



# MEDIA DATEN 2025

HausArzt-PatientenMagazin

**WORT  
& BILD  
VERLAG**



## 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 Ausgabe<sup>1</sup> das führende Magazin in den hausärztlichen Praxen.

<sup>1</sup> 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

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

**Ihr persönliches Schutzprogramm**  
Unser Herz schlägt etwa 60- bis 80-mal pro Minute – wer nachtrachtet, kommt auf rund 4,2 Millionen Mal im Jahr. Wie lange es gesund und fit bleibt, hängt neben genetischen Faktoren und Vorerkrankungen wie Adipositas oder Diabetes vor allem vom Lebensstil ab. Das Herzalter ist in den allermeisten Fällen kein Schicksal, denn die Fürsorge liegt auch in unseren eigenen Händen.

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

Herzinfarkte, Herzklappenerkrankungen, Rhythmusstörungen und Herzschwäche werden 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. 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

**U**nter 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 das Knie**

Das Knie ist ein Scharniergelenk, das aus dem Oberschenkelknochen (Femur) und dem Unterschenkelknochen (Tibia) besteht. Es wird durch das Kreuzband (vorne und hinten) stabilisiert. Die Muskulatur um das Knie herum spielt eine entscheidende Rolle für die Stabilität und Bewegung.

**HausArzt Gesundheit**

## Vitamin D das Sonnenhormon

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

**W**ie wird Vitamin D in unserem Körper benötigt?

Vitamin D wird in der Haut durch UV-B-Strahlung aus Cholesterin synthetisiert. Es ist ein fettlösliches Vitamin, das für die Knochenbildung und die Immunabwehr wichtig ist. Ein Mangel kann zu Osteoporose und anderen gesundheitlichen Problemen führen.

**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 wieder zum Leben erweckt werden.

**Aloe vera**  
Aloe vera ist ein beliebtes Naturkosmetik-Zutut. Sie hat feuchtigkeitsspendende Eigenschaften und kann bei Hautirritationen helfen.

**HausArzt Balance**

## Zusammen ist man weniger allein

Einigkeit ist ein wertvolles Problem. Diese Aspekte können Sie mit Freunden und Familie teilen, um Ihre Gesundheit zu stärken.

Soziale Unterstützung ist ein wichtiger Faktor für die psychische und physische Gesundheit. Ein starkes Netzwerk kann bei der Bewältigung von Herausforderungen helfen.

**HausArzt Balance**

## DER SOMMER KANN KOMMEN!

Fußpflege im Winter schenken im Sommer Früchte. Doch hier sind es Sandalen, die den Fuß schützen und die Pflege erleichtern.

**SOLETTI: SOLETTI**  
Die richtige Fußpflege ist wichtig, um Blasen und Infektionen zu vermeiden. Regelmäßige Pflege und weiche Schuhe sind entscheidend.

**HausArzt Balance**

## Gesund im Urlaub

Gesunder Urlaub ist ein Ziel, das viele Menschen verfolgen. Wie Sie Ihren Urlaub gesund gestalten können, erfahren Sie hier.

**W**ie kann man sich im Urlaub fit halten? Regelmäßige Bewegung, gesunde Ernährung und ausreichend Schlaf sind die Schlüssel.

**HausArzt Gesundheit**

## Fit trotz Hitze

Wärme tut dem Körper gut, aber nur, wenn man sich richtig bewegt. Hier sind einige Tipps, um auch in der Hitze fit zu bleiben.

**W**ie sollte ich mich an heißen Tagen bewegen? Trinken Sie viel Wasser, vermeiden Sie die Hitze der Mittagsstunden und wählen Sie kühlere Sportarten.

**HausArzt Gesundheit**

## Wie geht satt?

Ort ist es nur Appetit und gar kein echter Hunger, der uns essen lässt. Das kann zum Beispiel bei Abkühlungen ein Problem sein. Wie Sie Ihren Hunger richtig interpretieren können, erfahren Sie hier.

**U**nterschied zwischen Hunger und Appetit. Hunger ist ein biologisches Signal, während Appetit eine psychologische Reaktion ist. Ein gesunder Appetit ist ein Zeichen für eine gute Verdauung.

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

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

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

<sup>1</sup> Konsumentenkreis von Personen, die mind. 5 von 24 rezeptfreien Medikamenten/Heilmitteln i. d. letzten 3 Monaten persönlich gebraucht/verwendet haben

<sup>2</sup> Rentner, Pensionäre unter 75 Jahre, HHNE 2.000 € und mehr

<sup>3</sup> Personen, die mind. 3 von 4 Merkmalen zum Thema Wellness erfüllen

<sup>4</sup> Tageszeitungen werden mindestens ziemlich regelmäßig, fast täglich gelesen und weiter Zeitschriftenhorizont (Stufe 1 bis 3)

<sup>5</sup> Gleichgewichtige Verknüpfung der 3 Subskalen: Experten f. gesellschaftliche Themen, Experten f. Konsumthemen sowie bestimmte Werte u. Einstellungen

# Themenauswahl 2025/2026

## JANUAR 2025

AS: 20.11.2024 | ET: 02.01.2025

**Prellung, Verstauchung,  
Zerrung**

**Auf dem Eis ausgerutscht:  
So lindern Sie Schmerzen**

**Dinge besser merken:  
Diese Übungen helfen**

## APRIL 2025

AS: 21.02.2025 | ET: 01.04.2025

**Wohnen im Alter**

**Hilfe bei Pollenallergie**

**Fitness-Helfer:  
Trainieren trotz Handicap**

**Pflege für anspruchsvolle  
Haut**

## JULI 2025

AS: 21.05.2025 | ET: 01.07.2025

**Klima und Gesundheit**

**Pflanzliche Heilmittel  
zur Selbsthilfe**

**Gesunder Mund –  
gesunder Mensch**

**Demenz: Tipps für  
pflegende Angehörige**

## OKTOBER 2025

AS: 26.08.2025 | ET: 01.10.2025

**Impfen: So planen Sie  
Termine**

**Hören Sie noch gut?**

**Wichtige Informationen  
über Organspende**

**Wie beantrage ich  
eine Reha?**

## JANUAR 2026

AS: 20.11.2025 | ET: 02.01.2026

**Guter Schlaf: So klappt's**

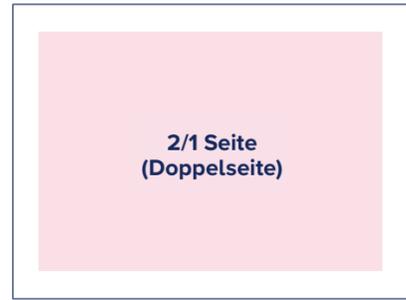
**Vitamine: Wichtige  
Vitalstoffe**

**Erektile Dysfunktion:  
Ursachen und Hilfe**

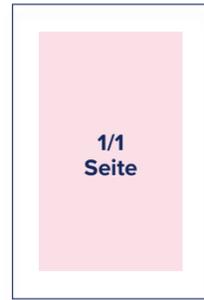
**Reisen trotz Handicap**

Änderungen vorbehalten

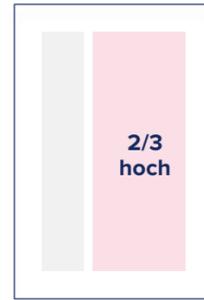
# Formate



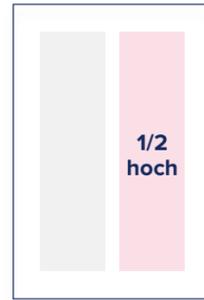
S.: B 394 mm x H 256 mm  
A.: B 420 mm x H 280 mm



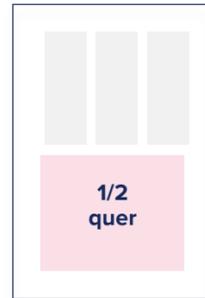
S.: B 184 mm x H 256 mm  
A.: B 210 mm x H 280 mm



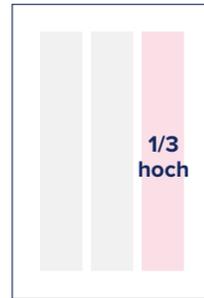
S.: B 120 mm x H 256 mm  
A.: B 133 mm x H 280 mm



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



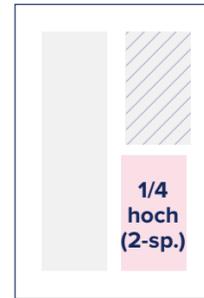
S.: B 184 mm x H 124 mm  
A.: B 210 mm x H 136 mm



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	<b>Mindest-Auflage:</b> 0,10 Mio. Expl. <b>max. belegbare Auflage:</b> 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
<b>4-seitiger Beihefter</b> (je weitere 4 Seiten plus € 10/‰)	
Belegbare Auflagen, <b>Mindest-Auflage:</b> 0,10 Mio. Expl., <b>max. belegbare Auflage:</b> ca. 0,21 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](http://www.duon-portal.de)

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

# Allgemeine Geschäftsbedingungen

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

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

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

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

4. Ein »Abschluss« ist ein Vertrag über die Veröffentlichung mehrerer Anzeigen, Fremdbeilagen oder sonstiger Werbemittel unter Beachtung der dem Auftraggeber gemäß jeweils geltender Preisliste zu gewährenden Rabatte, wobei die einzelnen rechtsverbindlichen 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 Fremdbeilager, Fremdbeikleber und Fremdbeilagen, die erklärtermaßen ausschließlich in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig beim Verlag eingehen, dass dem Auftraggeber noch vor Anzeigenschluss mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht auszuführen ist.

9. Der Verlag behält sich vor, Anzeigen mit dem Wort »Anzeige« deutlich als solches zu kennzeichnen.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

### Zahlungsbedingungen

Rein netto 14 Tage nach dem Erscheinungstag.

Bei Zahlungseingang 3 Tage vor dem Erscheinungstag 2 % Skonto.

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

### Bankverbindung

Sparkasse Bad Tölz Wolfratshausen

IBAN DE82 7005 4306 0000 0581 80

BIC BYLADEM1WOR

Gläubiger-ID DE72WUB00000230115