

MEDIA  
**DATEN** 2025

**WORT  
& BILD  
VERLAG**



### Wegweisend im Gesundheitswesen

Liebe Mediaplanerinnen und Mediaplaner, liebe Werbetreibende,

evidenzbasiertes Gesundheitswissen für alle Menschen zugänglich zu machen – das ist unsere Mission. Seriosität, Zuverlässigkeit und Vertrauenswürdigkeit bilden dabei das Fundament unseres Handelns. Als Gesundheitsvermarkter agieren wir lösungsorientiert und haben dabei die Kampagnenziele unserer Kundinnen und Kunden im Fokus.

### Qualitäts- und Vertrauenstransfer

Dieses jahrzehntelange Vertrauen in die Qualität unserer Medien schafft ein sehr glaubwürdiges Umfeld für werbetreibende Marken und eine nachweisbare Werbewirkung bis an den Point of Sale. Mit rund 19 Millionen Leserinnen und Lesern sowie über sieben Millionen Unique Usern pro Monat sind wir Deutschlands führender Gesundheitsvermarkter mit unseren angesehenen Publikationen.

### Spitzenplatz seit einem Vierteljahrhundert

Seit 25 Jahren in Folge erreicht die Apotheken Umschau-Kombi mit 15,97 Millionen Leserinnen und Lesern pro Monat die höchste Reichweite im deutschen 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 2024



Andreas Arntzen  
Vorsitzender der Geschäftsführung



Dr. Dennis A. Ballwieser  
Geschäftsführer

Apotheken Umschau

Apotheken Umschau ELTERN

Diabetes Ratgeber

Senioren Ratgeber

PTA Woman

HausArzt-Patienten-Magazin

Ärztlicher Ratgeber

medizini

Technische Daten und AGB

# Chancen sehen & Zukunft gestalten: Eine Chefredaktion für vier Titel

Die Mitglieder der neuen Chefredaktion  
des Wort & Bild Verlags:



**Dr. Dennis Ballwieser**, 43, verantwortet als Geschäftsführer die Redaktion des Wort&Bild Verlags. Nach seiner Redakteursausbildung an der Deutschen Journalistenschule in München und dem Medizinstudium an der Ludwig-Maximilians-Universität arbeitete er als Arzt in der Klinik für Anaesthesiologie am LMU Klinikum. Journalistisch war er für „Spiegel“, „Süddeutsche Zeitung“, den Bayerischen Rundfunk und andere tätig. Seit 2015 ist er Geschäftsführer und seit 2020 zusätzlich Chefredakteur der *Apotheken Umschau*.



**Tina Haase**, 46, baute in den vergangenen sechs Jahren die Hauptstadredaktion des Wort&Bild Verlags in Berlin auf. Sie hat Internationale Journalistik an der Hochschule Bremen studiert und bei der „Magdeburger Volksstimme“ volontiert. Als freie Autorin schrieb sie für diverse Tageszeitungen und Magazine. Seit 2003 arbeitet sie beim Wort&Bild Verlag für verschiedene Publikationen – unter anderem *Baby und Familie*, *Diabetes Ratgeber* und *Apotheken Umschau*. Von 2009 bis 2015 war sie Chefredakteurin von *apotheken-umschau.de*.

„Unsere neue Struktur ermöglicht uns, die Qualität unserer Gesundheitsredaktion optimal zu nutzen. Wir entwickeln Themen für die verschiedenen Kanäle aus der Expertise unserer Redakteurinnen und Redakteure heraus für die Zielgruppe passend“

Dr. Dennis Ballwieser  
Geschäftsführer



**Julia Rotherbl**, 43, war gemeinsam mit Dr. Dennis Ballwieser Mitglied der *Apotheken Umschau*-Chefredaktion. Nach ihrem Studium an der LMU München und einem Tageszeitungsvolontariat beim „Münchner Merkur“ war Julia Rotherbl von 2008 bis 2011 Redakteurin der Wort & Bild-Titel *Baby und Familie* sowie der *Apotheken Umschau*. Nach vier Jahren beim Frauenmagazin „Cosmopolitan“ kehrte sie 2015 als Textchefin zur *Apotheken Umschau* zurück.



**Stefan Schweiger**, 43, baute zuletzt für den Wort & Bild Verlag die Printmarken *gesund.de* und *Digital Ratgeber* auf und verantwortete sie als Chefredakteur. Zuvor hat der Diplom-Soziologe und Buchautor, ausgebildet an der Deutschen Journalistenschule in München, als Chefredakteur die Gesundheitsportale „Onmeda.de“ und *apotheken-umschau.de* weiterentwickelt, davor als Redakteur bei „FOCUS Gesundheit“ sowie der *Apotheken Umschau* gearbeitet.





## 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.

# Seitenblicke

## 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 Herzzentrum 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 Herzinfarkt, 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 Eisenlauber dauerte es Monate, bis er 2018 die richtige Diagnose bekam. Vorher konnte er nur noch halb sitzen schlafen. Im Liegen drückte die →

## ALLES DRIN

**Medikamente** Einmal im Jahr ist die Hausapotheke dran. Welche Pillen sind noch gut, welche abzugeben? Sind sie entsorgt? (von Annett Engelhardt)

**Das darf in der Hausapotheke nicht fehlen:**

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

**Hier gehört es hin!** In einem Kasten, trocken und dunkel gelagert. Medikamente physisch mit separaten Originalverpackung aufbewahren.

**Was darf nicht in der Hausapotheke sein?** Injektionen, Antibiotika, verschreibungspflichtige Medikamente, verschreibungspflichtige Medikamente, verschreibungspflichtige Medikamente.

**Halbherblich-Check:** Regelmäßig eine wichtige gesundheitliche Checkliste ist ein Herz-Kreislauf-Check. Dieser sollte jährlich durchgeführt werden. Ein Herz-Kreislauf-Check umfasst die Überprüfung von Blutdruck, Cholesterin, Blutzucker und Herzfrequenz. Ein Herz-Kreislauf-Check ist ein wichtiger Bestandteil der Gesundheitsvorsorge. Ein Herz-Kreislauf-Check ist ein wichtiger Bestandteil der Gesundheitsvorsorge.

**Wohin mit abgelaufenen Medikamenten?** In Apotheken, die eine Entsorgung anbieten. In Apotheken, die eine Entsorgung anbieten. In Apotheken, die eine Entsorgung anbieten.

**Die muss drastisch bleiben:** Verschreibungspflichtige Arzneimittel sind Substitutionsmittel oder Duplikate. Es verbietet sich, dass andere Personen, die die Hausapotheke einlösen, diese Arzneimittel verwenden.

## Medizin braucht Migration

Ausländische Fachkräfte werden für das deutsche Gesundheitssystem immer wichtiger.

**Zuwachs von außen:** Im Jahr 2022 stieg die Zahl der ausländischen Fachkräfte im Gesundheitswesen um 14,1% auf 400.500.

**Versorgungslücke in Deutschland:** Bis 2035 werden in Deutschland 270.400 Stellen im Gesundheitswesen fehlen.

**Jede(r) Dritte geht:** Bis 2035 werden 246 Tage an Arbeitskräften im Gesundheitswesen fehlen.

**Bundesrepublik der Bürokratie:** Die Bundesrepublik ist eine der bürokratischsten Länder der Welt. Die Bürokratie kostet das Land jährlich 100 Milliarden Euro.

## (Zucker-)Schock, lass nach!

**Lebensmittel:** Süßigkeiten, Fast Food, Gebäck, etc.

**Getränk:** Soft Drinks, Alkohol, etc.

**Süßholz:** Süßholz, Süßholz, Süßholz, etc.

**Nur ein bisschen Süß:** Süßholz, Süßholz, Süßholz, etc.

## Ferien mit Haustier

**Was ist sonst noch wichtig?** Die Urlaubsplanung sollte auch die Bedürfnisse des Haustieres berücksichtigen.

**Wie finde ich gute Tierarzte?** Ein guter Tierarzt sollte eine große Erfahrung haben und einen guten Ruf haben.

**Wer muss man achten, wenn das Haustier mit von der Partie ist?** Die Urlaubsplanung sollte auch die Bedürfnisse des Haustieres berücksichtigen.

## Genau hinschauen

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

**Mit Mühen:** Mühen, Mühen, Mühen, etc.

**Zu Hause:** Zuhause, Zuhause, Zuhause, etc.

## Mehr als nur eine Phase

**Menstruation:** Hormonstatus? Ja – aber vor dem weiblichen Zyklus richtig versteht, heißt wissen. Wie Sie für sich nutzen können.

**Der Zyklus:** Der weibliche Zyklus ist ein 28-tägiger Prozess, der sich in vier Phasen unterteilt: Menstruation, Follikelphase, Ovulation und Gelbkörperphase.

**Follikelphase:** In dieser Phase bilden sich die Eizellen, die für die Befruchtung bereit sind.

**Ovulation:** In dieser Phase wird eine Eizelle freigesetzt, die befruchtet werden kann.

**Gelbkörperphase:** In dieser Phase bildet sich das Gelbkörperchen, das die Eizelle ernährt.

## Keine Tabus!

**Ich habe das Gefühl, dass meine Leichter, Husten vorspielt, um Hustensaft zu bekommen. Ist sie abhängig?** Hustensaft kann süchtig machen. Achten Sie auf die Inhaltsstoffe.

**Ich habe sehr unregelmäßige Haut, die beim Waschen manchmal noch schlimmer zu werden scheint. Was kann ich tun?** Eine gute Hautpflege kann helfen, die Haut zu beruhigen.

## Bitter bringt's

**Genießen:** Chirsin, Radisch, Renshik und Co. Sie lassen lassen! Das wäre wirklich toll! Denn viele Bitter, die ganz tolle Geschmacke zu Ihnen bringen, haben positive Effekte auf die Gesundheit.

**Pasta mit gebratenem Radisch:** Eine gesunde und leckere Mahlzeit.

**Fünf gute Gründe, mehr Bitteres Gemüse und Obst zu essen:**

1. Bitteres Gemüse und Obst sind reich an Antioxidantien.
2. Sie helfen, den Cholesterin- und Blutzuckerwert zu senken.
3. Sie unterstützen die Verdauung.
4. Sie stärken das Immunsystem.
5. Sie sind kalorienarm und eignen sich für eine gesunde Ernährung.

# Media Facts

Monatlich verkaufte Auflage Apotheken Umschau-Kombi A+B:

## 6.038.283 Exemplare

IVW 4/2024

Reichweite Apotheken Umschau-Kombi A+B:

## 15,97 Mio. Leserinnen und Leser pro Monat

AWA 2024, deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahre

Durchschnittliche Lesedauer pro Ausgabe:

## 1 Stunde 30 Minuten

Copytest 11B/23, Ipsos

Heftnutzung:

## Durchschnittlich 3,4-mal wird jede Ausgabe in die Hand genommen

Copytest 11B/23, Ipsos

TAP Apotheken Umschau-Kombi A+B:

## € 31,73

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

# Leser-Strukturdaten

Leserschaftsstruktur (laut AWA 2024) nach relevanten Kriterien	AWA Gesamt Ant. %	Apotheken Umschau	
		Ant. %	Index
<b>Geschlecht</b>			
Männer	49,2	32,5	66
Frauen	50,8	67,5	<b>133</b>
<b>Altersgruppen</b>			
40 – 49 Jahre	14,0	9,2	66
50 – 59 Jahre	17,7	17,2	97
60 – 69 Jahre	15,6	22,7	<b>146</b>
70 Jahre und älter	17,9	38,3	<b>214</b>
<b>Aussagen zur eigenen Person</b>			
Sehr breites/breites Interessenspektrum <sup>1</sup>	33,8	37,1	<b>110</b>
Sehr breiter/breiter Expertenhorizont <sup>2</sup>	26,5	32,1	<b>121</b>
Umfassend Printaffine <sup>3</sup>	29,5	55,3	<b>188</b>
Lege großen Wert auf Naturheilmittel, schonende Medikamente	25,8	30,8	<b>119</b>
<b>Aussagen zur eigenen Gesundheit</b>			
Leute, die sehr auf ihre Gesundheit achten (Gesundheitsbewusste)	28,2	39,9	<b>142</b>
Leute, die Probleme mit ihrem (zu hohen) Gewicht haben	16,0	21,0	<b>131</b>

Potenzial: 70,48 Mio. – Apotheken Umschau A+B 15,97 Mio. Leser = 22,7% Reichweite

<sup>1</sup> Mind. 9 von 31 Interessendimensionen

<sup>2</sup> Mind. 7 von 31 Themengebieten mit besonderer Expertise

<sup>3</sup> Im WLK von 4 oder mehr Zeitschriften und mind. ziemlich regelmäßige Leser von Tageszeitungen

# Leser-Strukturdaten

Leserschaftsstruktur (laut AWA 2024) nach relevanten Kriterien	AWA Gesamt		Apotheken Umschau	
	Ant. %	Ant. %	Index	
<b>Informationsinteresse: „Interessiert und gebe öfter Ratschläge, Tipps, gelte da als Experte“</b>				
Medizinische Fragen	18,7	30,3	<b>162</b>	
Hautpflege, Körperpflege	8,8	12,0	<b>137</b>	
Diät, z.B. Diätvorschläge, Diätprodukte	5,2	7,8	<b>150</b>	
Haarpflege, Frisuren	9,7	11,6	<b>120</b>	
Urlaub und Reisen	29,0	33,4	<b>115</b>	
Private Altersvorsorge, finanzielle Absicherung für die Zukunft	6,7	8,0	<b>120</b>	
Versicherungen, finanzielle Absicherung gegen Unglücksfälle	6,7	7,5	<b>111</b>	
Gartenpflege, Gartengestaltung	18,5	28,0	<b>152</b>	
Wohnen und Einrichten	15,4	19,8	<b>129</b>	
Tiere, Haustiere	15,1	16,8	<b>111</b>	
<b>Sonder- und Kernzielgruppen</b>				
Kernzielgruppe OTC <sup>4</sup>	21,1	34,3	<b>162</b>	
Kernzielgruppe Pflegendes Kosmetik für Frauen <sup>5</sup>	12,7	18,7	<b>147</b>	
WOOPIES (Well off older people) <sup>6</sup>	8,9	15,8	<b>177</b>	
Persönlichkeitsstarke Multiplikatoren <sup>7</sup>	25,6	28,5	<b>112</b>	

<sup>4</sup> Konsumentenkreis von Personen, die mind. 5 von 24 rezeptfreien Medikamenten/Heilmitteln i. d. letzten 3 Monaten persönlich gebraucht/verwendet haben  
<sup>5</sup> Frauen, die mindestens 6 von 10 Kosmetikartikeln in den letzten 7 Tagen persönlich benutzt haben  
<sup>6</sup> Rentner, Pensionäre unter 75 Jahre, HHNE 2.000 € und mehr  
<sup>7</sup> 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

Änderungen vorbehalten



# 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

Änderungen vorbehalten

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



# Themenauswahl 2025

## OKTOBER 2025

### Ausgabe A

AS: 18.08.2025 | ET: 01.10.2025

Brustkrebs 

Hörgeräte

Rückenschmerzen 

### Ausgabe B

AS: 01.09.2025 | ET: 15.10.2025

Erkältung

Gelenke 

Inkontinenz

## NOVEMBER 2025

### Ausgabe A

AS: 16.09.2025 | ET: 03.11.2025

Funktionskleidung

Unruhe / Nervosität 

Allergien

### Ausgabe B

AS: 01.10.2025 | ET: 15.11.2025

Pflege zu Hause

Diabetes 

Fieber

## DEZEMBER 2025

### Ausgabe A

AS: 15.10.2025 | ET: 01.12.2025

Trockene Haut 

Halsschmerzen

Magen-Darm-Infekt

### Ausgabe B

AS: 30.10.2025 | ET: 15.12.2025

Dekorative Kosmetik

Stress 

Prävention Bewegung

# Themenauswahl 2026

## JANUAR 2026

### Ausgabe A

AS: 12.11.2025 | ET: 02.01.2026

Abnehmen 

Pflege absichern

Makuladegeneration

### Ausgabe B

AS: 25.11.2025 | ET: 15.01.2026

Hämorrhiden

Tiergesundheit

Haarausfall

## FEBRUAR 2026

### Ausgabe A

AS: 10.12.2025 | ET: 02.02.2026

Krebs

Anti-Aging

Zahnersatz

### Ausgabe B

AS: 30.12.2025 | ET: 16.02.2026

Schlafapnoe

Sexualität Männer

Gürtelrose

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

# Preise und Formate

Preisliste 2025 (Nr. 68, gültig ab 13. Februar 2025), Erscheinungsweise: 2 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 €	<b>191.600 €</b>
1/2 Seite	59.400 €	57.700 €	<b>111.200 €</b>
1/3 Seite	42.700 €	41.400 €	<b>79.900 €</b>
1/4 Seite	32.700 €	31.800 €	<b>61.300 €</b>
1/8 Seite *	16.800 €	16.400 €	<b>31.500 €</b>
U2, U3 **	82.000 €	91.100 €	<b>164.400 €</b>
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

**1/2 hoch**

**1/2 quer**

**1/3 hoch**

**1/4 2-sp.**

**1/4 2-sp.**

**1/8 2-sp.**

**1/8 2-sp.**

**U4**

**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 €	<b>191.700 €</b>
2 2 x 1/4 Seite gegenüberliegend	78.500 €	76.400 €	<b>147.200 €</b>
3 L-Anzeige	110.600 €	107.400 €	<b>207.000 €</b>
4 Tunnelanzeige	51.150 €	49.700 €	<b>95.800 €</b>
5 Eckfeldanzeige	39.300 €	38.200 €	<b>73.600 €</b>
6 Flexformanzeige	59.400 €	57.700 €	<b>111.200 €</b>

inkl. 5% Kombi-Rabatt

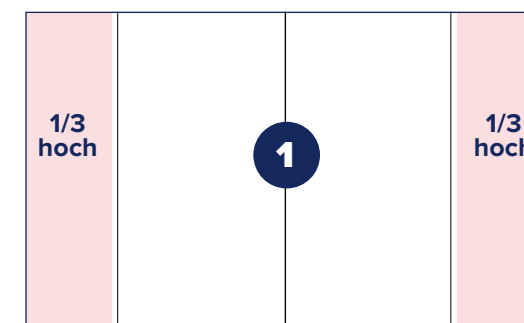
Weitere Formate, Sonderformate auf Anfrage. Alle Preise zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer.

Die genannten Preise sind AE- und rabattfähig.

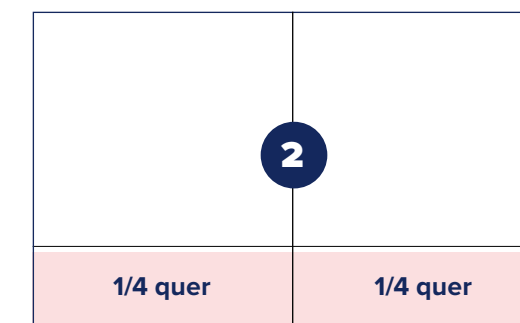
\* Belegung in der Gesamtauflage möglich.

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

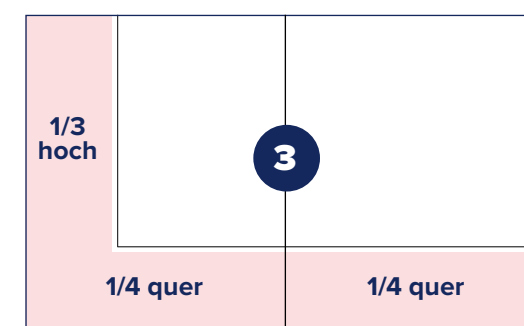
Für feste Platzierungswünsche werden 15% Aufschlag berechnet.



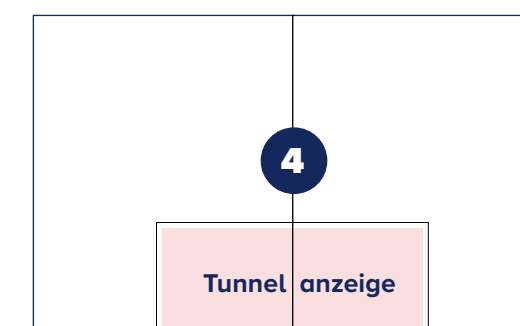
**2 x 1/3 Seite gegenüberliegend**  
 Format 1 x 1/3 S. hoch: B 65 mm x H 240 mm  
 Anschnittformat: B 71 mm x H 252 mm  
 Platzierung: auf einer Doppelseite außenseitig gegenüberliegend



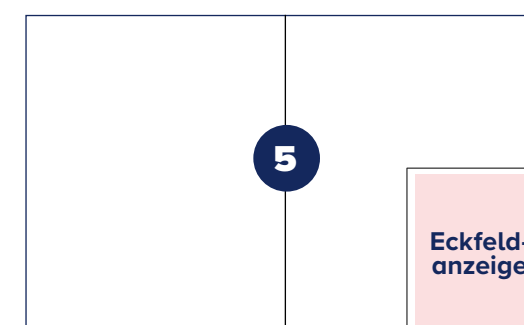
**2 x 1/4 Seite gegenüberliegend**  
 Format 1 x 1/4 S. quer: B 195 mm x H 60 mm  
 Anschnittformat: B 201 mm x H 66 mm  
 Platzierung: auf einer Doppelseite unten gegenüberliegend



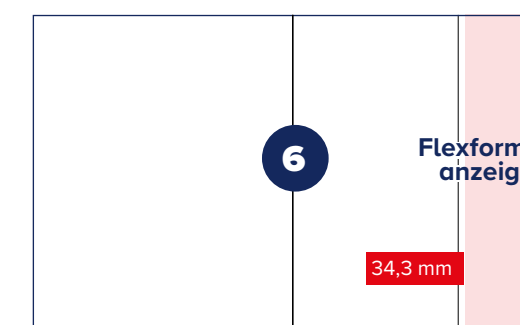
**L-Anzeige**  
 Format 1 x 1/3 S. hoch: B 65 mm x H 240 mm  
 Anschnittformat: B 71 mm x H 252 mm  
 Format 1 x 1/4 S. quer: B 195 mm x H 60 mm  
 Anschnittformat: B 201 mm x H 66 mm  
 Platzierung: linksseitig beginnend mit 1/3 S. hoch



**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

**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	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	€ 91/‰**
Neutralauflage Süd (Nielsen 3b, 4)	€ 104/‰**
Neutralauflage West (Nielsen 2, 3a)	€ 104/‰**
Neutralauflage Nord / Ost (Nielsen 1, 5, 6, 7)	€ 104/‰**

Beihefter: Spezifikationen und Preise	
Platzierung	in der Heftmitte (Rückendrahtheftung, Fußanlage)
Format (Angaben in mm, BxH)	mind. 115x148 mm, max. 195x240 mm

#### 4-seitiger Beihefter (je weitere 4 Seiten plus € 10/‰)

Belegung Gesamt	€ 78/‰
Belegung Süd (Nielsen 3b, 4)	€ 86/‰
Belegung West (Nielsen 2, 3a)	€ 86/‰
Belegung Nord / Ost (Nielsen 1, 5, 6, 7)	€ 86/‰

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)	€ 44/‰***
bis 10 g in der Teilaufgabe (Gebiete Süd, West oder Nord / Ost)	€ 56/‰***
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](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)



## 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. Aber 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

Wie weit ihr den Schnuller losgeredet? Eltern erzählen

3 Tipps mit 10 Monaten

Der Schnuller ist ein beliebtes Spielzeug für Babys. 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 nicht zu lange im Mund bleibt. Ein Schnuller sollte nicht länger als 10 Monate im Mund sein. Eltern sollten auch darauf achten, dass der Schnuller nicht zu heiß oder zu kalt ist und dass er nicht zu stark gezogen wird.

## Her mit den Moneten!

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

Der frühe Vogel fliegt zum Zister

Ein sicherer (Schutz)Kiste

Du kommst hier mit ein!

## Jetzt wird's grün

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

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

## VITAMIN

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

1. Warum 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 kommt er irgendwann wieder. Manchmal lässt sich das beschleunigen

1. Ruhe  
2. Routine  
3. Entspannung

## ALLE GESUND?

Alle Kinder sind gesund? Das ist ein Ziel, das viele Eltern verfolgen. Doch es gibt viele Faktoren, die die Gesundheit eines Kindes beeinflussen können. Von der Ernährung bis zur Umgebung, alles spielt eine Rolle. Eltern sollten darauf achten, dass ihr Kind gesund und glücklich aufwächst.

**O-TON**  
„Ich kann mich gar nicht mehr erinnern, wie das war in Mamas Bauch. Du, Lotte?“

**2 Monaten**  
Langen Tages an, bewusst zu machen. 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. SCHEIT  
2. HEUTE ÜBEN  
3. ERGIBT SICH

1. SCHEIT  
2. HEUTE ÜBEN  
3. ERGIBT SICH

## Was tun bei Fieber?

Hohes Fieber ist ein Warnzeichen. Eltern sollten darauf achten, dass ihr Kind nicht zu heiß wird und dass es genug trinkt. Ein Arztbesuch ist notwendig, wenn das Fieber länger als 24 Stunden anhält oder wenn das Kind andere Symptome zeigt.

IN DER PRAXIS

WAS TUN?  
SYMPTOME?

# Media Facts

Monatlich verkaufte Auflage:

## 447.617 Exemplare

IVW 4/2024

Reichweite Apotheken Umschau ELTERN:

## 1,62 Mio. Leserinnen und Leser pro Monat

AWA 2024, deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahre

Auslegestelle:

## Erhältlich in Apotheken

Erscheinungsweise:

## 12 Ausgaben pro Jahr

TAP Apotheken Umschau ELTERN:

## € 88,02

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

# Leser-Strukturdaten

Leserschaftsstruktur (laut AWA 2024) nach relevanten Kriterien	AWA Gesamt Ant. %	Apotheken Umschau ELTERN Ant. %	Index
<b>Geschlecht</b>			
Männer	49,2	24,9	51
Frauen	50,8	75,1	<b>148</b>
<b>Altersgruppen</b>			
14 – 19 Jahre	6,6	0,4	5
20 – 29 Jahre	13,0	13,5	<b>103</b>
30 – 39 Jahre	15,2	36,2	<b>238</b>
40 – 49 Jahre	14,0	23,0	<b>164</b>
50 Jahre und älter	51,2	27,0	53
<b>Haushaltsgröße</b>			
1 oder 2 Personen	61,2	26,1	43
3 Personen	16,4	30,0	<b>184</b>
4 Personen	15,8	27,7	<b>175</b>
5 Personen und mehr	6,6	16,1	<b>243</b>
<b>Eigene Kinder im Haushalt</b>			
unter 1 Jahr	1,5	16,3	<b>1.050</b>
1 bis unter 3 Jahre	3,6	23,4	<b>642</b>
3 bis unter 6 Jahre	5,6	22,5	<b>399</b>
6 bis unter 10 Jahre	7,0	22,7	<b>325</b>
Kind(er) unter 6 Jahre gesamt	8,7	49,0	<b>564</b>
Kind(er) unter 14 Jahre gesamt	17,6	65,4	<b>371</b>

# Leser-Strukturdaten

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

Potenzial: 70,48 Mio. – Apotheken Umschau ELTERN 1,62 Mio. Leser = 2,3 % Reichweite

# Themenauswahl 2025

## JANUAR 2025

AS: 12.11.2024 | ET: 02.01.2025

Läuse

Fieber

Gesunde Öle / Fette

## 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

Änderungen vorbehalten



# Themenauswahl 2025

## JULI 2025

AS: 13.05.2025 | ET: 01.07.2025

Kinderzähne

Sonnenschutz 

Insektenstiche

## SEPTEMBER 2025

AS: 16.07.2025 | ET: 01.09.2025

Windeldermatitis

Nabelschnurblut

Erkältung

## NOVEMBER 2025

AS: 16.09.2025 | ET: 03.11.2025

Winterurlaub

Die ersten Schuhe

Vegane Ernährung

## AUGUST 2025

AS: 17.06.2025 | ET: 01.08.2025

Beikost

Schwangerschaftsstreifen

Ausstattung

## OKTOBER 2025

AS: 18.08.2025 | ET: 01.10.2025

Läuse

Immunsystem

Versicherungen

## DEZEMBER 2025

AS: 15.10.2025 | ET: 01.12.2025

Ausstattung

Neurodermitis 

Blähungen

# Themenauswahl 2026

## JANUAR 2026

AS: 12.11.2025 | ET: 02.01.2026

Magen-Darm-Infekt

Abnehmen / Fitness mit Kind 

Zahnungsschmerzen

## FEBRUAR 2026

AS: 10.12.2025 | ET: 02.02.2026

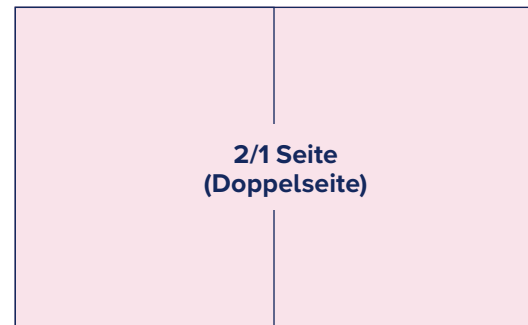
Unverträglichkeiten

Impfungen

Fieber

Änderungen vorbehalten

# Formate



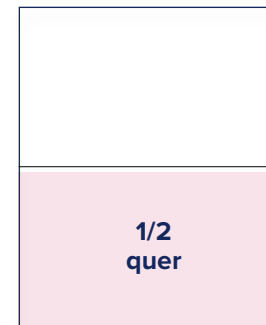
**2/1 Seite im Anschnitt**  
B 390 mm x H 240 mm



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



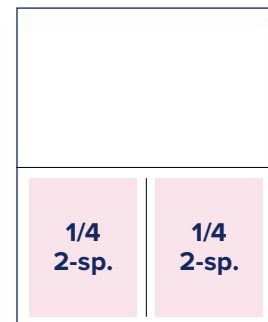
**1/2 Seite hoch im Anschnitt**  
B 94 mm x H 240 mm



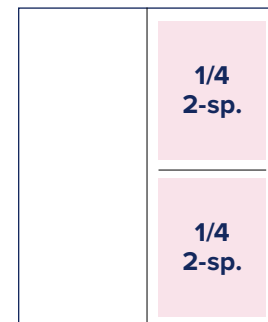
**1/2 Seite quer im Anschnitt**  
B 195 mm x H 117 mm



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



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



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



**2/3 Seite hoch im Anschnitt**  
B 123 mm x H 240 mm

\* B 195 mm x H 173 mm  
Beschnittzugabe: je 6 mm. Bei Anschnittanzeigen müssen Text- und Bildmaterial mind. 8 mm vom Anschnittformat entfernt sein. Angaben in Millimetern (Breite x Höhe)

# Preise

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

Formate	Apotheken Umschau ELTERN
1/1 Seite	39.400 €
1/2 Seite	23.200 €
1/3 Seite	16.600 €
1/4 Seite	12.700 €
2/1 Seite	78.700 €
2/3 Seite	26.300 €
U2, U3*	44.100 €
U4	46.100 €

Weitere Formate, Sonderformate auf Anfrage.  
Alle Preise zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer.  
Die genannten Preise sind AE- und rabattfähig.  
\* Nicht in der Gesamtauflage möglich. Belegbare Auflage auf Anfrage.

Für feste Platzierungswünsche werden 15 % Aufschlag berechnet.

# Sonderwerbformen

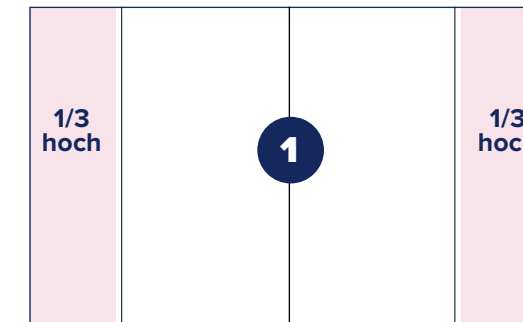
Preisliste 2025 (Nr. 55, gültig ab 13. Februar 2025), Erscheinungsweise: monatlich

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

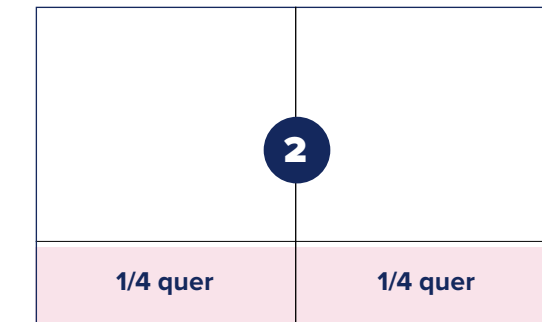
Weitere Formate, Sonderformate auf Anfrage. Alle Preise zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer. Die genannten Preise sind AE- und rabattfähig.

\* Belegung in der Gesamtauflage möglich.

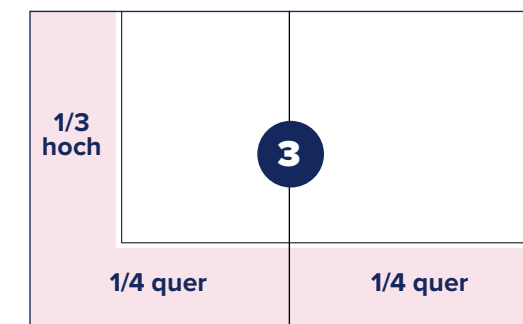
Für feste Platzierungswünsche werden 15% Aufschlag berechnet.



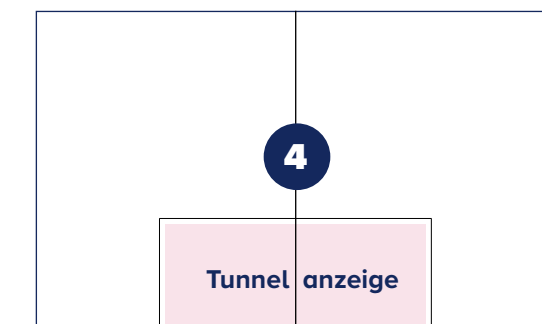
**2 x 1/3 Seite gegenüberliegend**  
 Format 1 x 1/3 S. hoch: B 65 mm x H 240 mm  
 Anschnittformat: B 71 mm x H 252 mm  
 Platzierung: auf einer Doppelseite außenseitig gegenüberliegend



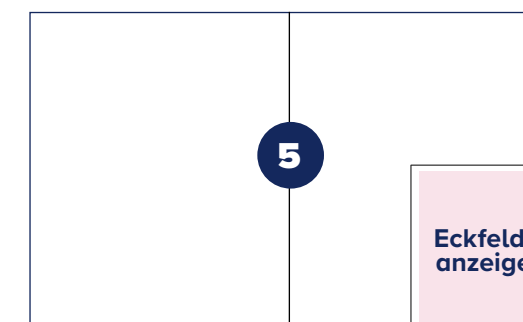
**2 x 1/4 Seite gegenüberliegend**  
 Format 1 x 1/4 S. quer: B 195 mm x H 60 mm  
 Anschnittformat: B 201 mm x H 66 mm  
 Platzierung: auf einer Doppelseite unten gegenüberliegend



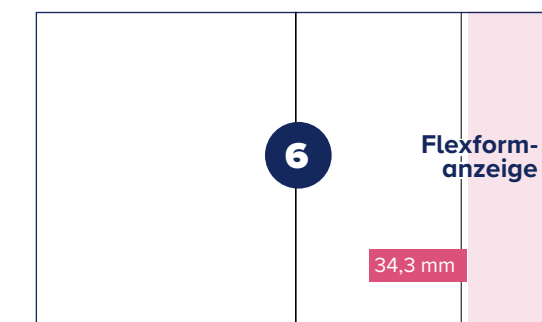
**L-Anzeige**  
 Format 1 x 1/3 S. hoch: B 65 mm x H 240 mm  
 Anschnittformat: B 71 mm x H 252 mm  
 Format 1 x 1/4 S. quer: B 195 mm x H 60 mm  
 Anschnittformat: B 201 mm x H 66 mm  
 Platzierung: linksseitig beginnend mit 1/3 S. hoch



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



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



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

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

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

# Beilagen, Beihefter und Beikleber

Beilagen: Spezifikationen und Preise	
Belegbare Auflagen	<b>Max.-Auflage:</b> Neutralauflage gesamt oder Neutralauflagen nach Nielsen, <b>Mind.-Auflage:</b> 0,10 Mio. Expl.
Formate (Angaben in mm, BxH)	mind. 105x148 mm, max. 175x220 mm
Beilagengewicht	Minimalgewicht 5 g, Maximalgewicht auf Anfrage
Belegung Neutralauflage	€ 91/‰*
Neutralauflage Süd (Nielsen 3b, 4)	€ 104/‰*
Neutralauflage West (Nielsen 2, 3a)	€ 104/‰*
Neutralauflage Nord / Ost (Nielsen 1, 5, 6, 7)	€ 104/‰*

Beihefter: Spezifikationen und Preise	
Platzierung	in der Heftmitte (Rückendrahtheftung, Fußanlage)
Format (Angaben in mm, BxH)	mind. 115x148 mm, max. 195x240 mm

#### 4-seitiger Beihefter (je weitere 4 Seiten plus € 10/‰)

Belegbare Auflagen**, <b>Mindest-Auflage:</b> 0,10 Mio. Expl., <b>max. belegbare Auflage:</b> ca. 0,46 Mio. Expl.	€ 78/‰
Belegung Süd (Nielsen 3b, 4)	€ 97/‰
Belegung West (Nielsen 2, 3a)	€ 97/‰
Belegung Nord / Ost (Nielsen 1, 5, 6, 7)	€ 97/‰

Beikleber: Spezifikationen und Preise	
Platzierung	auf 1/1 Seite Trägeranzeige (linke Seite) in der hinteren Hefthälfte (Fußanlage)
Format (Angaben in mm, BxH)	min. 55x85 bzw. 85x55 mm für Postkarten / Prospekte: max. 120x150 mm für Warenproben: max. 80x100 mm
Gewicht Beikleber	max. 25 g
Mindestauflage	0,10 Mio. Expl.
bis 10 g in der Gesamtauflage (Gebiete Süd, West <u>und</u> Nord / Ost)	€ 44/‰***
bis 10 g in der Teilaufgabe (Gebiete Süd, West <u>oder</u> Nord / Ost)	€ 56/‰***
Basis für Beikleber zzgl. zum ‰-Beikleberpreis	1/1 Seite Trägeranzeige

\* Preise bis 10 g, jede weitere 10 Gramm € 10 /‰ \*\* Im Heftformat. Bei kleineren Formaten ist nur die Neutralauflage belegbar, die Teilgebiete Süd, West, Nord / Ost können nur komplett belegt werden. \*\*\* jedes weitere Gramm € 10/‰

# Technische Daten

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

#### Druckunterlagen

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

#### Anzeigenbeschnitt

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

#### Datenanlieferung

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

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



## 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. Knapp 2,5 Millionen Menschen lesen den Diabetes Ratgeber – Monat für Monat.<sup>1</sup> 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.

<sup>1</sup> AWA 2024, deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahre

**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

**Ein Diabetesmedikament** muss ständig die Zuckermenge im Urinhaushalt messen. Die Werte werden, je nach Sensor, jede Minute oder alle fünf Minuten an ein Smartphone oder ein Smartwatch übertragen, um das Smartphone zu steuern. Das man typischerweise nicht sehen kann, sondern nur durch die App auf dem Smartphone einlesen kann. Die Werte werden, je nach Sensor, jede Minute oder alle fünf Minuten an ein Smartphone oder ein Smartwatch übertragen, um das Smartphone zu steuern. Das man typischerweise nicht sehen kann, sondern nur durch die App auf dem Smartphone einlesen kann.

**Die Technik für einen Arbeitstag**  
Wer alleine wohnt, sollte die Technik für einen Arbeitstag wählen, die die Zuckermessung automatisch in den Hintergrund schiebt, um das Smartphone nicht zu überlasten. Ein Smartwatch oder ein Smartphone mit einer App, die die Zuckermessung automatisch in den Hintergrund schiebt, ist eine gute Wahl.

**Alone zu Hause? Aber sicher!**  
Wer alleine wohnt und Diabetes hat, muss sich für Notfälle rüsten. Tipps für den Singlehaushalt sind: einen Notfallplan erstellen, einen Nachbarn informieren, einen Notrufplan erstellen, einen Notrufplan erstellen.

**38** Diabetes Ratgeber 05/2024

**MEIN ALLTAG**

## Alone zu Hause? Aber sicher!

**Wer alleine wohnt und Diabetes hat, muss sich für Notfälle rüsten. Tipps für den Singlehaushalt**  
von Daniela Pichleritsch

**Die Technik für einen Arbeitstag**  
Wer alleine wohnt, sollte die Technik für einen Arbeitstag wählen, die die Zuckermessung automatisch in den Hintergrund schiebt, um das Smartphone nicht zu überlasten. Ein Smartwatch oder ein Smartphone mit einer App, die die Zuckermessung automatisch in den Hintergrund schiebt, ist eine gute Wahl.

**Zuckerkosten anpassen**  
Lassen Sie den Energieverbrauch durch die Zuckermessung fest. Lassen Sie den Energieverbrauch durch die Zuckermessung fest. Lassen Sie den Energieverbrauch durch die Zuckermessung fest.

**38** Diabetes Ratgeber 05/2024

**MEINE GESUNDHEIT**

## Mit Diabetes auf Reisen

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

**Am Urlaubsort**  
• Achtung, andere Zuckermessgeräte sind im Ausland oft nicht verfügbar.  
• Informieren Sie sich vorab über die Verfügbarkeit von Zuckermessgeräten im Ausland.  
• Informieren Sie sich vorab über die Verfügbarkeit von Zuckermessgeräten im Ausland.

**30** Diabetes Ratgeber 05/2024

**TITELTHEMA**

## Typisch Mann, typisch Frau

**Die Geschlechter bei Diabetes gleich zu behandeln, kann sogar gefährlich sein. Warum die Unterscheidung so wichtig sind**  
Text: Anja Adam und Heide Fabian

**Die Rolle der Hormone**  
Die Rolle der Hormone ist bei der Behandlung von Diabetes ein wichtiger Faktor. Die Rolle der Hormone ist bei der Behandlung von Diabetes ein wichtiger Faktor.

**38** Diabetes Ratgeber 05/2024

**MEIN SCHÖNES LEBEN**

## Die schlanke Woche

**Abnehmen nach Plan mit einfachen Rezepten, die zu Ihrer Lebensweise passen**  
von Daniela Pichleritsch

**1. Tag**  
Stachelbeer-Zimt-Milch  
Zubereitung: 1 Teller Stachelbeeren, 1 TL Zimt, 1 Teller Vollkornbrot, 1 Teller Quark, 1 Teller Joghurt, 1 Teller Obst.

**2. Tag**  
Auberginen-Tomaten-Pasta mit Salat  
Zubereitung: 1 Teller Auberginen, 1 Teller Tomaten, 1 Teller Pasta, 1 Teller Salat.

**30** Diabetes Ratgeber 05/2024

**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**  
Text: Barbara Fritzer

**Probleme im Bett benennen**  
Für Frauen wiederum kann Genesung die sexuelle Schamhaftigkeit oder Unwohlsein sein, etwa wenn die Menstruation häufiger kommt als sonst. Auch das Gefühl, dass man nicht genug tut, ist ein häufiges Problem. Es ist wichtig, diese Probleme zu benennen und sie gemeinsam zu lösen.

**33** Diabetes Ratgeber 05/2024

**MEIN ALLTAG**

## Technik mit Köpfchen

**AID-Systeme passen automatisch die Insulinabgabe einer Pumpe an den Bedarf an. Praktisch, aber nicht ohne Hürden**  
Text: Daniela Pichleritsch

**So arbeitet ein System zur automatisierten Insulinabgabe**  
1. Ein Glukosemessgerät misst ständig den Zuckerspiegel im Unterhautfettgewebe. Die Werte werden, je nach Sensor, jede Minute oder alle fünf Minuten an ein Smartphone oder ein Smartwatch übertragen, um das Smartphone zu steuern. Das man typischerweise nicht sehen kann, sondern nur durch die App auf dem Smartphone einlesen kann.

**38** Diabetes Ratgeber 05/2024

**MEINE GESUNDHEIT**

## Gesund leben, gesund bleiben

**Nicht jede Demenz lässt sich verhindern. Trotzdem kann man einiges zur Vorbeugung tun**  
Text: Ina von Knorrich, Margarete Dr. Ina von Knorrich

**Was man beeinflussen kann**  
Hörgerät: Ein Hörgerät kann die Gehörleistung verbessern. Ein Hörgerät kann die Gehörleistung verbessern.

**28** Diabetes Ratgeber 05/2024

**MEINE GESUNDHEIT**

## Die ersten Male messen

**Wie Einsteiger ein passendes Gerät finden und was für ein korrektes Ergebnis wichtig ist**  
Text: Daniela Pichleritsch, Barbara Fritzer, Daniela Pichleritsch, Barbara Fritzer

**Wichtige Messmethoden gibt es**  
Die klassische Methode ist die Fingerblutmessung. Die klassische Methode ist die Fingerblutmessung.

**30** Diabetes Ratgeber 05/2024

# Media Facts

Monatlich verkaufte Auflage:

## 826.983 Exemplare

IVW 4/2024

Reichweite:

## 2,44 Mio. Leserinnen und Leser pro Monat

AWA 2024, deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahre

Durchschnittliche Lesedauer pro Ausgabe:

## 1 Stunde 21 Minuten

Copytest 3/19, Ipsos

Heftnutzung:

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

Copytest 3/19, Ipsos

TAP Diabetes Ratgeber:

## € 43,89

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

# Leser-Strukturdaten

Leserschaftsstruktur (laut AWA 2024) nach relevanten Kriterien	AWA Gesamt Ant. %	Diabetes Ratgeber	
		Ant. %	Index
<b>Geschlecht</b>			
Männer	49,2	38,4	78
Frauen	50,8	61,6	121
<b>Altersgruppen</b>			
14 – 49 Jahre	48,8	9,8	20
50 Jahre und älter	51,2	90,2	176
60 Jahre und älter	33,5	75,7	226
70 Jahre und älter	17,9	51,0	285
<b>„Gehe in eine Apotheke“</b>			
Mindestens einmal in der Woche	3,3	10,9	328
Zwei- bis dreimal im Monat	12,6	31,1	246
Einmal im Monat	23,5	33,3	142
<b>Das könnte auf mich passen:</b>			
Leute, die sehr auf ihre Gesundheit achten (Gesundheitsbewusste)	28,2	45,4	161
Leute mit erhöhtem Blutzucker, Diabetiker	8,7	44,9	516
Leute, die Probleme mit ihrem (zu hohen) Gewicht haben	16,0	27,6	172
Leute, die öfter mal kalorienreduzierte Lebensmittel, Getränke verwenden	18,4	25,2	137

# Leser-Strukturdaten

Leserschaftsstruktur (laut AWA 2024) nach relevanten Kriterien	AWA Gesamt Ant. %	Diabetes Ratgeber	
		Ant. %	Index
<b>Naturheilmittel, schonende Medikamente</b>			
Lege großen Wert auf Naturheilmittel, schonende Medikamente	25,8	29,3	<b>114</b>
<b>Kernzielgruppe</b>			
Kernzielgruppe OTC <sup>1</sup>	21,1	42,0	<b>199</b>
<b>Informationsinteresse: Diät, z. B. Diätvorschläge, Diätprodukte</b>			
Interessiert mich besonders	5,3	16,2	<b>305</b>
Interessiert und gebe öfter Ratschläge, Tipps, gelte als Experte	5,2	13,4	<b>258</b>
<b>Körper-, Haarpflegemittel<sup>2</sup></b>			
Spezielle Pflegemittel für die Hände	28,5	37,5	<b>131</b>
Produkte für die Fußpflege	18,1	33,5	<b>185</b>
Hautcreme für alle Zwecke	43,1	56,9	<b>132</b>

Potenzial: 70,48 Mio. – Diabetes Ratgeber 2,44 Mio. Leser = 3,5% Reichweite

<sup>1</sup> Konsumentenkreis von Personen, die mindestens 5 von 24 rezeptfreien Medikamenten/Heilmitteln in den letzten 3 Monaten persönlich gebraucht/verwendet haben

<sup>2</sup> 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

## MÄRZ 2025

AS: 13.01.2025 | ET: 01.03.2025

Allergien 

Sehhilfen

Kur(-urlaub)

## MAI 2025

AS: 11.03.2025 | ET: 02.05.2025

Fußpflege 

Sport

Gesunde Fette / Öle

## FEBRUAR 2025

AS: 06.12.2024 | ET: 01.02.2025

Nahrungsergänzung

Pflege absichern

Herz-Kreislauf-Probleme

## APRIL 2025

AS: 10.02.2025 | ET: 01.04.2025

Gesunde Gelenke

Hausnotruf

Anti-Aging

## JUNI 2025

AS: 08.04.2025 | ET: 02.06.2025

Blasenentzündung

Blutzuckermessung

Organspende 

Änderungen vorbehalten



# 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

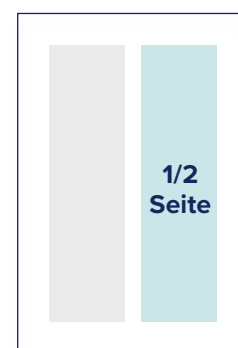
# Formate



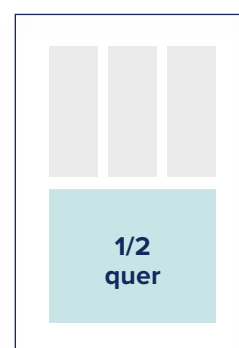
S.: B 316 mm x H 186 mm  
A.: B 340 mm x H 225 mm



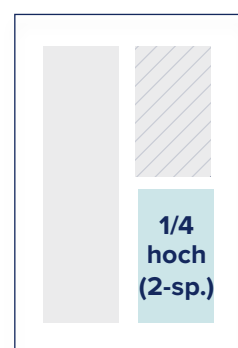
S.: B 148 mm x H 186 mm  
A.: B 170 mm x H 225 mm



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

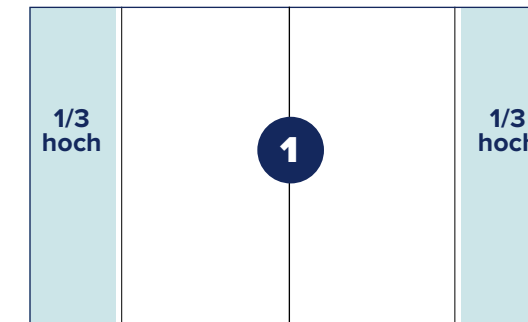
Preisliste 2025 (Nr. 45, gültig ab 13. Februar 2025), Erscheinungsweise: monatlich

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 €

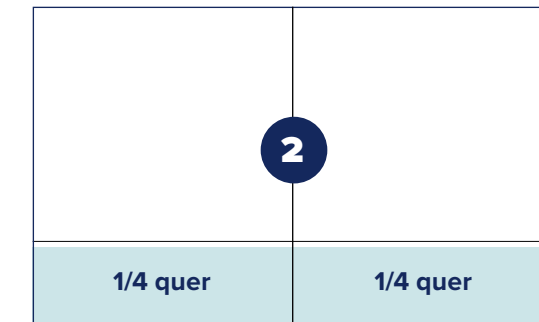
Weitere Formate, Sonderformate auf Anfrage. Alle Preise zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer. Die genannten Preise sind AE- und rabattfähig.

\* Belegung in der Gesamtauflage möglich.

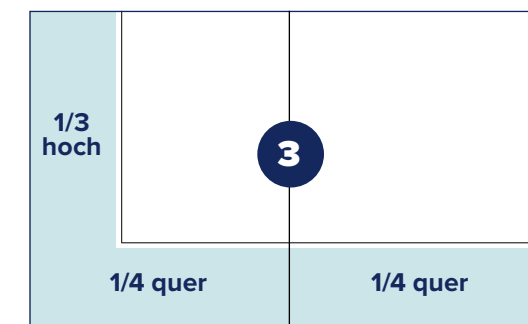
Für feste Platzierungswünsche werden 15% Aufschlag berechnet.



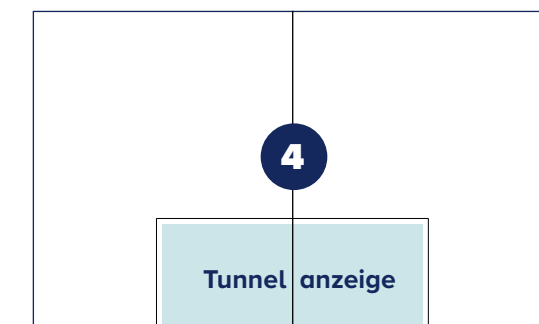
**2 x 1/3 Seite gegenüberliegend**  
Format 1 x 1/3 S. hoch: B 55 mm x H 225 mm  
Anschnittformat: B 61 mm x H 237 mm  
Platzierung: auf einer Doppelseite außenseitig gegenüberliegend



**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



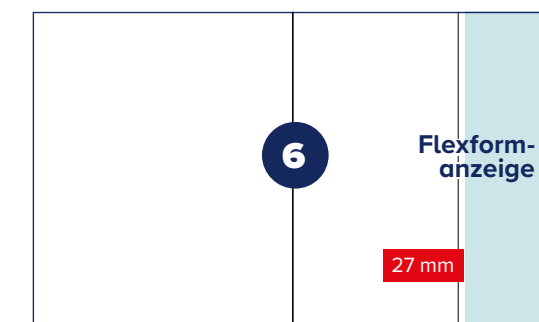
**L-Anzeige**  
Format 1 x 1/3 S. hoch: B 55 mm x H 225 mm  
Anschnittformat: B 61 mm x H 237 mm  
Format 1 x 1/4 S. quer: B 170 mm x H 57 mm  
Anschnittformat: B 176 mm x H 63 mm  
Platzierung: linksseitig beginnend mit 1/3 S. hoch



**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

**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	<b>Max.-Auflage:</b> Neutralauflage gesamt oder Neutralauflagen nach Nielsen, <b>Mind.-Auflage:</b> 0,10 Mio. Expl.
Formate (Angaben in mm, BxH)	mind. 105x148 mm, max. 150x205 mm
Beilagengewicht	Minimalgewicht 5 g, Maximalgewicht auf Anfrage
Belegung Neutralauflage	€ 91/‰*
Neutralauflage Süd (Nielsen 3b, 4)	€ 104/‰*
Neutralauflage West (Nielsen 2, 3a)	€ 104/‰*
Neutralauflage Nord / Ost (Nielsen 1, 5, 6, 7)	€ 104/‰*

Beihefter: Spezifikationen und Preise	
Platzierung	in der Heftmitte (Rückendrahtheftung, Fußanlage)
Format (Angaben in mm, BxH)	mind. 115x148 mm, max. 170x225 mm

#### 4-seitiger Beihefter (je weitere 4 Seiten plus € 10/‰)

Belegbare Auflagen, <b>Mindest-Auflage:</b> 0,10 Mio. Expl., <b>max. belegbare Auflage:</b> 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](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)



## 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-Rätseteil mit Gedächtnisübungen, um fit im Kopf zu bleiben.

Positiv. Glaubwürdig. Warmherzig. Dafür steht der Senioren Ratgeber. Rund 4 Millionen Menschen lesen das Magazin – Monat für Monat<sup>1</sup>. Kein anderes Magazin in Deutschland erreicht besser die interessante, kaufkräftige und wachsende Zielgruppe 60 plus. Wir freuen uns auf den Austausch mit Ihnen.

<sup>1</sup> AWA 2024, deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahre

# Seitenblicke

**TITELTHEMA**

## In Balance bleiben

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

TEXT: MATTHIAS SCHRAG

**Die Nachbarin ist auf der Treppe ausgerutscht und hat sich den Arm gebrochen – prompt macht man sich Gedanken: Was, wenn mir das auch passiert? Mehr als die Hälfte der Seniorinnen und Senioren sorgen sich vor einem Sturz – denn so ein Unfall kann von einem Tag auf den anderen die Selbstständigkeit rauben. Doch wer Angst hat zu stürzen, wird vorsichtiger und zieht sich zurück. Umso wichtiger ist es, aktiv vorzubeugen. Denn das ist die gute Nachricht: Die allermeisten Sturzunfälle lassen sich vermeiden. Auf den folgenden Seiten zeigen wir Ihnen wie.**

**So vermeiden Sie Stürze:**

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

**FÜR SICH**

## Passendes Mittel im Blick

**KÜNSTLICHE TRÄNEN** sind ein richtiges Mittel für Ihre trockenen Augen. Hier:

**DE** In trockenen Augen sind kleine Risse im Hornhautepithel. Sie sind meist harmlos, können aber zu Beschwerden führen. Wenn sie nicht behandelt werden, können sie zu einer Entzündung der Augen führen und das Sehvermögen beeinträchtigen.

**Multitalent-Tränenfilm**  
Der künstliche Tränenfilm ist ein Mittel, das die natürliche Tränenflüssigkeit ersetzt. Er enthält alle wichtigen Bestandteile, die für die Feuchthalterfunktion des Auges notwendig sind. Er ist leicht zu verwenden und wirkt sofort.

**MADEIRA**  
- enthält alle wichtigen Bestandteile, die für die Feuchthalterfunktion des Auges notwendig sind.  
- ist leicht zu verwenden und wirkt sofort.

**WASSERBASIS**  
- enthält alle wichtigen Bestandteile, die für die Feuchthalterfunktion des Auges notwendig sind.  
- ist leicht zu verwenden und wirkt sofort.

**ÖLIG**  
- enthält alle wichtigen Bestandteile, die für die Feuchthalterfunktion des Auges notwendig sind.  
- ist leicht zu verwenden und wirkt sofort.

**TITELTHEMA**

## Schön, dass es dich gibt!

**WENN ALLEIN** mit dem Alter verliert sich das Bewusstsein für die eigene Existenz. Das ist ein Zeichen dafür, dass die Gehirnzellen, die für das Bewusstsein verantwortlich sind, absterben. Das kann zu einer Isolation führen, die sich negativ auf die Gesundheit auswirkt.

**Basis für das Leben**  
Eine gesunde Ernährung ist die Basis für ein gutes Leben. Sie liefert die notwendigen Nährstoffe, um die Gesundheit zu erhalten und das Risiko für Krankheiten zu senken.

**FÜR SICH**

## Wer braucht eine Extra-Portion?

**WAS IST DAS?** Eine Extra-Portion ist eine zusätzliche Menge an Nahrungsmitteln, die über den normalen Bedarf hinausgeht. Sie kann durch eine erhöhte körperliche Aktivität, eine erhöhte Stoffwechsellage oder eine erhöhte Energiezufuhr entstehen.

**Für heiße Essense**  
In warmen Klimazonen oder in heißen Sommern ist der Energieverbrauch höher. Das führt zu einer erhöhten Energiezufuhr, die durch eine erhöhte körperliche Aktivität oder eine erhöhte Stoffwechsellage verstärkt wird.

**Wegen entzündlicher Arzturen**  
Entzündliche Arzturen können zu einer erhöhten Energiezufuhr führen. Das ist ein Zeichen dafür, dass der Körper mehr Energie benötigt, um die Entzündung zu bekämpfen.

**Bei Diabetes**  
Diabetes kann zu einer erhöhten Energiezufuhr führen. Das ist ein Zeichen dafür, dass der Körper mehr Energie benötigt, um den Blutzucker zu regulieren.

**TITELTHEMA**

## Putzen? Hilfe!

**MAKRELL** Aufpassen und putzen sind zwei wichtige Dinge, die wir tun müssen, um unsere Gesundheit zu erhalten. Putzen hilft, die Bakterien im Haushalt zu reduzieren, was das Risiko für Infektionen senkt.

**Wie und wo finde ich eine Putzfrau?**  
Es gibt viele Möglichkeiten, eine Putzfrau zu finden. Sie können eine Putzfrau durch Bekannte oder Freunde finden, oder Sie können eine Putzfrau durch eine Putzagentur finden.

**Was wird erledigt?**  
Eine Putzfrau erledigt in der Regel alle Aufgaben, die mit dem Putzen eines Raumes verbunden sind. Dazu gehören das Wischen der Oberflächen, das Staubsaugen und das Reinigen der Toiletten.

**Int Schwarzarbeit okay?**  
Schwarzarbeit ist die Arbeit, die ohne Anmeldung und ohne Zahlung von Steuern durchgeführt wird. Es ist illegal und kann zu rechtlichen Konsequenzen führen.

**Wie wird das Putzen legal?**  
Das Putzen ist legal, wenn die Putzfrau angemeldet ist und die Steuern bezahlt. Sie können eine Putzfrau durch eine Putzagentur finden, die für die Anmeldung und die Steuerzahlung verantwortlich ist.

**Kann ich dableiben?**  
Nein, Sie können nicht dableiben, wenn Sie eine Putzfrau einstellen. Sie müssen nur sicherstellen, dass die Putzfrau angemeldet ist und die Steuern bezahlt.

**Was muss ich noch beachten?**  
Sie müssen sicherstellen, dass die Putzfrau angemeldet ist und die Steuern bezahlt. Sie müssen auch sicherstellen, dass die Putzfrau eine gültige Aufenthaltserlaubnis hat.

**FÜR SICH**

## Im Zuhause bleiben

**HALT FINDEN**  
Die Handhabung von Treppen ist ein wichtiger Aspekt der Sicherheit im Zuhause. Sie sollten sicherstellen, dass die Treppen gut beleuchtet sind und dass es keine Stolperfallen gibt.

**ÜBERALL GUT SEHEN**  
Die Beleuchtung im Zuhause ist ein wichtiger Aspekt der Sicherheit. Sie sollten sicherstellen, dass alle Räume gut beleuchtet sind und dass es keine dunklen Stellen gibt.

**TÜREN OPTIMIEREN**  
Die Türen im Zuhause sollten so optimiert werden, dass sie leicht zu öffnen und zu schließen sind. Sie sollten sicherstellen, dass die Türschwelle nicht zu hoch ist und dass die Tür nicht zu eng ist.

**PLATZ SCHAFFEN**  
Die Wege im Zuhause sollten so frei gehalten werden, dass es keine Hindernisse gibt. Sie sollten sicherstellen, dass die Wege frei von Teppichen, Kabeln und anderen Hindernissen sind.

**NICHT STOLPERN**  
Die Schuhe im Zuhause sollten so gewählt werden, dass sie nicht zu hoch und nicht zu eng sind. Sie sollten sicherstellen, dass die Sohlen der Schuhe nicht zu glatt sind und dass die Schuhe nicht zu alt sind.

**WOHNEN** so lange wie möglich in dem eigenen vier Wänden bleiben – das geht nur, wenn alle alltäglichen Angelegenheiten im Haus erledigt werden können.

TEXT: ANJA LAPPEN, ILLUSTRATIONEN: DR. BARBARA SCHMIDT

**WISSEN**

## Vitamin D zuführen – ja oder nein?

**80%** der Deutschen sind Vitamin D-mangelnd. Das ist ein Problem, das zu einer Vielzahl von Gesundheitsproblemen führen kann. Vitamin D ist ein essentielles Vitamin, das für die Gesundheit des Körpers wichtig ist.

**2-3x** Zusätzlicher Schutz-Effekt. Studien zeigen, dass Vitamin D den Schutz vor Herz-Kreislauferkrankungen verdoppelt bis verdreifacht.

**Zusätzlicher Schutz-Effekt**  
Studien zeigen, dass Vitamin D den Schutz vor Herz-Kreislauferkrankungen verdoppelt bis verdreifacht. Das ist ein wichtiger Aspekt der Gesundheit, den wir nicht ignorieren sollten.

**Zecken bleiben aktiv**  
Die meisten Zeckenmonate sind jetzt da. Das bedeutet, dass Sie sich vor Zeckenstichen schützen müssen. Sie sollten sicherstellen, dass Sie keine Zecken an sich haben und dass Sie Ihre Kleidung regelmäßig waschen.

**Gut informiert zum Termin**  
Die meisten Menschen sind nicht gut informiert über ihre Gesundheit. Sie sollten sicherstellen, dass sie gut informiert sind und dass sie ihre Gesundheit regelmäßig überprüfen lassen.

TEXT: BRUNO KUN

**FÜR SICH**

## Gut informiert zum Termin

**Nicht abwarten, kümmern!**  
Wenn Sie einen Termin bei Ihrem Arzt haben, sollten Sie sich gut vorbereiten. Sie sollten sicherstellen, dass Sie alle notwendigen Informationen mitbringen und dass Sie Ihre Fragen rechtzeitig stellen.

**Zuerst zur HNO-Praxis**  
Wenn Sie eine Hals-, Nasen- und Ohrenkrankung haben, sollten Sie zuerst zur HNO-Praxis gehen. Die HNO-Praxis ist ein Spezialgebiet, das sich mit den Erkrankungen des Hals-, Nasen- und Ohrenbereichs beschäftigt.

**Das passende Fachgeschäft wählen**  
Wenn Sie eine neue Brille oder Kontaktlinsen brauchen, sollten Sie in ein Fachgeschäft gehen, das sich mit der Auswahl von Brillen und Kontaktlinsen beschäftigt. Sie sollten sicherstellen, dass das Geschäft einen guten Ruf hat und dass die Mitarbeiter kompetent sind.

**Wichtigste Tipps für Ihre Vorbereitung**  
Sie sollten sicherstellen, dass Sie alle notwendigen Informationen mitbringen und dass Sie Ihre Fragen rechtzeitig stellen. Sie sollten auch sicherstellen, dass Sie genügend Zeit für den Termin einplanen.

TEXT: BRUNO KUN

**REZEPT**

## Die neue Ernte ist da!

**Die neue Ernte ist da!** Es ist Zeit für die neue Ernte! Sie können jetzt Ihre eigenen Gemüseernte genießen. Es gibt viele Möglichkeiten, Ihre Gemüseernte zu verwenden, und Sie können sicherstellen, dass Sie alle notwendigen Informationen mitbringen.

**ZUTATEN**  
1 kg Kartoffeln, 1 kg Erbsen, 1 kg Petersilien, 1 kg Bohnen, 1 kg Zucchini, 1 kg Gurken, 1 kg Tomaten, 1 kg Paprika, 1 kg Auberginen, 1 kg Fenchel, 1 kg Sellerie, 1 kg Knoblauch, 1 kg Zwiebeln, 1 kg Petersilien, 1 kg Basilikum, 1 kg Dill, 1 kg Schnittlauch, 1 kg Petersilien, 1 kg Basilikum, 1 kg Dill, 1 kg Schnittlauch.

**ZUBEREITUNG**  
1. Kartoffeln waschen und schälen. 2. Erbsen waschen und schälen. 3. Petersilien waschen und schneiden. 4. Bohnen waschen und schälen. 5. Zucchini waschen und schneiden. 6. Gurken waschen und schneiden. 7. Tomaten waschen und schneiden. 8. Paprika waschen und schneiden. 9. Auberginen waschen und schneiden. 10. Fenchel waschen und schneiden. 11. Sellerie waschen und schneiden. 12. Knoblauch waschen und schneiden. 13. Zwiebeln waschen und schneiden. 14. Petersilien waschen und schneiden. 15. Basilikum waschen und schneiden. 16. Dill waschen und schneiden. 17. Schnittlauch waschen und schneiden.

**FRÜHGEHILFE**  
Die neue Ernte ist da! Sie können jetzt Ihre eigenen Gemüseernte genießen. Es gibt viele Möglichkeiten, Ihre Gemüseernte zu verwenden, und Sie können sicherstellen, dass Sie alle notwendigen Informationen mitbringen.

TEXT: ANJA LAPPEN, ILLUSTRATIONEN: DR. BARBARA SCHMIDT

# Media Facts

Monatlich verkaufte Auflage:

## 1.199.608 Exemplare

IVW 4/2024

Reichweite:

## 3,97 Mio. Leserinnen und Leser pro Monat

AWA 2024, deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahre

Durchschnittliche Lesedauer pro Ausgabe:

## 1 Stunde 27 Minuten

Copytest 4/19, Ipsos

Heftnutzung:

## Durchschnittlich 3,6-mal wird jede Ausgabe in die Hand genommen

Copytest 4/19, Ipsos

TAP Senioren Ratgeber:

## € 28,68

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

# Leser-Strukturdaten

Leserschaftsstruktur (laut AWA 2024) nach relevanten Kriterien	AWA Gesamt Ant. %	Senioren Ratgeber	
		Ant. %	Index
<b>Geschlecht</b>			
Männer	49,2	31,4	64
Frauen	50,8	68,6	135
<b>Altersgruppen</b>			
50 Jahre und älter	51,2	95,7	187
60 Jahre und älter	33,5	87,1	260
70 Jahre und älter	17,9	63,5	355
WOOPIES (Well off older people) <sup>1</sup>	8,9	19,1	215
<b>Das könnte auf mich passen:</b>			
Leute, die sehr auf ihre Gesundheit achten (Gesundheitsbewusste)	28,2	45,3	161
<b>Naturheilmittel, schonende Medikamente</b>			
Lege großen Wert auf Naturheilmittel, schonende Medikamente	25,8	29,8	115
<b>Hohe Ausgabebereitschaft: Bereiche, die so wichtig sind, dass man bereit ist, dafür einiges Geld auszugeben:</b>			
Gesundheit, Wellness	34,2	52,0	152

<sup>1</sup> Rentner, Pensionäre unter 75 Jahre, HHNE 2.000 € und mehr

# Leser-Strukturdaten

Leserschaftsstruktur (laut AWA 2024) nach relevanten Kriterien	AWA Gesamt Ant. %	Senioren Ratgeber Ant. %	Index
<b>Informationsinteresse an den Themen... Interessiert und gebe öfter Ratschläge, Tipps, gelte da als Experte</b>			
Medizinische Fragen	18,7	33,5	<b>179</b>
Gesunde Ernährung, gesunde Lebensweise	19,4	27,7	<b>143</b>
Hautpflege, Körperpflege	8,8	11,6	<b>132</b>
<b>Kernzielgruppe</b>			
Pflegende Kosmetik für Frauen <sup>2</sup>	12,7	18,1	<b>142</b>
<b>Informationsinteresse an den Themen... Interessiert und gebe öfter Ratschläge, Tipps, gelte da als Experte</b>			
Urlaub und Reisen	29,0	30,3	<b>105</b>
<b>Bevorzugte Arten von Urlaubsreisen</b>			
Studien- oder Kulturreise	20,0	24,4	<b>122</b>
Städtereise	47,7	52,3	<b>110</b>
Kreuzfahrten	20,7	29,2	<b>141</b>
Geführte Gruppe mit Ausflugs- oder Kulturprogramm	13,5	28,0	<b>207</b>
Wellness-Urlaub	31,8	33,5	<b>106</b>

Potenzial: 70,48 Mio. – Senioren Ratgeber 3,97 Mio. Leser = 5,6 % Reichweite

<sup>2</sup> 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

Änderungen vorbehalten



# 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

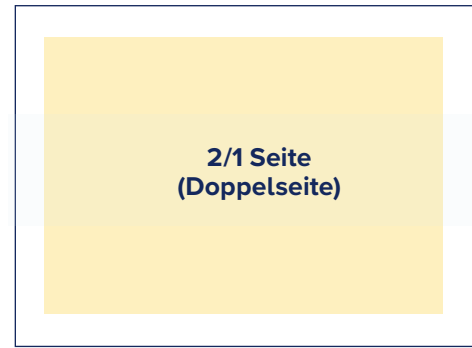
## FEBRUAR 2026

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

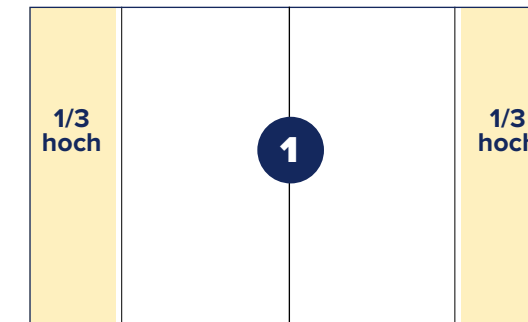
Preisliste 2025 (Nr. 46, gültig ab 13. Februar 2025), Erscheinungsweise: monatlich

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.

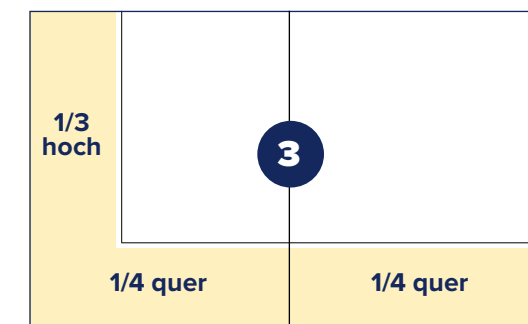
Für feste Platzierungswünsche werden 15% Aufschlag berechnet.



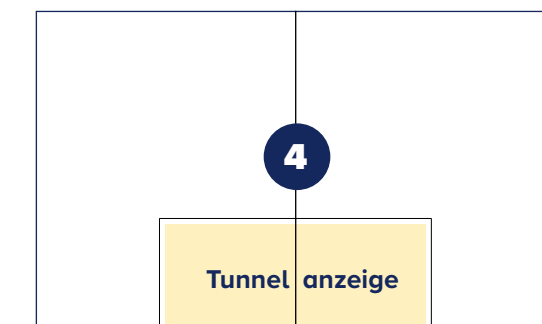
**2 x 1/3 Seite gegenüberliegend**  
Format 1 x 1/3 S. hoch: B 55 mm x H 225 mm  
Anschnittformat: B 61 mm x H 237 mm  
Platzierung: auf einer Doppelseite außenseitig gegenüberliegend



**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



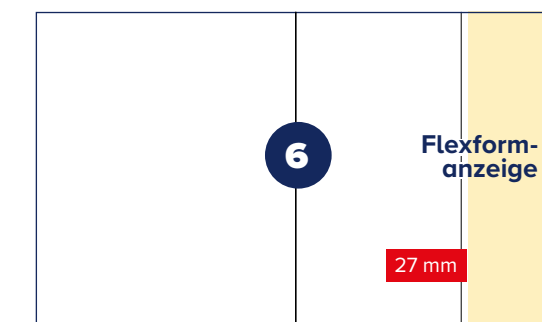
**L-Anzeige**  
Format 1 x 1/3 S. hoch: B 55 mm x H 225 mm  
Anschnittformat: B 61 mm x H 237 mm  
Format 1 x 1/4 S. quer: B 170 mm x H 57 mm  
Anschnittformat: B 176 mm x H 63 mm  
Platzierung: linksseitig beginnend mit 1/3 S. hoch



**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	<b>Max.-Auflage:</b> Neutralauflage gesamt oder Neutralauflagen nach Nielsen, <b>Mind.-Auflage:</b> 0,10 Mio. Expl.
Formate (Angaben in mm, BxH)	mind. 105x148 mm, max. 150x205 mm
Beilagengewicht	Minimalgewicht 5 g, Maximalgewicht auf Anfrage
Belegung Neutralauflage	€ 91/‰*
Neutralauflage Süd (Nielsen 3b, 4)	€ 104/‰*
Neutralauflage West (Nielsen 2, 3a)	€ 104/‰*
Neutralauflage Nord / Ost (Nielsen 1, 5, 6, 7)	€ 104/‰*

Beihefter: Spezifikationen und Preise	
Platzierung	in der Heftmitte (Rückendrahtheftung, Fußanlage)
Format (Angaben in mm, BxH)	mind. 115x148 mm, max. 170x225 mm

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



## 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 Handlanger können sich mit dem Board umgeben. 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 viel mehr als nur Spaß und Lächeln. Sie verbrennt Fett und verbessert unsere Koordination



**Stärkung des Kerns**  
Die Hampelack fördert die Stabilität des unteren Rückens und verbessert die Koordination.

**Verbrennen von Fett**  
Die Hampelack ist eine effektive Übung zur Fettverbrennung.

**Stärke des Herzes**  
Die Hampelack verbessert die Herz-Kreislauf-Funktion.

**Verbesserte Koordination**  
Die Hampelack fördert die motorische Koordination.

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



mein Beruf

## Der große Vorsorge-Kompass

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



**Darmreinigung**  
Die Darmreinigung ist ein wichtiger Bestandteil der Vorsorgeuntersuchung.

**Mammographie**  
Die Mammographie ist eine wichtige Untersuchung zur Früherkennung von Brustkrebs.

**Prostatakrebs**  
Die Früherkennung von Prostatakrebs ist wichtig für die Behandlung.

SCHMERZEN

## Hilfe VON VIELEN SEITEN

Bei der ganzheitlichen Therapie chronischer Schmerzen werden Körper, Seele und soziale Umwelt miteinbezogen. Aufwände sind dabei nicht auf multimodale Therapiemaßnahmen zu beschränken. Hier sind einige Aspekte



**ADJUVANTE MEDIKATION**  
Die adjuvante Medikation ist ein wichtiger Bestandteil der Schmerztherapie.

**PHYSIO- UND VERHALTENS- THERAPIE**  
Die physio- und verhaltenstherapeutischen Maßnahmen sind wichtig für die Schmerzlinderung.

**PSYCHOLOGISCHE THERAPIE**  
Die psychologische Therapie ist ein wichtiger Bestandteil der ganzheitlichen Schmerztherapie.

LOKAL UND DIGITAL

Den digitalen Druck der Kund\*chaft ist ein großer Pluspunkt für Apotheken und Drogerien. Die Live-Chat-Funktion ist ein Beispiel dafür



**WIE REDEN JETZT?**  
Die Kommunikation zwischen Apotheken und Kund\*chaft hat sich verändert.

**Mensch & Technik**  
Die Integration von Mensch und Technik ist wichtig für den Kund\*enschutz.

**Smarte Vorteile für Ihre Nutzer\*innen**  
Die Live-Chat-Funktion bietet viele Vorteile für die Kund\*innen.

mein Beruf

## Tierisch gut versorgt

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



**Notrufnummer bei Birte Länger**  
Die Notrufnummer ist ein wichtiger Bestandteil der Tierärzt\*innen-Tätigkeit.

**Wissensspeicher**  
Der Wissensspeicher ist ein wichtiges Werkzeug für die Tierärzt\*innen.

Apotheken Umschau

Apotheken Umschau ELTERN

Diabetes Ratgeber

Senioren Ratgeber

PTA Woman

HausArzt-Patienten-Magazin

medizini

Technische Daten und AGB

# Media Facts

Monatlich verbreitete Auflage:

## 54.858 Exemplare

IVW 4/2024

Zielgruppe:

## ca. 66.000 weibliche PTA

ABDA Statistik

Lesernutzen:

## 59 % der Befragten meinen, dass PTA WOMAN Fachinformationen zu Produkten, Präparaten und Marktneuheiten vermittelt

LA-PHARM 2024, Basis PTA / Pharmazie-Ingenieure im WLK PTA Woman

Lesernutzen:

## 68 % der Befragten stimmen zu, dass PTA WOMAN nützliche Anregungen für Kundenberatung und Verkaufsempfehlung enthält

LA-PHARM 2024, Basis PTA / Pharmazie-Ingenieure im WLK PTA Woman

Lesernutzen:

## 80 % der Befragten würden PTA WOMAN vermissen, wenn sie es für längere Zeit nicht mehr bekommen würden

LA-PHARM 2024, Basis PTA / Pharmazie-Ingenieure im WLK PTA Woman

# Themenauswahl 2025

DEZEMBER 2024 /  
JANUAR 2025\*

AS: 04.10.2024 | ET: 29.11.2024

Pflanzliche Wirkstoffe  
(Phyto-Therapie)

Bewegung & Sport im Alltag

Stress und Schlafen  
(Techniken, Rituale,  
OTC-Produkte)

Erkältung, Grippe

Haut- und Fußpflege

FEBRUAR 2025

AS: 02.12.2024 | ET: 31.01.2025

Hausstauballergie

Pflege zuhause

Haarpflege

Frauengesundheit, Teil 1  
(Migräne, Kopfschmerzen,  
Menstruationsbeschwerden)

Inhalieren &  
Inhalationssysteme

MÄRZ 2025

AS: 07.01.2025 | ET: 28.02.2025

Wundheilung

Tiergesundheit  
(u.a. Zecken, Zoonosen)

Mund- & Zahngesundheit

Gesunder Darm (Durchfall,  
Verstopfung, Reizdarm,  
Blähungen, Darmkrebs)

Allergien  
(Heuschnupfen & Co.)

APRIL 2025

AS: 05.02.2025 | ET: 31.03.2025

Gesunde Augen  
(u. a. Augentropfen, 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

## JULI 2025

AS: 05.05.2025 | ET: 30.06.2025

**Genug trinken bei Hitze**

**Sommergrippe**

**Sonnenschutz, Sonnenbrand**

Frauengesundheit: Teil 4  
(Osteoporose, Wechseljahre)

Beratung Blutwerte  
(Blutzucker, Cholesterin,  
Triglyceride, Harnsäure,  
Leberwerte, Schilddrüse etc.)

## AUGUST 2025

AS: 05.06.2025 | ET: 31.07.2025

**Nahrungsergänzungsmittel  
bei Mangelerscheinungen  
(u.a. Magnesium, B-Vitamine)**

**Besser hören,  
(u.a. Ohrenschmerzen,  
Hörgeräte, Tinnitus)**

**Sommer-Schminktipp**

Sommerbeschwerden  
(u.a. Venenleiden, Herz-  
Kreislauf-Probleme)

Schmerzbehandlung  
(Migräne, Kopfschmerzen)

## SEPTEMBER 2025

AS: 07.07.2025 | ET: 29.08.2025

**Wandern  
(u.a. Hilfe bei Blasen,  
Verstauchungen etc.)**

**Inkontinenz**

**Unreine Haut**

Schulanfang & Kindergesundheit  
(u.a. Bewegung, Ernährung, Stress,  
Immunsystem, Kopfläuse)

Magen- / Darmbeschwerden  
(Sodbrennen, Reflux, Verstopfung,  
Reizdarm, Blähungen)

## OKTOBER 2025

AS: 05.08.2025 | ET: 30.09.2025

**Erkältung, Stärkung des  
Immunsystems**

**Sensible Haut**

**Vegane Ernährung**

Diabetes

Rücken-, Schulter- und  
Nackenbeschwerden

## NOVEMBER 2025

AS: 05.09.2025 | ET: 30.10.2025

**(Arznei-)Tee-Pflanzen  
und ihre Wirkungen**

**Bewegung & Sport im Alltag**

**Mund- & Zahngesundheit**

Strategien gegen Stress / innere  
Unruhe (Schlafstörungen)

Allergien  
(u.a. Hausstaub, Pollen, Spät-  
blüher, Desensibilisieren),

## DEZEMBER 2025

AS: 08.10.2025 | ET: 28.11.2025

**Tiergesundheit**

**Intimhygiene, rektale  
Erkrankungen  
(u.a. Hämorrhiden)**

**Hand- und Nagelpflege**

Hautpflege  
(u.a. Neurodermitis)

Schnupfen

# Themenauswahl 2026

## JANUAR 2026

AS: 04.11.2025 | ET: 30.12.2025

**Pflanzensäfte aus der  
Apotheke**

**Lebensmittel-Intoleranz**

**Wellness zuhause**

Übergewicht & Adipositas

Impfungen

## FEBRUAR 2026

AS: 03.12.2025 | ET: 30.01.2026

**Hautpflege für Männer**

**Gesunde Ernährung**

**Gesunder Schlaf**

Männergesundheit  
(u.a. Prostatabeschwerden)

Nervensystem &  
chronischer Schmerz  
(u.a. Neuralgien, Poly-  
neuropathien)

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



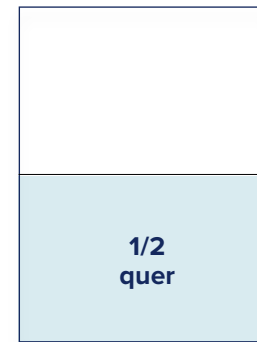
2/3 Seite  
2-spaltig

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



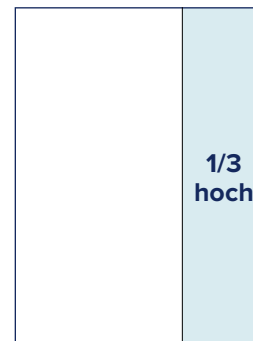
1/2  
hoch

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



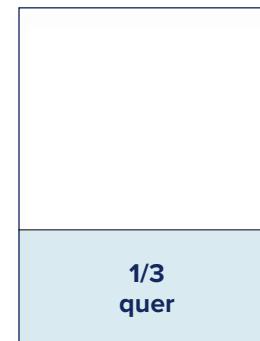
1/2  
quer

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



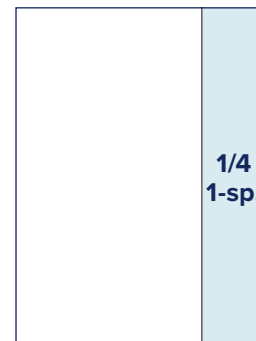
1/3  
hoch

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



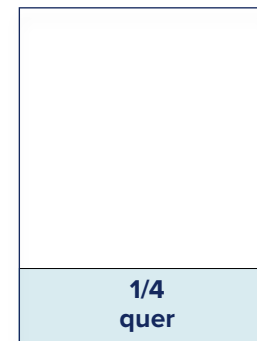
1/3  
quer

**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 %		

# Beilagen, Beihefter, Beikleber

**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.

Beihefter	Gesamtauflage
4 Seiten	280 €/‰ Exemplare
8 Seiten	390 €/‰ Exemplare

Mindestauflage: Gesamtauflage  
Alle Preise zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer.

Beikleber	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.

# 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)



## 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 1,06 Millionen Lesern pro Ausgabe<sup>1</sup> das führende Magazin in den hausärztlichen Praxen.

<sup>1</sup> AWA 2024, deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahre

# Seitenblicke

**HausArzt Titelthema**

## Alles Gute für Ihr Herz

**Ein gesunder Lebensstil bietet den besten Schutz vor ersten Herz-Kreislauf-Erkrankungen. Erfahren Sie, mit welchen Strategien Sie gut gewappnet sind** Text: Ute Wild

**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, 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

**U**nsere Bewegungsorgane sind ein komplexes System aus Knochen, Muskeln, Sehnen, Bändern und Gelenken. Sie ermöglichen uns, unsere Umwelt zu erkunden und zu meistern. Doch mit zunehmendem Alter können diese Organe an Flexibilität und Kraft verlieren. Das kann zu Schmerzen, eingeschränkter Beweglichkeit und schließlich zu Gelenkerkrankungen führen.

**So funktioniert das Knie**

Das Kniegelenk verbindet das Oberschenkelknochen (Femur) mit dem Unterschenkelknochen (Tibia). Die Kniekapsel umschließt das Gelenk und enthält Synovialflüssigkeit, die die Reibung zwischen den Knochenflächen reduziert. Die Kreuzbänder stabilisieren das Knie in der Flexions- und Extensionsstellung.

**HausArzt Gesundheit**

## Vitamin D das Sonnenhormon

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

**W**as ist Vitamin D? Es ist ein fettlösliches Vitamin, das im menschlichen Körper in Form von Calcitriol wirkt. Es ist für die Knochenbildung und den Kalziumstoffwechsel wichtig. Ein Mangel an Vitamin D kann zu Osteoporose, Muskelschwäche und anderen gesundheitlichen Problemen führen.

**Wie wird Vitamin D im Körper benötigt?**

Vitamin D wird im Körper in Form von Calcitriol benötigt. Es wirkt auf die Knochen, die Muskeln und das Immunsystem ein. Ein Mangel an Vitamin D kann zu Osteoporose, Muskelschwäche und anderen gesundheitlichen Problemen führen.

**HausArzt Balance**

## Natürlich schön

Naturkosmetik im Winter werden die Haut von innen heraus gepflegt. Das ist die Geheimwaffe für ein strahlendes Gesicht.

**D**ie Haut ist unser größtes Organ und schützt uns vor äußeren Einflüssen. Im Winter wird sie durch die Kälte und die trockene Luft besonders empfindlich. Naturkosmetik kann die Haut von innen heraus pflegen und sie widerstandsfähiger gegen die Winterwitterung machen.

**Altenkraut**

Altenkraut ist eine Pflanze, die in der Naturkosmetik verwendet wird. Es hat eine hautberuhigende Wirkung und kann die Haut von innen heraus pflegen.

**HausArzt Balance**

## Zusammen ist man weniger allein

Einigkeit ist ein gemeinsames Problem. Diese Aufgaben können wir gemeinsam lösen und so unser Leben bereichern.

**M**enschen sind soziale Wesen. Wir brauchen die Unterstützung und den Beistand anderer, um unsere Aufgaben zu bewältigen. Einigkeit ist ein gemeinsames Problem, das wir gemeinsam lösen können.

**Einigkeit ist ein gemeinsames Problem**

Einigkeit ist ein gemeinsames Problem, das wir gemeinsam lösen können. Es ist wichtig, dass wir uns gegenseitig unterstützen und helfen, um unsere Aufgaben zu bewältigen.

**HausArzt Balance**

## DER SOMMER KANN KOMMEN!

Fußpflege im Winter schenken dem Sommer keine Mühe. So bleiben Ihre Füße gesund und gepflegt.

**SOBOTT: SCHNITTGRAS**

Schnittgras ist ein beliebtes Sommergetränk. Es ist reich an Vitaminen und Mineralstoffen und kann die Gesundheit fördern.

**SOBOTT: PINKI-GRAS**

Pinkigras ist ein weiteres beliebtes Sommergetränk. Es hat eine erfrischende Wirkung und kann die Verdauung fördern.

**HausArzt Balance**

## Gesund im Urlaub

Gesundheitliche Vorsorge ist im Urlaub genauso wichtig wie zu Hause. So können Sie Ihren Urlaub entspannt genießen.

**W**as ist ein gesunder Urlaub? Es geht darum, auch während der Urlaubszeit auf Ihre Gesundheit zu achten. Das bedeutet, ausreichend zu schlafen, zu essen und zu trinken.

**Wie ist das mit dem Urlaub?**

Ein gesunder Urlaub ist ein Urlaub, bei dem Sie sich entspannen und Ihre Gesundheit fördern können. Das bedeutet, auch während der Urlaubszeit auf Ihre Gesundheit zu achten.

**HausArzt Gesundheit**

## Fit trotz Hitze

Wärme tut dem Körper gut, aber nur, wenn Sie richtig damit umgehen. So bleiben Sie fit und gesund.

**W**ie sollte ich an heißen Tagen aussehen und trinken? Trinken Sie viel Wasser und vermeiden Sie Alkohol und koffeinhaltige Getränke. So bleiben Sie fit und gesund.

**Wer ist bei Hitze besonders gefährdet?**

Ältere Menschen, Kinder und Menschen mit Vorerkrankungen sind bei Hitze besonders gefährdet. Sie sollten extra auf sich aufpassen und sich kühlen lassen.

**HausArzt Gesundheit**

## Wie geht satt?

Ort ist es der Appetit und gar kein echter Hunger, der uns essen lässt. Das kann zum Beispiel bei Abkühlungen ein Problem sein.

**U**nsere Verdauung ist ein komplexer Prozess. Sie ermöglicht es uns, unsere Nahrung in Energie umzuwandeln. Wenn wir nicht richtig essen, kann das zu Verdauungsproblemen führen.

**Warum ist es so wichtig, dass wir richtig essen?**

Richtig essen ist wichtig, um unsere Verdauung zu unterstützen und unsere Gesundheit zu fördern. Es ist wichtig, dass wir auf unsere Ernährung achten.

Apotheken Umschau

Apotheken Umschau ELTERN

Diabetes Ratgeber

Senioren Ratgeber

PTA Woman

HausArzt-PatientenMagazin

medizin

Technische Daten und AGB

# Media Facts

Verkaufte Auflage (4 × jährlich):

## 203.475 Exemplare

IVW 4/2024

Reichweite:

## 1,06 Mio. Leserinnen und Leser pro Ausgabe

AWA 2024, deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahre

TAP HausArzt-PatientenMagazin:

## € 88,95

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

# Leser-Strukturdaten

Leserschaftsstruktur (laut AWA 2024) nach relevanten Kriterien	AWA Gesamt Ant. %	HA-Patientenmagazin	
		Ant. %	Index
<b>Geschlecht</b>			
Männer	49,2	31,1	63
Frauen	50,8	68,9	<b>136</b>
<b>Altersgruppen</b>			
Bis 39 Jahre	34,8	13,4	39
40 – 59 Jahre	31,7	25,8	81
60 Jahre und älter	33,5	60,8	<b>182</b>
<b>Informationsinteresse &amp; Tipps: „Interessiert, gebe öfter Ratschläge. Gelte da als Experte“</b>			
Medizinische Fragen	18,7	39,2	<b>209</b>
Gesunde Ernährung, gesunde Lebensweise	19,4	33,6	<b>173</b>
Diät, z. B. Diätvorschläge, Diätprodukte	5,2	10,3	<b>198</b>
Hautpflege, Körperpflege	8,8	13,9	<b>157</b>
<b>Aussagen zur eigenen Gesundheit – Das könnte auf mich passen:</b>			
Leute, die sehr auf ihre Gesundheit achten (Gesundheitsbewusste)	28,2	48,8	<b>173</b>
Leute, die Probleme mit ihrem (zu hohen) Gewicht haben	16,0	21,9	<b>136</b>
Leute mit erhöhtem Blutzucker, Diabetiker	8,7	18,9	<b>218</b>
Leute, die aus gesundheitlichen Gründen besonders auf ihre Ernährung achten	22,7	36,9	<b>162</b>
<b>Bereiche mit hoher Ausgabebereitschaft</b>			
Gesundheit, Wellness	34,2	52,2	<b>153</b>

# Leser-Strukturdaten

Leserschaftsstruktur (laut AWA 2024) nach relevanten Kriterien	AWA Gesamt	HA-Patientenmagazin	Index
	Ant. %	Ant. %	
<b>Kernzielgruppe</b>			
Kernzielgruppe OTC <sup>1</sup>	21,1	43,0	<b>204</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	5,4	14,2	<b>264</b>
Mittel gegen Venenbeschwerden, Krampfadern	3,3	11,4	<b>344</b>
Tabletten, Tropfen oder andere Mittel gegen Nervosität, innere Unruhe	5,9	10,7	<b>183</b>
Mittel gegen Schlafstörungen	7,7	14,5	<b>187</b>
Mittel gg. Sodbrennen/Völlegefühl im Magen, Blähungen	12,8	17,8	<b>139</b>
Mittel gegen Verstopfung	3,7	6,9	<b>190</b>
Mittel gegen Gelenk- und Muskelbeschwerden	18,0	40,1	<b>223</b>
Mittel zur Stärkung bzw. Steigerung der Abwehrkräfte	13,2	24,5	<b>186</b>
<b>Naturheilmittel, schonende Medikamente</b>			
Lege großen Wert auf Naturheilmittel, schonende Medikamente	25,8	39,2	<b>152</b>
<b>Leserschaftstypologien</b>			
WOOPIES (Well off older people) <sup>2</sup>	8,9	13,4	<b>150</b>
Sonderzielgruppe Wellnesorientierte <sup>3</sup>	23,5	32,4	<b>138</b>
Umfassend Printaffine <sup>4</sup>	29,5	62,7	<b>213</b>
Persönlichkeitsstarke Multiplikatoren <sup>5</sup>	25,6	34,2	<b>134</b>

Potenzial: 70,48 Mio. – HausArzt-PatientenMagazin 1,06 Mio. Leser = 1,5 % 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**

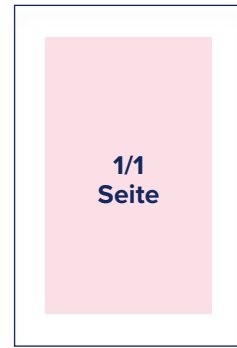
**Reisen trotz Handicap**

Änderungen vorbehalten

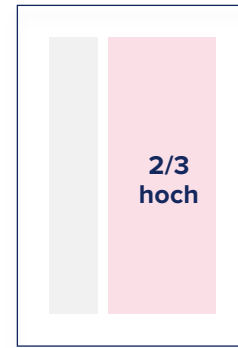
# Formate



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



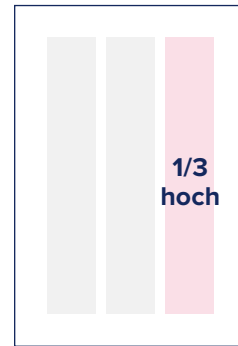
S.: B 120 mm x H 256 mm  
A.: B 133 mm x H 280 mm



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



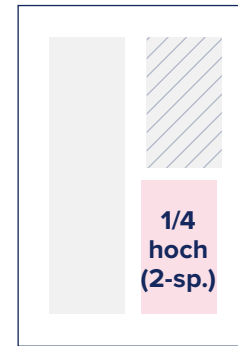
S.: B 184 mm x H 124 mm  
A.: B 210 mm x H 136 mm



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	€ 91/‰*
Neutralauflage Süd (Nielsen 3b, 4)	€ 104/‰*
Neutralauflage West (Nielsen 2, 3a)	€ 104/‰*
Neutralauflage Nord / Ost (Nielsen 1, 5, 6, 7)	€ 104/‰*
Beihefter: Spezifikationen und Preise	
Platzierung	in der Heftmitte (Rückendrahtheftung, Fußanlage)
Format (Angaben in mm, BxH)	mind. 115x148 mm, max. 210x280 mm
<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)





## 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 Wissens-Poster im DIN-A2-Format, die aufwendig und detailliert von der Redaktion entworfen und von erfahrenen Illustratorinnen und Illustratoren umgesetzt werden.

# Seitenblicke



medizini Wissens-Poster



medizini Wimmel-Poster

# Media Facts

Verkaufte Auflage:

## 1.067.600 Exemplare

IVW 4/2024

TAP medizini:

## € 65,66

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

Groß

Mit nahezu **1,1 Mio.** verkauften Exemplaren eines der großen deutschen Kindermagazine

Beliebt

Eltern und Großeltern schätzen das Magazin als wertvolle Lektüre für ihren Nachwuchs

Unterrichtsmaterial

Grundschullehrer nutzen medizini gerne begleitend im Unterricht

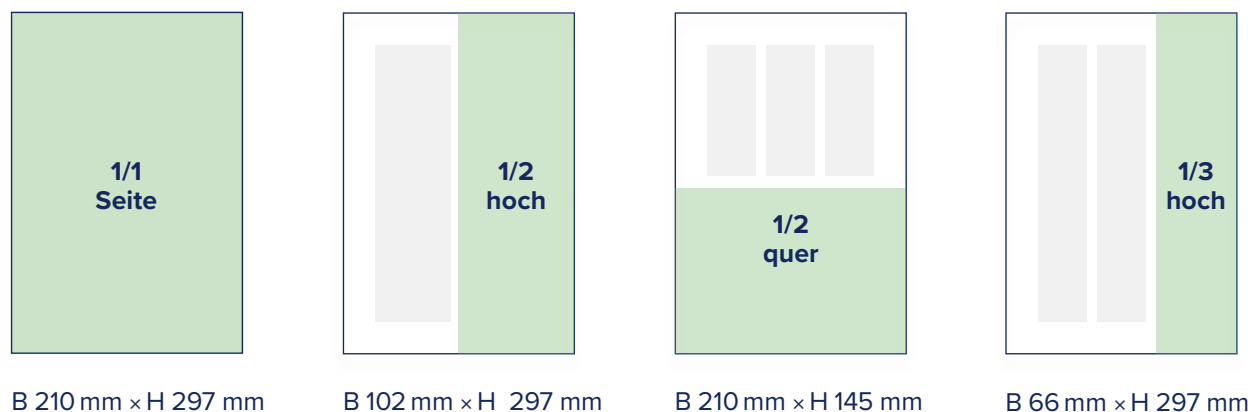
Pädagogisch wertvoll

Von der »Stiftung Lesen« seit Jahren als pädagogisch wertvoll empfohlen

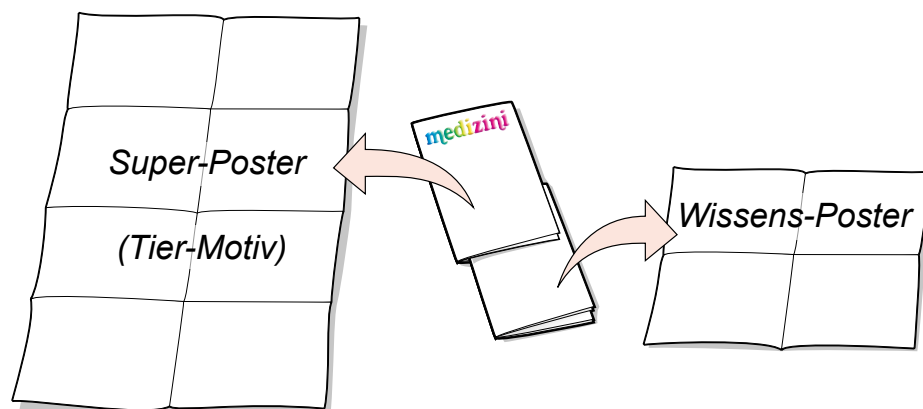
# Termine 2025/2026

Monat	Anzeigenschlusstermin	Erscheinungstermin
Januar 2025	30.10.2024	02.01.2025
Februar 2025	02.12.2024	01.02.2025
März 2025	07.01.2025	01.03.2025
April 2025	04.02.2025	01.04.2025
Mai 2025	05.03.2025	02.05.2025
Juni 2025	02.04.2025	02.06.2025
Juli 2025	02.05.2025	01.07.2025
August 2025	05.06.2025	01.08.2025
September 2025	07.07.2025	01.09.2025
Oktober 2025	06.08.2025	01.10.2025
November 2025	05.09.2025	03.11.2025
Dezember 2025	06.10.2025	01.12.2025
Januar 2026	03.11.2025	02.01.2026
Februar 2026	01.12.2025	02.02.2026

# Formate und Preise



## 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](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)

# 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](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