MEDIA DATEN 2025

DiABETES RATGEBER

720 Health Media

Gut leben trotz Diabetes

„Sie haben Diabetes“: Dieser Satz des Arztes krempelt das Leben von Betroffenen und ihren Angehörigen gehörig um. Wie sieht jetzt der Alltag mit der Erkrankung aus, wie die Behandlung? Antworten darauf bietet der Diabetes Ratgeber.

Mehr als acht Millionen Menschen in Deutschland haben Diabetes, die weitaus meisten davon Diabetes Typ 2. 2,4 Millionen Menschen lesen den Diabetes Ratgeber – Monat für Monat.1 Damit ist das Heft die reichweitenstärkste Publikation in Deutschland für Menschen mit Diabetes. Es liefert nicht nur praktische Tipps für Alltag, Freizeit und Familienleben, sondern auch neueste Informationen aus dem Bereich Forschung und Medizin.

Welche neuen Technologien gibt es auf dem Diabetesmarkt? Wie werden die verschiedenen Diabetesformen behandelt? Wie sieht eine gesunde 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.

Seitenblicke

Aktuelles für Sie

Lachen ist gut für die Augen

Was hilft trockenen Augen besser: Tränenersatzmittel oder Lachen? Das wurde in einer chinesischen Studie mit 299 Personen untersucht. Eine Hälfte nutzte viermal täglich Tropfen gegen trockene Augen, die andere Hälfte machte genauso oft spezielle Lachübungen. Nach zwölf Wochen war der befeuchtende Effekt für die Augen in beiden Gruppen gleich gut. Eine mögliche Erklärung für die positive Wirkung des Lachens ist, dass es die Tränendrüsen aktiviert. Wer Lachübungen ausprobieren will, sollte vorher ärztlichen Rat einholen.

Beim Blutdruckmessen auf Armhaltung achten

Eine falsche Armposition führt zu Fehlern bei der Blutdruckmessung. Das zeigt eine neue US-Studie. Liegt die Hand auf dem Schoß statt auf dem Tisch, führt dies bereits zu höheren Werten. Noch größer seien die Messfehler, wenn der Arm bei der Messung frei am Körper hängt, so die Forscherinnen und Forscher. Was sollte bei der Blutdruckmessung also beachtet werden? In den Leitlinien wird unter anderem betont, wie wichtig die Armposition und die Manschettengröße des Messgeräts sind. Außerdem sollte die Messung für ein aussagekräftiges Ergebnis auf Höhe des Herzens erfolgen.

Herzalter oft höher als Lebensalter

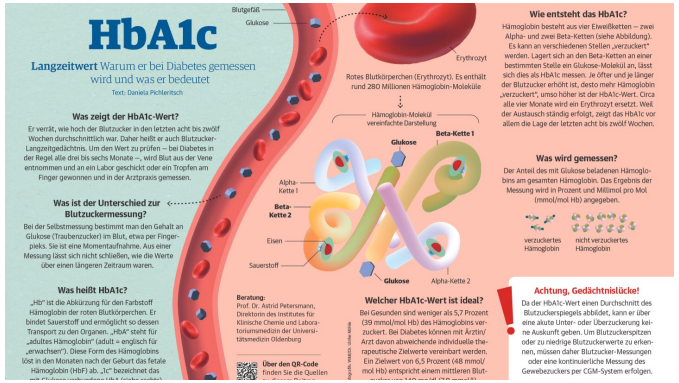
Das Herz altert bei vielen Deutschen offenbar vorzeitig. Ein Online-Gesundheitstest der Assmann Stiftung für Prävention errechnete für jede fünfte Person ein erhöhtes Herzalter, gemessen am tatsächlichen Lebensalter. Insbesondere das Rauchen erweis sich als Risikofaktor dafür. Die gute Nachricht für Raucher: Positive Effekte auf das Herz gibt es immer, wenn man damit aufhört. Beratung zum Rauchstopp erhält man etwa in der Apotheke.

Zahl des Monats

57 %

Um 57 Prozent ist die Zahl vermeidbarer Todesfälle durch Herz-Kreislauf-Erkrankungen wie Bluthochdruck oder Venenthrombosen in Europa seit 1995 gesunken – auf 93,2 pro 100 000 Einwohner im Jahr 2020.

Quelle: The Lancet Regional Health



HbA1c

Langzeitwert Warum er bei Diabetes gemessen wird und was er bedeutet

Text: Daniela Pichlertsch

Was zeigt der HbA1c-Wert?

Er verrät, wie hoch der Blutzucker in den letzten acht bis zwölf Wochen durchschnittlich war. Daher heißt er auch Blutzucker-Langzeitgedächtnis. Um den Wert zu prüfen – bei Diabetes in der Regel alle drei bis sechs Monate –, wird Blut aus der Vene entnommen und an ein Labor geschickt oder ein Tropfen am Finger gewonnen und in der Arztpraxis gemessen.

Was ist der Unterschied zur Blutzuckermessung?

Bei der Selbstmessung bestimmt man den Gehalt an Glukose (Traubenzucker) im Blut, etwa per Fingerpieks. Sie ist eine Momentaufnahme. Aus einer Messung lässt sich nicht schließen, wie die Werte über einen längeren Zeitraum waren.

Was heißt HbA1c?

„Hb" ist die Abkürzung für den Farbstoff Hämoglobin der roten Blutkörperchen. Er bindet Sauerstoff und ermöglicht so dessen Transport zu den Organen. „HbA" steht für „adultes Hämoglobin" (adult = englisch für „erwachsen"). Diese Form des Hämoglobins löst in den Monaten nach der Geburt das fetale Hämoglobin (HbF) ab. „1c" bezeichnet das

Blutgefäß
Glukose
Erythrozyt

Rotes Blutkörperchen (Erythrozyt). Es enthält rund 280 Millionen Hämoglobin-Moleküle

Hämoglobin-Molekül vereinfachte Darstellung

Glukose
Beta-Kette 1
Alpha-Kette 1
Beta-Kette 2
Eisen
Sauerstoff
Glukose
Alpha-Kette 2

Beratung:
Prof. Dr. Astrid Petersmann, Direktorin des Instituts für Klinische Chemie und Laboratoriumsmedizin der Universitätsmedizin Oldenburg

Über den QR-Code finden Sie die Quellen

Wie entsteht das HbA1c?

Hämoglobin besteht aus vier Eiweißketten – zwei Alpha- und zwei Beta-Ketten (siehe Abbildung). Es kann an verschiedenen Stellen „verzuckert" werden. Lagert sich an den Beta-Ketten an einer bestimmten Stelle ein Glukose-Molekül an, lässt sich dies als HbA1c messen. Je öfter und je länger der Blutzucker erhöht ist, desto mehr Hämoglobin „verzuckert", umso höher ist der HbA1c-Wert. Circa alle vier Monate wird ein Erythrozyt ersetzt. Weil der Austausch ständig erfolgt, zeigt das HbA1c vor allem die Lage der letzten acht bis zwölf Wochen.

Was wird gemessen?

Der Anteil des mit Glukose beladenen Hämoglobins am gesamten Hämoglobin. Das Ergebnis der Messung wird in Prozent und Millimol pro Mol (mmol/mol Hb) angegeben.

verzuckertes Hämoglobin
nicht verzuckertes Hämoglobin

Welcher HbA1c-Wert ist ideal?

Bei Gesunden sind weniger als 5,7 Prozent (39 mmol/mol Hb) des Hämoglobins verzuckert. Bei Diabetes können mit Ärztin/Arzt davon abweichende individuelle therapeutische Zielwerte vereinbart werden. Ein Zielwert von 6,5 Prozent (48 mmol/mol Hb) entspricht einem mittleren Blut-

Achtung, Gedächtnislücke!

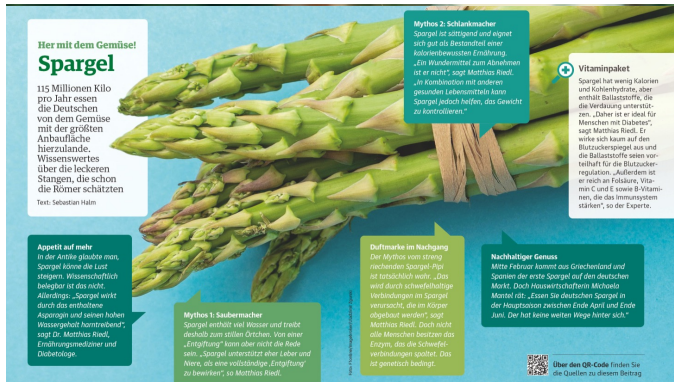
Da der HbA1c-Wert einen Durchschnitt des Blutzuckerspiegels abbildet, kann er über eine akute Unter- oder Überzuckerung keine Auskunft geben. Um Blutzuckerspitzen oder zu niedrige Blutzuckerwerte zu erkennen, müssen daher Blutzucker-Messungen oder eine kontinuierliche Messung des Gewebezuckers per CGM-System erfolgen.

Paul Hager

Unser Held des Monats…

… weil der Triathlet mit Typ-1-Diabetes auf einen Ironman hinarbeitet und auch anderen Lust auf Sport macht

„Warum weinst du?", fragte er seine Mutter, als er mit acht Jahren die Diagnose Diabetes bekam. Angst hatte er nicht, wollte sich gleich die erste Insulinspritze selbst geben. „Ich habe schnell gemerkt, dass ich mich durch die Krankheit nicht eingeschränkt fühle", sagt der 24-jährige Mainzer Sportstudent und Athletiktrainer. Seine Leidenschaft ist das Laufen. Vor zwei Jahren meldete er sich für einen Halbmarathon an. „Die Stimmung hat mich gleich gepackt", sagt er. Sein Ziel: ein Ironman. Wie man beim Training für 180 Kilometer auf dem Rad oder 3,8 Kilometer Schwimmen den Diabetes im Blick behält, zeigt er auf seinem Instagram-Kanal triabetes.paul. „Ich gebe Tipps und zeige, was mit dieser Erkrankung möglich ist." Intensiver Sport ist für Menschen mit Diabetes kein Tabu, so seine Botschaft. Man müsse dafür aber nicht nur die Muskeln trainieren: „Auch die richtige Vorbereitung ist wichtig." So hat er immer ein Kohlenhydratgel griffbereit dabei.



Her mit dem Gemüse!

Spargel

115 Millionen Kilo pro Jahr essen die Deutschen von dem Gemüse mit der größten Anbaufläche hierzulande. Wissenswertes über die leckeren Stangen, die schon die Römer schätzten

Text: Sebastian Haim

Mythos 2: Schlankmacher
Spargel ist sättigend und eignet sich gut als Bestandteil einer kalorienbewussten Ernährung. „Ein Wundermittel zum Abnehmen ist er nicht", sagt Matthias Riedl. „In Kombination mit anderen gesunden Lebensmitteln kann Spargel jedoch helfen, das Gewicht zu kontrollieren."

Vitaminpaket
Spargel hat wenig Kalorien und Kohlenhydrate, aber enthält Ballaststoffe, die die Verdäuung unterstützen. „Daher ist er ideal für Menschen mit Diabetes", sagt Matthias Riedl. Er wirke sich kaum auf den Blutzuckerspiegel aus und die Ballaststoffe seien vorteilhaft für die Blutzuckerregulation. „Außerdem ist er reich an Folsäure, Vitamin C und E sowie B-Vitaminen, die das Immunsystem stärken", so der Experte.

Appetit auf mehr
In der Antike glaubte man, Spargel könne die Lust steigern. Wissenschaftlich belegbar ist das nicht. Allerdings: „Spargel wirkt durch das enthaltene Asparagin und seinen hohen Wassergehalt harntreibend", sagt Dr. Matthias Riedl, Ernährungsmediziner und Diabetologe.

Mythos 1: Saubermacher
Spargel enthält viel Wasser und treibt deshalb zum stillen Örtchen. Von einer „Entgiftung" kann aber nicht die Rede sein. „Spargel unterstützt eher Leber und Niere, als eine vollständige ‚Entgiftung' zu bewirken", so Matthias Riedl.

Duftmarke im Nachgang
Der Mythos vom streng riechenden Spargel-Pipi ist tatsächlich wahr. „Das wird durch schwefelhaltige Verbindungen im Spargel verursacht, die im Körper abgebaut werden", sagt Matthias Riedl. Doch nicht alle Menschen besitzen das Enzym, das die Schwefelverbindungen spaltet. Das ist genetisch bedingt.

Nachhaltiger Genuss
Mitte Februar kommt aus Griechenland und Spanien der erste Spargel auf den deutschen Markt. Doch Hauswirtschafterin Michaela Mantel rät: „Essen Sie deutschen Spargel in der Hauptsaison zwischen Ende April und Ende Juni. Der hat keine weiten Wege hinter sich."

Über den QR-Code finden Sie die Quellen zu diesem Beitrag

Gesundheitsangebote bei Diabetes

Brauche ich das wirklich?

IGeL Für manche Untersuchungen und Behandlungen muss man selbst zahlen. Nicht alle sind sinnvoll

Text: Andrea Gehwolf

Bei Menschen mit Diabetes ist leider das Risiko für Folgeerkrankungen erhöht. Deshalb werden sie engmaschig medizinisch betreut. Doch braucht es darüber hinaus auch noch individuelle Gesundheitsleistungen (IGeL), für die man selbst zahlen muss?

Versicherte zahlen Milliarden

Viele Praxen bieten zahlreiche solche Selbstzahlerleistungen an, meistens zur Früherkennung bestimmter Krankheiten. Die Untersuchungen werden nicht pauschal von den gesetzlichen Krankenkassen übernommen, weil ihr medizinischer Nutzen nicht ausreichend belegt ist. Etwa 2,4 Milliarden Euro geben gesetzlich Krankenversicherte jährlich für Selbstzahlerleistungen aus, so der IGeL-Monitor des Medizinischen Dienstes Bund in Essen. Er bewertet IGeL nach ihrem Nutzen (siehe rechts). „Das ist eine sehr eindrucksvolle Summe. Wirtschaftliche Interessen spielen in Praxen sicherlich eine Rolle", sagt Andrea Lichterfeld-Kottner, die kommissarische Leiterin des IGeL-Monitors. Die Verbraucherzentrale hat beobachtet, dass notwendige Kontrolluntersuchungen in den Praxen manchmal als Selbstzahlerleistung abgerechnet werden. Patientinnen und Patienten dürften nicht unnötig zur Kasse gebeten werden und müssten besser geschützt werden, fordert die Organisation. „Manche IGeL sind zur Abklärung oder im Rahmen einer Verlaufskontrolle durchaus Kassenleistungen", erläutert Lichterfeld-Kottner. Es lohne sich deshalb, genau nachzufragen, ob man eine Untersuchung wirklich selbst zahlen müsse. Einige Krankenkassen übernehmen auch die Kosten für bestimmte IGeL.

Wichtig zu wissen: Kostenpflichtige Untersuchungen sind immer freiwillig. „Die Arztpraxis muss nicht nur ausführlich über die Kosten und den Nutzen, sondern auch über mögliche Schäden beraten", so Lichterfeld-Kottner. So können zum Beispiel falsch positive Befunde Angst machen und unnötige Untersuchungen nach sich ziehen.

Manche Ärztinnen und Ärzte raten in großem Umfang zu IGeL, andere sind zurückhaltender. Für medizinische Laien sei es oft schwierig, sich selbst ein Bild zu machen, so Lichterfeld-Kottner: „Wenn eine ►

Gut informiert

Sie möchten gut versorgt sein, aber nicht unnötig zur Kasse gebeten werden? Unabhängige Infos gibt es hier:

IGeL-Monitor
a-u.de/
!1236335

Verbraucherzentralen
a-u.de/
!1236887

TAG 1

MORGENS

Sommer-Müsli

Zutaten: 200 g Naturjoghurt (1,5 % Fett), 50 g Magerquark, 1 EL Orangensaft, etwas Vanillemark, 50 g zarte Vollkorn-Haferflocken, 10 g geschrotete Leinsamen, 1 Aprikose (50 g) in Würfeln, 100 g rote Johannisbeeren, 1 TL Kokosraspel (fettfrei geröstet), frische Minze oder Melisse

Zubereitung: Joghurt, Quark, Saft und Vanille verrühren. Flocken, Samen, Aprikose und Beeren untermischen. Mit Kokosraspeln und Minze oder Melisse garnieren.

Pro Portion
E: 25 g | F: 13 g | KH: 51 g
= 445 kcal | = 4 BE / 5 KE

MITTAGS

Pilz-Nudelpfanne mit Salat

Zutaten: 75 g kurze Vollkornnudeln (z. B. Penne, Tortiglioni), Salz, 100 g gemischte braune Champignons, 1 Frühlingszwiebel in Ringen, 1 EL Olivenöl, je 30 g gelbe Paprikaschote und Radicchio in kurzen Streifen, 1 gehackte Knoblauchsehe, 1 Thymianzweig, ca. 100 ml Instant-Gemüsebrühe, 1 EL Zitronensaft, etwas geriebene Bio-Zitronenschale, 1 Prise gemahlener Fenchel, Pfeffer, 1 TL Pinienkerne, 20 g Parmesanspäne, etwas Rucola

Zubereitung: Joghurt, Quark, Salz und Vanille verrühren. Flocken, Samen, Aprikose und Beeren untermischen. Mit Kokosraspeln und Minze oder Melisse garnieren.

Salat: 50 g geputzter Blattsalat (z. B. Kopfsalat, Lollo Bionda), 50 g Salatgurke in halbierten Scheiben, 1 Tomate in Scheiben, 1 Frühlingszwiebel in Ringen, weißer Balsamico-Essig, Salz, Pfeffer, 1 TL Olivenöl

Zubereitung: Nudeln bissfest kochen. Pilze halbieren, in beschichteter Pfanne mit Zwiebelweiß in Öl braten. Paprika, Radicchio, Knoblauch und Thymianblättchen kurz mitdünsten. Brühe, Saft, Schale, Fenchel und Pfeffer zufügen. Alles kurz aufkochen, zugedeckt bei milder Hitze etwa 2 Minuten garen. Zwiebelgrün danzugeben, abschmecken. Abgetropfte Nudeln untermischen. Mit Kernen, Parmesan und etwas Rucola garnieren. Mit Salat servieren.

Pro Portion:
E: 25 g | F: 26 g | KH: 53 g
= 555 kcal | = 3,8 BE / 4,6 KE

ABENDS

Biergartensalat mit Radieschen

Zutaten: 1 EL Weißweinessig, 1 bis 2 EL Gurkensud (aus dem Glas), ½ TL mittelscharfer Senf, Salz, Pfeffer, 1 TL Öl, je 40 g Geflügel-Fleischwurst und Schnittkäse 30 % Fett i. Tr. (z. B. Butterkäse, Edamer) in kurzen Streifen, 1 kleine Gewürzgurke in Scheiben, 4 Radieschen in Stiften, 3 Frühlingszwiebel in feinen Ringen, rote Rettichsprossen oder Kresse; dazu 120 g Vollkornbrot

Zubereitung: Essig, Sud, Senf, Gewürze und Öl verrühren. Fleischwurst, Käse, Gurke, Radieschen und Zwiebel mit dem Dressing mischen. Salat abschmecken, mit Sprossen oder Kresse garnieren.

Pro Portion:
E: 26 g | F: 19 g | KH: 52 g
= 500 kcal | = 4 BE / 5 KE ►

Die Einkaufsliste für alle Rezepte finden Sie unter: a-u.de/dr-einkaufsliste

Die schlanke Woche

Abnehmen nach Plan: mit einfachen Gerichten, die schnell zubereitet sind

Rezepte: Angelika Karl

Media-Facts

Monatlich verkaufte Auflage Diabetes Ratgeber

689.441 Exemplare

Reichweite Diabetes Ratgeber

2,40 Mio. Leserinnen und Leser pro Monat

Durchschnittliche Lesedauer pro Ausgabe

1 Stunde 21 Minuten

Heftnutzung

Durchschnittlich 3,1 Mal wird jede Ausgabe in die Hand genommen

TAP Diabetes Ratgeber

52,65 €

Quellen: IVW 2/ 2025; AWA 2025, deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahre; Copytest 11B / 23, Ipsos; 1/1 Seite 4 c netto, Preise 2025, IVW 2 / 2025, Potenzial : 71,00 Mio. – Apotheken Umschau A+B 15,02 Mio. Leser = 21,2 % Reichweite // 1 Mind. 9 von 31 Interessendimensionen / 2 Mind. 7 von 31 Themengebieten mit besonderer Expertise / 3 Im WLK von 4 oder mehr Zeitschriften und mind. ziemlich regelmäßige Leser von Tageszeitungen

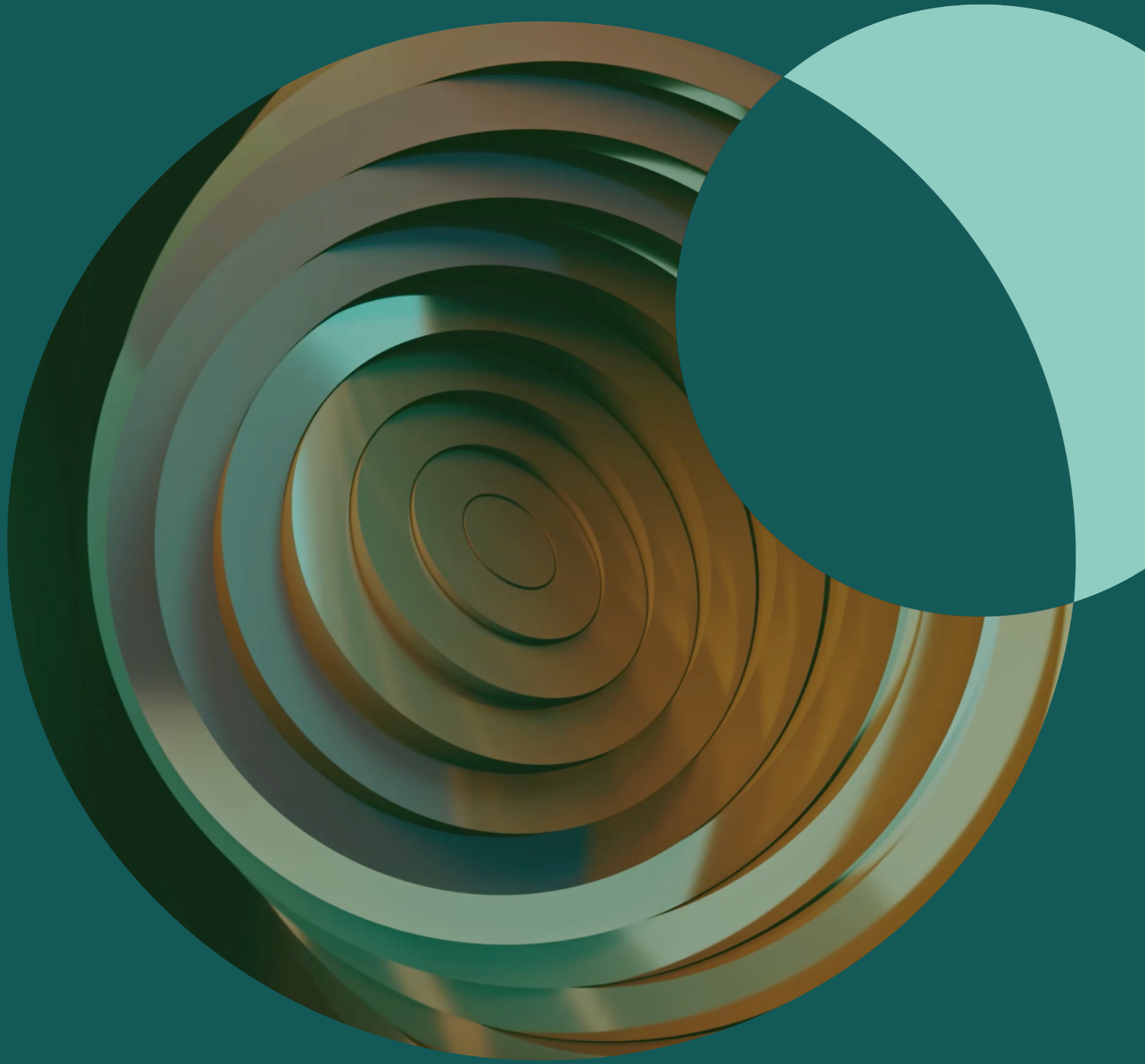
Leserschaftstruktur

Personenbezogene Aussagen	AWA Gesamt Ant. %	DR Ant. %	DR Index
Geschlecht			
Männer	49,2	34,3	70
Frauen	50,8	65,7	**129**
Altersgruppe			
40 – 49 Jahre	49,0	9,8	20
50 – 59 Jahre	51,0	90,2	**177**
60 – 69 Jahre	34,0	76,9	**226**
70 Jahre und älter	18,0	53,4	**297**
„Gehe in eine Apotheke“			
Mindestens einmal in der Woche	3,2	11,8	**364**
Zwei- bis dreimal im Monat	12,8	31,1	**242**
Einmal im Monat	23,2	32,2	**139**
„Das könnte auf mich passen“			
Leute, die sehr auf ihre Gesundheit achten (Gesundheitsbewusste)	28,2	47,1	**167**
Leute, die einen erhöhten Blutzucker haben, Diabetiker	8,5	44,2	**517**
Leute, die Probleme mit ihrem (zu hohen) Gewicht haben	15,9	28,8	181
Leute, die öfter mal kalorienreduzierte Lebensmittel/Getränke konsumieren	18,6	27,9	**150**

Interessenbezogene Aussagen	AWA Gesamt Ant. %	DR Ant. %	DR Index
Naturheilmittelmittel, schonende Medikamente			
Lege großen Wert auf Naturheilmittel, schonende Medikamente	25,9	31,1	**120**
Kernzielgruppe			
Kernzielgruppe OTC [1]	20,9	41,5	**199**
Informationsinteresse: Diät, z.B. Diätvorschläge, Diätprodukte			
Interessiert nicht besonders	5,3	16,2	**312**
Interessiert und gebe öfter Ratschläge/Tipps und gelte als Experte	5,1	13,7	**269**
Körper- und Haarpflegemittel [2]			
Spezielle Pflegemittel für die Hände	28,0	37,9	**135**
Spezielle Produkte für die Fußpflege	17,4	35,2	**202**
Hautcreme für alle Zwecke	42,1	55,8	**133**

Potential: 71,00 Mio. – Diabetes Ratgeber 2,40 Mio. Leser = 3,4% Reichweite
1 Konsumentenkreis von Personen, die mindestens 5 von 24 rezeptfreien Medikamenten/ Heilmittelnin den letzten 3 Monaten persönlich gebraucht/verwendet haben
2 In den letzten 7 Tagen persönlich verwendete Artikel

Themenauswahl



Themenplan

Jan

Ausgabe 01/2025
AS: 07.11.2024
ET: 02.01.2025

- **Trockene Haut**
- **Schuheinlagen, Schuhe**
- **Insulinpumpen**

Feb

Ausgabe 02/2025
AS: 06.12.2024
ET: 01.02.2025

- **Nahrungsergänzung**
- **Pflege absichern**
- **Herz-Kreislauf-Probleme**

Mär

Ausgabe 03/2025
AS: 13.01.2025
ET: 01.03.2025

- **Allergien**
- **Sehhilfen**
- **Kur(-urlaub)**

Apr

Ausgabe 04/2025
AS: 10.02.2025
ET: 01.04.2025

- **Gesunde Gelenke**
- **Hausnotruf**
- **Anti-Aging**

Mai

Ausgabe 05/2025
AS: 11.03.2025
ET: 02.05.2025

- **Fußpflege**
- **Sport**
- **Gesunde Fette / Öle**

Themenplan

Juni

Ausgabe 06/2025
AS: 08.04.2025
ET: 02.06.2025

- **Blasenentzündung**
- **Blutzuckermessung**
- **Organspende**

Juli

Ausgabe 07/2025
AS: 08.05.2025
ET: 01.07.2025

- **Fußpilz, Nagelpilz**
- **Herzgesundheit**
- **Sonnenschutz**

Aug

Ausgabe 08/2025
AS: 12.06.2025
ET: 01.08.2025

- **Patientenverfügung**
- **Blutdruckmessung**
- **Bio-Lebensmittel**

Sep

Ausgabe 09/2025
AS: 11.07.2025
ET: 01.09.2025

- **Reizdarm**
- **Mangelerscheinungen**
- **Fitness-Studio**

Themenplan

Okt

Ausgabe 10/2025
AS: 12.08.2025
ET: 01.10.2025

- **Scheidenpilz**
- **Rückenschmerzen**
- **Schwindel**

Nov

Ausgabe 11/2025
AS: 11.09.2025
ET: 03.11.2025

- **Hörgeräte**
- **Erkältung**
- **Hautprobleme**

Dez

Ausgabe 12/2025
AS: 10.10.2025
ET: 01.12.2025

- **Barrierefrei wohnen**
- **Entschleunigung**
- **Tinnitus**

Jan

Ausgabe 01/2026
AS: 07.11.2025
ET: 02.01.2026

- **Gesunde Augen**
- **Abnehmen**
- **Langlaufen**

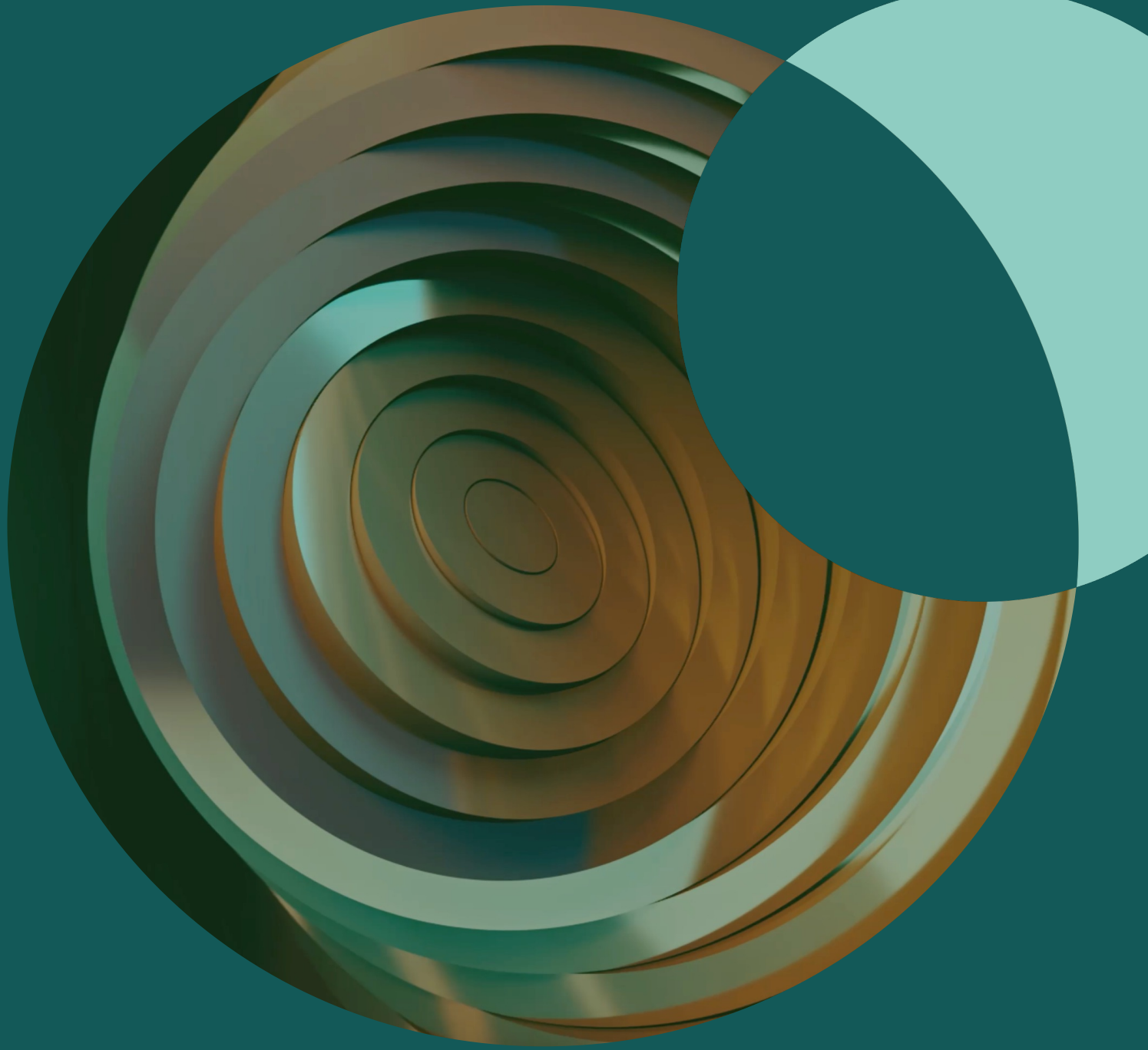
Feb

Ausgabe 02/2026
AS: 05.12.2025
ET: 02.02.2026

- **Krebs**
- **Zahnpflege**
- **Gesundheitsschuhe**

AS: Anzeigenschluss / ET: Erscheinungstermin / :Crossmedia

Formate und Preise



Preise & Formate

Preisliste 2025 (Nr. 45, gültig ab 13.02.2025), Erscheinungsweise: monatlich

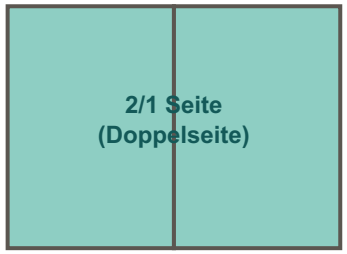
inkl. **5%** Kombi-Rabatt

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.

Formate



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

S: B 148 mm × H 186 mm
A: B 170 mm × H 225 mm

S: B 69 mm × H 186 mm
A: B 81 mm × H 225 mm

S: B 148 mm × H 89 mm
A: B 170 mm × H 109 mm

S: B 69 mm × H 89 mm

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

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

Sonderwerbeformen

Preisliste 2025 (Nr. 45, gültig ab 13.02.2025), Erscheinungsweise: monatlich

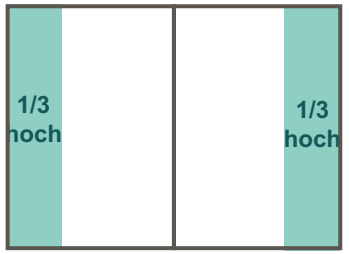
Formate*	Diabetes Ratgeber
2 x 1/3 Seite gegenüberliegend	36.350 €
2 x 1/4 Seite gegenüberliegend	27.500 €
L-Anzeige	39.000 €
Tunnelanzeige	18.100 €
Eckfeldanzeige	13.800 €
Flexformanzeige	21.000 €

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.

Alle Infos zu unseren SONDER-WERBEFORMEN finden Sie hier

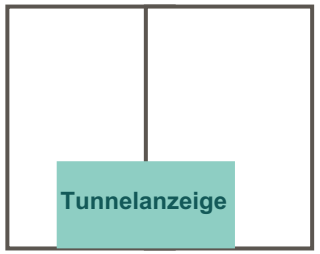
Formate



2 x 1/3 Seite gegenüberl.
1x 1/3 S.S: B 55 mm × H 255 mm
Aschnitt: B 61 mm × H 237 mm
Platzierung: auf einer Doppelseite außenseitig gegenüberliegend

2 x 1/4 Seite gegenüberl.
1x 1/4 S.S: B 170 mm × H 57 mm
Anschnitt: B 176 mm × H 63 mm
Platzierung: auf einer Doppelseite unten gegenüberliegend

L-Anzeige
1x 1/3 S.S: B 55 mm × H 255 mm
Aschnitt: B 61 mm × H 237 mm
1x 1/4 S.S: B 170 mm × H 57 mm
Anschnitt: B 176 mm × H 63 mm
Platzierung: linksseitig beginnend mit 1/3 S. hoch



Tunnelanzeige
Format: B 160 mm × H 67 mm
Anschnitt: B 160 mm × H 73 mm
Platzierung: auf einer Doppelseite unten

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

Flexformanzeige (auf Anfrage)
Format: B 55 mm × H 225 mm
Anschnitt: B 61 mm × 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. grünes Feld)

Beilagen, Beihefter und Beikleber

Beilagen: Spezifikation und Preise

Belegbare Auflagen	**Max-Auflage:** Neutralauflage gesamt oder Neutral-auflagen nach Nielsen, **Min-Auflage:** 0,10 Mio Exemplare
Formate (Angaben in mm, BxH)	Min. 105x148 mm, max. 150x220 mm
Beilagengewicht	Minimalgewicht: 5 g, Maximalgewicht: auf Anfrage
Belegung Neutralauflage	€ 96/‰*
Neutralauflage Süd (Nielsen 3b, 4)	€ 109/‰*
Neutralauflage West (Nielsen 2, 3a)	€ 109/‰*
Neutralauflage Nord / Ost (Nielsen 1,5, 6, 7)	€ 109/‰*

Beihefter: Spezifikationen und Preise

Platzierung	in der Heftmitte (Rückendrahtheftung, Fußanlage)
Format (Angaben in mm, BxH)	Min. 115x148 mm, max. 170x225 mm
4-seitiger Beihefter (je weitere 4 Seiten plus € 10 / ‰)	
Belegung Gesamt	€ 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. Exemplare
bis 10 g in der Gesamtauflage (Gebiete Süd, West und Nord / Ost)	€ 44/‰**
bis 10 g in der Teilauflage (Gebiete Süd, West oder Nord / Ost)	€ 56/‰**
Basis für Beikleber zzgl. zum ‰-Beikleberpreis	1/1 Seite Trägeranzeige

Technische Daten

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

Profile
Druckprofile zu unseren Magazinen finden Sie auf der Website von DUON-Portals unter **www.duon-portal.de**

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

DUON-Portal

www.duon-portal.de

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

Allgemeine Geschäftsbedingungen

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

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

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

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

4. Ein » Abschluss« ist ein Vertrag über die Veröffentlichung mehrerer Anzeigen, Fremdbeilagen oder sonstiger Werbemittel unter Beachtung der dem Auftraggeber gemäß jeweils geltender Preisliste zu gewährenden Rabatte, wobei die einzelnen rechtsverbindlichen Anzeigenaufträge jeweils erst durch schriftliche oder elektronische (z. B. E-Mail) Bestätigung des Abrufs zustande kommen.

Ein » Abruf« ist die Aufforderung des Auftraggebers an den Verlag, auf Grundlage eines Abschlusses eine konkrete Anzeige, Fremdbeilage oder ein sonstiges Werbemittel zu veröffentlichen und die vom Auftraggeber veranlasste Zustellung der für die Produktion erforderlichen Texte und Vorlagen beim Verlag. Ist kein Erscheinungstermin vereinbart, sind Anzeigen, Fremdbeilagen und/oder sonstige Werbemittel im Zweifel zur Veröffentlichung innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzurufen. Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln, sofern die erste Anzeige innerhalb eines Jahres nach Vertragsschluss abgerufen und veröffentlicht wird. Die zahlen- und mengenmäßige Einbeziehung in einen Abschluss, für die die Preisliste keinen Nachlass vorsieht, ist nicht möglich.

Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in Ziffer 4 Absatz 2 genannten Frist auch über die im Auftrag genannte Anzeigenmenge hinaus weitere Anzeigen abzurufen.

5. Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen gegenüber den Werbungtreibenden an die Preisliste des Verlags zu halten. Die vom Verlag gewährte Vermittlungsprovision errechnet sich aus dem Kundennetto, also nach Abzug von Rabatt, Boni und Mängelnachlass. Sie wird nur an vom Verlag anerkannte Werbeagenturen vergütet unter der Voraussetzung, dass der Auftrag unmittelbar von der Werbeagentur erteilt wird, ihr die Beschaffung der fertigen und druckreifen Druckunterlagen obliegt und eine Gewerbeanmeldung als Werbeagentur vorliegt. Dem Verlag steht es frei, Aufträge von Werbeagenturen abzulehnen, wenn Zweifel an der berufsmäßigen Ausübung der Agenturtätigkeit oder der Bonität der Werbeagentur bestehen. Anzeigenaufträge durch Werbeagenturen werden in deren Namen und auf deren Rechnung erteilt. Soweit Werbeagenturen Aufträge erteilen, kommt der Vertrag daher im Zweifel mit der Werbeagentur zustande. Soll ein Werbungtreibender Auftraggeber werden, muss dies gesondert unter namentlicher Nennung des Werbungtreibenden vereinbart werden. Der Verlag ist berechtigt, von der Werbeagentur einen Mandatsnachweis zu verlangen.

6. Der Verlag ist berechtigt, Aufträge, auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses, nach sachgemäßem Ermessen abzulehnen. Dies gilt insbesondere, wenn der Inhalt der Werbung gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt, die Veröffentlichung der Werbung für den Verlag wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist, wenn Beihefter, Beikleber und/oder Beilagen durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung oder Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten oder im Fall eines Verstoßes gegen Ziffer 23 dieser AGB. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

7. Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschied zwischen dem aufgrund einer höheren Abnahmemenge gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass (Rabatt) dem Verlag zu erstatten. Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höhere Gewalt im Risikobereich des Verlags beruht.

8. Aufträge für Anzeigen und Fremdbeihefter, Fremdbeikleber und Fremdbeilagen, die erklärtermaßen ausschließlich in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig beim Verlag eingehen, dass dem Auftraggeber noch vor Anzeigenschluss mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht auszuführen ist.

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

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

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

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

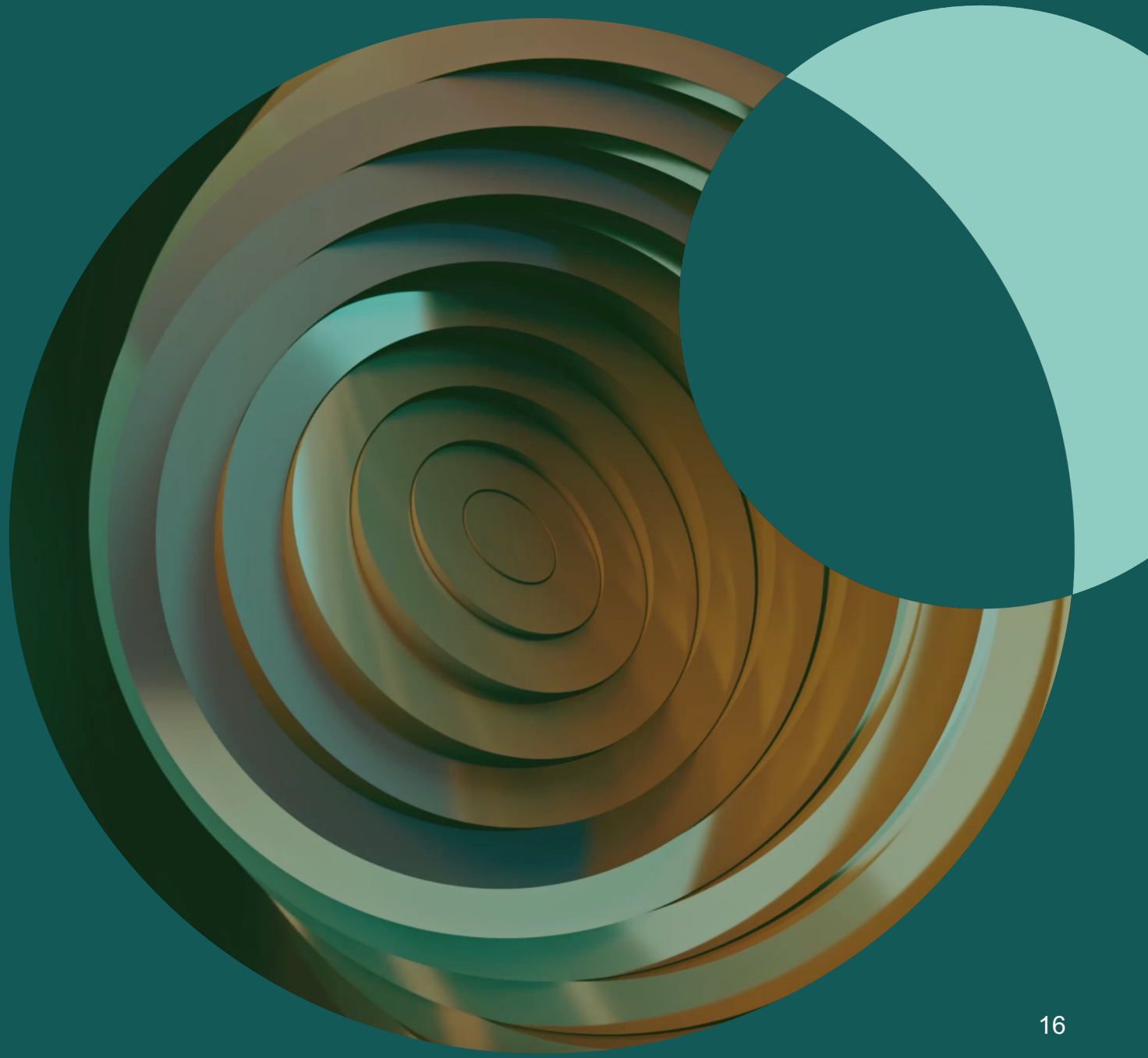
13. Haftungsfreistellungserklärung: Der Auftraggeber ist für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der Anzeige verantwortlich. Er stellt den Verlag von allen Ansprüchen Dritter (z. B. Schutzrechtsverletzungen, Verletzung von Persönlichkeitsrechten, Verletzungen des Heilmittelwerbegesetzes oder der Health-Claims-Verordnung) frei, inschließlich 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 Vorauskasse 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 rechts- kräftig festgestellt und nicht bestritten sind.
18. Der Verlag liefert auf Wunsch nach Veröffentlichung der Werbung einen Anzeigenbeleg. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine Bescheinigung des Verlags über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.
19. Kosten für die Anfertigung bestellter Druckstöcke, Matern und Zeichnungen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftrag- geber zu tragen.
20. Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisminde- rung 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 Kalenderjah- res 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 Auftrag- geber 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 ausdrück- lich vorher vereinbart und durch den Verlag bestätigt wurde. Von dem Rücktrittsrecht kann jedoch nur spätestens 8 Wochen vor Anzeigenschluss Gebrauch gemacht werden.
25. Beihefter, Beikleber und Beilagen, Ein- und Durchhefter dürfen nur dann Werbung für mehrere Produkte oder Dienstleistungen enthalten, wenn es sich um Produkte oder Dienstleistungen des gleichen Unternehmens oder der gleichen Unternehmensgruppe handelt.
26. Feste Platzierungszusagen verlieren ihre Gültigkeit, wenn die umbruchtechnische Heftstruktur eine Umplatzie- rung der Anzeige erforderlich macht.
27. Bei Buchungen der Kombinationen können nur Anzeigen aufgenommen werden, die in Erscheinungsmonat, Format, Farbigkeit, Produkt und/oder Kampagne übereinstimmen.
28. Der Verlag erhebt und verarbeitet die Daten seiner Kunden/Geschäftspartner gemäß den Informationen zur Datenverarbeitung unter https://www.wub-service.de/infodsgvo. Bei Kunden kann die E-Mail-Adresse auch genutzt werden, um über ähnliche Waren und Dienstleistungen zu informieren, §7 Abs. 3 UWG. Dieser Verwendung Ihrer E-Mail-Adresse können Sie jederzeit unter abbestellen@wortundbildverlag.de widersprechen.
29. Sollten eine oder mehrere Bestimmungen des Auftrags und/oder dieser AGB unwirksam sein oder werden, so wird dadurch die Gültigkeit der übrigen Bestimmungen nicht berührt. Es gilt deutsches Recht unter Ausschluss des UN-Kaufrechts und unter Ausschluss von Kollisionsrecht. Erfüllungsort ist München. Gerichtsstand für Klagen gegen Kaufleute, juristische Personen des öffentlichen Rechts oder öffentlich-rechtliche Sondervermögen ist München.

Zahlungsbedingungen

Rein netto 14 Tage nach dem Erscheinungstag.
Bei Zahlungseingang 3 Tage vor dem Erscheinungstag 2 % Skonto.
Der Verlag behält sich vor, in Einzelfällen Vorauskasse 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

720 Health Media GmbH & Co. KG
Jessenstraße 4
22767 Hamburg
Salesteam@720Health.Media