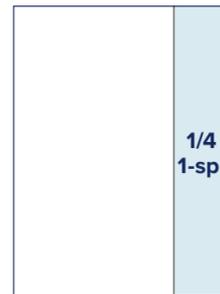
1/3
hoch

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



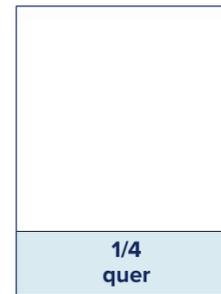
1/3
quer

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



1/4
1-sp.

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



1/4
quer

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

S. = Satzspiegel-Format

A. = Angeschnittene Anzeigen

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.

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 %		

Sonderwerbformen

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. Sonderwerbformen 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 Titelstrecke ist jeweils einem Gesundheitsthema gewidmet, das viele Menschen betrifft – mit praktischen Tipps, wie jede und jeder sich auch selbst helfen kann. Dabei wird über Tabuthemen ebenso berichtet wie über die

großen Volkskrankheiten Bluthochdruck, Diabetes, Rücken-, Gelenk- und Kopfschmerzen. Darüber hinaus nimmt das *HausArzt-PatientenMagazin* aktuelle Gesundheitstrends unter die Lupe und präsentiert spannende Erkenntnisse aus Wissenschaft und Forschung. Nicht zuletzt bietet die Redaktion aktuelle Informationen über gesundheitspolitische Entwicklungen, das Engagement des Hausärztinnen und Hausärzteverbands sowie die Digitalisierung im Gesundheitswesen – natürlich immer laienverständlich aufbereitet.

Patientinnen und Patienten erhalten das Magazin in der Praxis, damit sie es im Wartezimmer oder zu Hause lesen und so ihr Wissen vertiefen können. Es wird vom Bundesverband der Hausärztinnen und Hausärzte unterstützt und ist mit 1,01 Millionen Lesern pro Ausgabe¹ das führende Magazin in den hausärztlichen Praxen.

¹ AWA 2025, 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

Können 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 Unter Herz schlägt etwa 60- bis 80-mal pro Minute – wer nachdreht, kommt auf rund 4,2 Millionen Mal im Jahr. Wie lange es gedauert und flit 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 mit zunehmendem Alter häufiger. „Das Leben Betroffener ist dann häufig stark eingeschränkt“, sagt Professor Dr. Herbert Schunkert, Kardiologe und Direktor des Deutschen Herzzentrums in München. Stattdessen die Aussicht auf ein langes aktives Leben – ein besseres Argument gibt es nicht, um gleich mit dem persönlichen Herz-Schutzprogramm zu starten, oder? Je früher, desto besser!

Jetzt gleich loslegen! Viele Menschen lassen zum Jahreswechsel bestimmte Vorsätze. Warum nicht 2024 mit einem gesunden Lebensstil fürs Herz beginnen? Davon profitieren 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 →

Das Herz, der Motor unseres Körpers: Täglich pumpt es bis zu 10000 Liter Blut durch unsere Gefäße

Herz(liche) Tipps

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

HausArzt Gesundheit

Unser Bewegungsapparat – lange gelenkig und mobil bleiben

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

Unter dem Begriff Bewegungsapparat versteht man alle Strukturen, die für die Fortbewegung des Körpers notwendig sind. Dazu gehören Knochen, Muskeln, Sehnen, Bänder, Knorpel und Gelenke. Ein gesunder Bewegungsapparat ist die Grundlage für ein aktives Leben und die Vorbeugung von Beschwerden wie Arthritis, Osteoporose oder Bandscheibenerkrankungen.

So funktioniert ein Knie

Das Kniegelenk verbindet das Oberschenkelknochen (Femur) mit dem Unterschenkelknochen (Tibia). Es besteht aus zwei Hauptgelenkflächen: der Kniekehle (Patella) und dem Kniegelenk selbst. Die Beweglichkeit wird durch Bänder und Sehnen ermöglicht.

HausArzt Gesundheit

Vitamin D das Sonnenhormon

Ein Drittel der Erwachsenen hierzulande hat einen Mangel an Vitamin D. Worauf ist es überhaupt wichtig?

Was ist Vitamin D? Vitamin D ist ein fettlösliches Vitamin, das in der Haut durch die Wirkung von UV-B-Strahlung aus Cholesterin synthetisiert werden kann. Es ist wichtig für die Knochenbildung und die Immunabwehr.

Wie wird Vitamin D in unserem Körper benötigt?

Vitamin D wird in der Haut durch die Wirkung von UV-B-Strahlung synthetisiert. Es wird in der Leber in Vitamin D₃ umgewandelt und im Blut transportiert.

HausArzt Balance

Natürlich schön

Naturkosmetik im Winter werden die Haut von innen heraus gepflegt. Auch wenn die kalte Jahreszeit die Haut austrocknet, kann sie durch natürliche Inhaltsstoffe geschützt werden.

Winter ist die beste Zeit, um die Haut mit natürlichen Inhaltsstoffen zu pflegen. Aloe Vera, Vitamin E und Omega-3-Fettsäuren sind hervorragende Wahl für eine gesunde und strahlende Haut.

HausArzt Balance

Zusammen ist man weniger allein

Einigkeit ist ein gemeinsames Problem: Diese Angelegenheit kann mit Mithras, dem Apollon und zu neuen Freizeiten werden.

Mithras ist ein antikes Götterpaar, das in der griechischen Mythologie eine wichtige Rolle spielt. Die beiden Götter sind für die Erleuchtung und die Befreiung der Seele bekannt.

HausArzt Balance

DER SOMMER KANN KOMMEN!

Fußpflege im Winter schenken im Sommer Früchte. Doch hier sind es Sandalen, die vor der heißen Sonne schützen und die Füße gesund halten.

Wie Sie Ihre Füße im Sommer pflegen, ist entscheidend für Ihre Gesundheit. Regelmäßige Fußpflege und das Tragen von Sandalen können die Durchblutung fördern und die Füße gesund halten.

HausArzt Balance

Gesund im Urlaub

Gesundheitliche Vorsorge ist ein Muss, um die Ferienzeit ohne Probleme zu verbringen. Ein gesunder Lebensstil und Vorsorgeuntersuchungen sind die besten Strategien.

Wie Sie Ihren Urlaub verbringen, ist entscheidend für Ihre Gesundheit. Ein gesunder Lebensstil und Vorsorgeuntersuchungen sind die besten Strategien, um die Ferienzeit ohne Probleme zu verbringen.

HausArzt Gesundheit

Fit trotz Hitze

Wissenswertes über die Auswirkungen von Hitze auf den Körper. Wie Sie sich bei hohen Temperaturen fit halten können.

Wie Sie sich bei hohen Temperaturen fit halten können, ist entscheidend für Ihre Gesundheit. Tragen Sie leichte Kleidung, trinken Sie viel Wasser und vermeiden Sie übermäßige körperliche Anstrengung.

HausArzt Gesundheit

Wie geht satt?

Das ist ein Appell und gar kein Zeichen für einen Mangel. Die Kunst des Essens ist eine Wissenschaft, die die Gesundheit fördert.

Unter dem Begriff Sättigung versteht man den Zustand, in dem der Körper keine Nahrung mehr aufnehmen möchte. Dies ist ein natürliches Signal des Körpers, das die Gesundheit fördert.

Apotheken Umschau

Apotheken Umschau ELTERN

Diabetes Ratgeber

Senioren Ratgeber

PTA Woman

HausArzt-PatientenMagazin

medizin

Technische Daten und AGB

Media Facts

Verkaufte Auflage (4 × jährlich):

183.050 Exemplare

IVW 2/2025

Reichweite:

1,01 Mio. Leserinnen und Leser pro Ausgabe

AWA 2025, deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahre

TAP HausArzt-PatientenMagazin:

€ 98,88

1/1 Seite 4c netto, Preise 2025, IVW 2/2025

Leser-Strukturdaten

Leserschaftsstruktur (laut AWA 2025) nach relevanten Kriterien	AWA Gesamt Ant. %	HA-Patientenmagazin	
		Ant. %	Index
Geschlecht			
Männer	49,2	29,2	59
Frauen	50,8	70,8	139
Altersgruppen			
Bis 39 Jahre	34,9	14,0	40
40 – 59 Jahre	31,1	23,7	76
60 Jahre und älter	34,0	62,3	183
Informationsinteresse & Tipps: „Interessiert, gebe öfter Ratschläge. Gelte da als Experte“			
Medizinische Fragen	18,2	35,5	195
Gesunde Ernährung, gesunde Lebensweise	19,4	31,5	163
Diät, z. B. Diätvorschläge, Diätprodukte	5,1	9,3	182
Hautpflege, Körperpflege	8,5	9,9	116
Aussagen zur eigenen Gesundheit – Das könnte auf mich passen:			
Leute, die sehr auf ihre Gesundheit achten (Gesundheitsbewusste)	28,2	47,6	168
Leute, die Probleme mit ihrem (zu hohen) Gewicht haben	15,9	21,2	133
Leute mit erhöhtem Blutzucker, Diabetiker	8,5	20,8	244
Leute, die aus gesundheitlichen Gründen besonders auf ihre Ernährung achten	21,8	38,7	177
Bereiche mit hoher Ausgabebereitschaft			
Gesundheit, Wellness	35,1	51,6	147

Apotheken
Umschau

Apotheken
Umschau
ELTERN

Diabetes
Ratgeber

Senioren
Ratgeber

PTA
Woman

HausArzt-
Patienten-
Magazin

medizin
i

Technische Daten
und AGB

Leser-Strukturdaten

Leserschaftsstruktur (laut AWA 2025) nach relevanten Kriterien	AWA Gesamt	HA-Patientenmagazin	Index
	Ant. %	Ant. %	
Kernzielgruppe			
Kernzielgruppe OTC ¹	20,9	40,7	195
Intensiv-Verwender von OTC-Produkten: In den letzten 3 Monaten persönlich verwendet			
Mittel gegen Durchblutungsstörungen, leichte Herz- und Kreislaufmittel, auch zur Beeinflussung des Blutdrucks	5,5	13,9	253
Mittel gegen Venenbeschwerden, Krampfadern	3,2	12,3	379
Tabletten, Tropfen oder andere Mittel gegen Nervosität, innere Unruhe	5,7	10,7	189
Mittel gegen Schlafstörungen	8,0	16,7	208
Mittel gg. Sodbrennen/Völlegefühl im Magen, Blähungen	12,8	16,9	132
Mittel gegen Verstopfung	3,9	7,6	195
Mittel gegen Gelenk- und Muskelbeschwerden	17,4	34,3	197
Mittel zur Stärkung bzw. Steigerung der Abwehrkräfte	13,6	24,6	181
Naturheilmittel, schonende Medikamente			
Lege großen Wert auf Naturheilmittel, schonende Medikamente	25,9	39,2	151
Leserschaftstypologien			
WOOPIES (Well off older people) ²	9,1	13,0	143
Sonderzielgruppe Wellnesorientierte ³	23,8	29,9	126
Umfassend Printaffine ⁴	27,9	59,1	212
Persönlichkeitsstarke Multiplikatoren ⁵	25,2	29,7	118

Potenzial: 71,00 Mio. – HausArzt-PatientenMagazin 1,01 Mio. Leser = 1,4 % 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

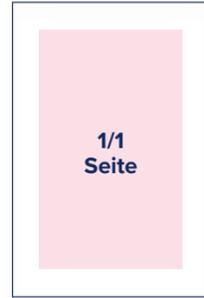
JANUAR 2025	APRIL 2025	JULI 2025
AS: 20.11.2024 ET: 02.01.2025	AS: 21.02.2025 ET: 01.04.2025	AS: 21.05.2025 ET: 01.07.2025
Prellung, Verstauchung, Zerrung	Wohnen im Alter	Klima und Gesundheit
Auf dem Eis ausgerutscht: So lindern Sie Schmerzen	Hilfe bei Pollenallergie	Pflanzliche Heilmittel zur Selbsthilfe
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



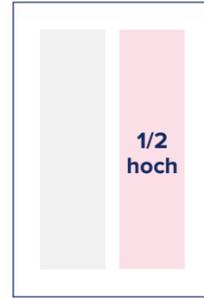
S.: B 394 mm x H 256 mm
A.: B 420 mm x H 280 mm



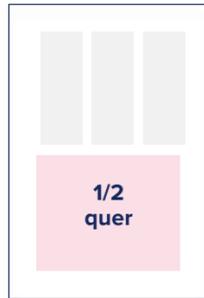
S.: B 184 mm x H 256 mm
A.: B 210 mm x H 280 mm



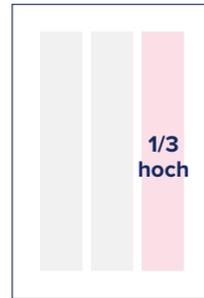
S.: B 120 mm x H 256 mm
A.: B 133 mm x H 280 mm



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



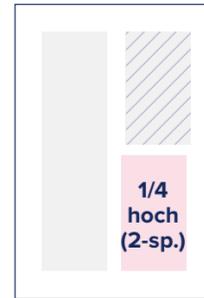
S.: B 184 mm x H 124 mm
A.: B 210 mm x H 136 mm



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



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



S.: B 88 mm x H 124 mm

S. = Satzspiegel-Format A. = Angeschnittene Anzeigen
Angaben in Millimetern (Breite x 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 €

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

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.

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	€ 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. 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 Printmedium über so lange Zeit in einer Millionenauflage im Markt behauptet, ist eine absolute Seltenheit in der deutschen Medienlandschaft.

Das Geheimnis seines Erfolgs liegt nicht nur in dem großen Tierposter, für das *medizini* steht, sondern auch in der ständigen Weiterentwicklung des Magazins. Einerseits bietet *medizini* beste Unterhaltung mit eigenen Rätseln, Witzen und Comic-Serien, andererseits ist *medizini* Weltwissen für Kinder, das keine thematischen

Schranken kennt. *medizini* führt seine jungen Leserinnen und Leser in die Welt der Wikinger genauso wie in den Regenwald oder zu den Sternen. Es berichtet über Kunst genauso wie über Roboter. Alles, was Kinder interessiert, ist auch ein Thema für *medizini*.

Dies gilt in besonderem Maß für die Wissensposter im DIN-A2-Format, die aufwendig und detailliert 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

Seitenblicke



medizini Wissens-Poster



medizini Wimmel-Poster

Media Facts

Verkaufte Auflage:

941.558 Exemplare

IVW 2/2025

TAP medizini:

€ 65,66

1/1 Seite 4c netto, Preise 2025, IVW 2/2025

Groß

Mit knapp **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

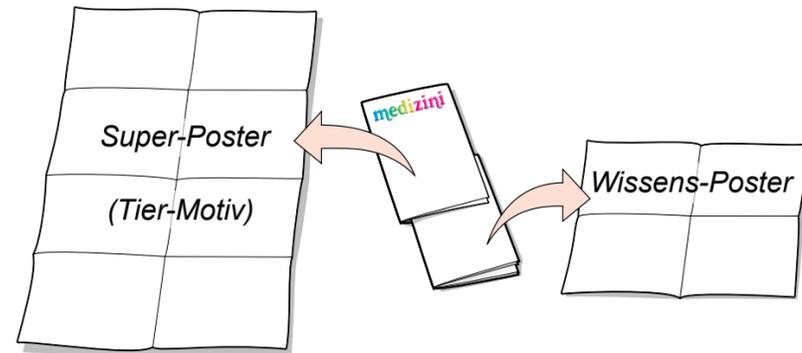
Termine 2025/2026

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



Die medizini-Faltung



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

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

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

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

Für feste Platzierungswünsche werden 15 % Aufschlag berechnet.

Technische Daten

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

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, Matrern und Zeichnungen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.

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

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

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

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

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

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

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

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

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