

MEDIA  
DATEN 2025

APOTHEKEN  
**Umschau**

**Eltern**

720

Health  
Media

# 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 Einschulung.

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.

## Angesteckt! Und jetzt?

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

TEXT: KATHIN SCHWARZ-BETTER  
ILLUSTRATION: PATRICK BOMER

**BOKORWILKE**  
Bokorwille, auch als Wintergrippe bekannt, ist eine der häufigsten Kinderkrankheiten. Sie wird durch Bokorwille-Viren übertragen. Die Infektion verläuft harmlos und ist meist nach ein bis zwei Wochen abgeklungen. Die Kinder können Fieber, Husten, Schnupfen oder Bauchschmerzen bekommen. Eine Behandlung ist nicht notwendig. Die Kinder sollten zuhause bleiben, bis sie wieder fit sind. In der Regel dürfen sie nach einer Woche wieder in die Kita.

**ROSENBLÄU**  
Rosenblau, auch als Wintergrippe bekannt, ist eine der häufigsten Kinderkrankheiten. Sie wird durch Rosenblau-Viren übertragen. Die Infektion verläuft harmlos und ist meist nach ein bis zwei Wochen abgeklungen. Die Kinder können Fieber, Husten, Schnupfen oder Bauchschmerzen bekommen. Eine Behandlung ist nicht notwendig. Die Kinder sollten zuhause bleiben, bis sie wieder fit sind. In der Regel dürfen sie nach einer Woche wieder in die Kita.

**ROSENBLAU**  
Rosenblau, auch als Wintergrippe bekannt, ist eine der häufigsten Kinderkrankheiten. Sie wird durch Rosenblau-Viren übertragen. Die Infektion verläuft harmlos und ist meist nach ein bis zwei Wochen abgeklungen. Die Kinder können Fieber, Husten, Schnupfen oder Bauchschmerzen bekommen. Eine Behandlung ist nicht notwendig. Die Kinder sollten zuhause bleiben, bis sie wieder fit sind. In der Regel dürfen sie nach einer Woche wieder in die Kita.

## Guten Abend, gute Nacht

Nichts fehlt uns Eltern so sehr wie Schlaf. Angeblich kommt er irgendwann wieder. Manchmal heißt auch das beschleunigen

Es ist ein 4-jähriges Kind, das in der Nacht nicht schlafen will. Die Eltern sind verzweifelt. Sie haben alle Tricks ausprobiert, aber nichts hilft. Sie sind müde und frustriert. Sie brauchen Hilfe. Sie brauchen einen Experten, der ihnen sagt, was sie tun können. Sie brauchen einen Experten, der ihnen sagt, was sie tun können. Sie brauchen einen Experten, der ihnen sagt, was sie tun können.

**1** **SO SCHRITT**  
Der erste Schritt ist es, die Eltern zu beruhigen. Sie sind müde und frustriert. Sie brauchen Hilfe. Sie brauchen einen Experten, der ihnen sagt, was sie tun können. Sie brauchen einen Experten, der ihnen sagt, was sie tun können. Sie brauchen einen Experten, der ihnen sagt, was sie tun können.

**2** **HILFE SUCHE**  
Die Eltern sollten sich Hilfe suchen. Sie sollten einen Experten konsultieren, der ihnen sagt, was sie tun können. Sie brauchen einen Experten, der ihnen sagt, was sie tun können. Sie brauchen einen Experten, der ihnen sagt, was sie tun können.

**3** **TRICKS-KICK**  
Die Eltern sollten Tricks ausprobieren. Sie sollten einen Experten konsultieren, der ihnen sagt, was sie tun können. Sie brauchen einen Experten, der ihnen sagt, was sie tun können. Sie brauchen einen Experten, der ihnen sagt, was sie tun können.

## Schnullerfee im Anflug

Wie seid ihr den Schnuller losgeworden? Eltern erzählen

3 Tipps zur Schnullerentwöhnung

**1** **Julia, Mutter von zwei:**  
Die Schnullerentwöhnung hat mich ziemlich nervig gemacht. Ich habe versucht, die Schnuller zu verstecken, aber das hat nicht funktioniert. Ich habe versucht, die Schnuller zu verstecken, aber das hat nicht funktioniert. Ich habe versucht, die Schnuller zu verstecken, aber das hat nicht funktioniert.

**2** **Christa, Mutter von einem:**  
Ich habe versucht, die Schnuller zu verstecken, aber das hat nicht funktioniert. Ich habe versucht, die Schnuller zu verstecken, aber das hat nicht funktioniert. Ich habe versucht, die Schnuller zu verstecken, aber das hat nicht funktioniert.

**3** **Sabine, Vater von einem:**  
Ich habe versucht, die Schnuller zu verstecken, aber das hat nicht funktioniert. Ich habe versucht, die Schnuller zu verstecken, aber das hat nicht funktioniert. Ich habe versucht, die Schnuller zu verstecken, aber das hat nicht funktioniert.

## ALLE GESUND?

Die kleine Mahlkunst

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

**2 Monate**  
Lassen Babys an, bis sie wissen, was sie tun sollen. Damit sie sich zuhause wohlfühlen und sich an die neue Umgebung anpassen können.

**1** **SO SCHRITT**  
Der erste Schritt ist es, die Eltern zu beruhigen. Sie sind müde und frustriert. Sie brauchen Hilfe. Sie brauchen einen Experten, der ihnen sagt, was sie tun können. Sie brauchen einen Experten, der ihnen sagt, was sie tun können. Sie brauchen einen Experten, der ihnen sagt, was sie tun können.

## MAMA HAT'S INKREUZ

### MAMAS TRAININGSPLAN LOSGEHT

**1** **SO SCHRITT**  
Der erste Schritt ist es, die Eltern zu beruhigen. Sie sind müde und frustriert. Sie brauchen Hilfe. Sie brauchen einen Experten, der ihnen sagt, was sie tun können. Sie brauchen einen Experten, der ihnen sagt, was sie tun können. Sie brauchen einen Experten, der ihnen sagt, was sie tun können.

**2** **HILFE SUCHE**  
Die Eltern sollten sich Hilfe suchen. Sie sollten einen Experten konsultieren, der ihnen sagt, was sie tun können. Sie brauchen einen Experten, der ihnen sagt, was sie tun können. Sie brauchen einen Experten, der ihnen sagt, was sie tun können.

**3** **TRICKS-KICK**  
Die Eltern sollten Tricks ausprobieren. Sie sollten einen Experten konsultieren, der ihnen sagt, was sie tun können. Sie brauchen einen Experten, der ihnen sagt, was sie tun können. Sie brauchen einen Experten, der ihnen sagt, was sie tun können.

## Jetzt wird's grün

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

**1** **SO SCHRITT**  
Der erste Schritt ist es, die Eltern zu beruhigen. Sie sind müde und frustriert. Sie brauchen Hilfe. Sie brauchen einen Experten, der ihnen sagt, was sie tun können. Sie brauchen einen Experten, der ihnen sagt, was sie tun können. Sie brauchen einen Experten, der ihnen sagt, was sie tun können.

# Media-Facts



Monatlich verkaufte Auflage.

**354.516 Exemplare**



Reichweite Apotheken Umschau ELTERN.

**1,55 Mio. Leserinnen und Leser pro Monat**



Auslegestelle.

**Erhältlich in der Apotheke**



Erscheinungsweise.

**12 Ausgaben pro Jahr**



TAP Apotheken Umschau Eltern.

**€ 111,14**



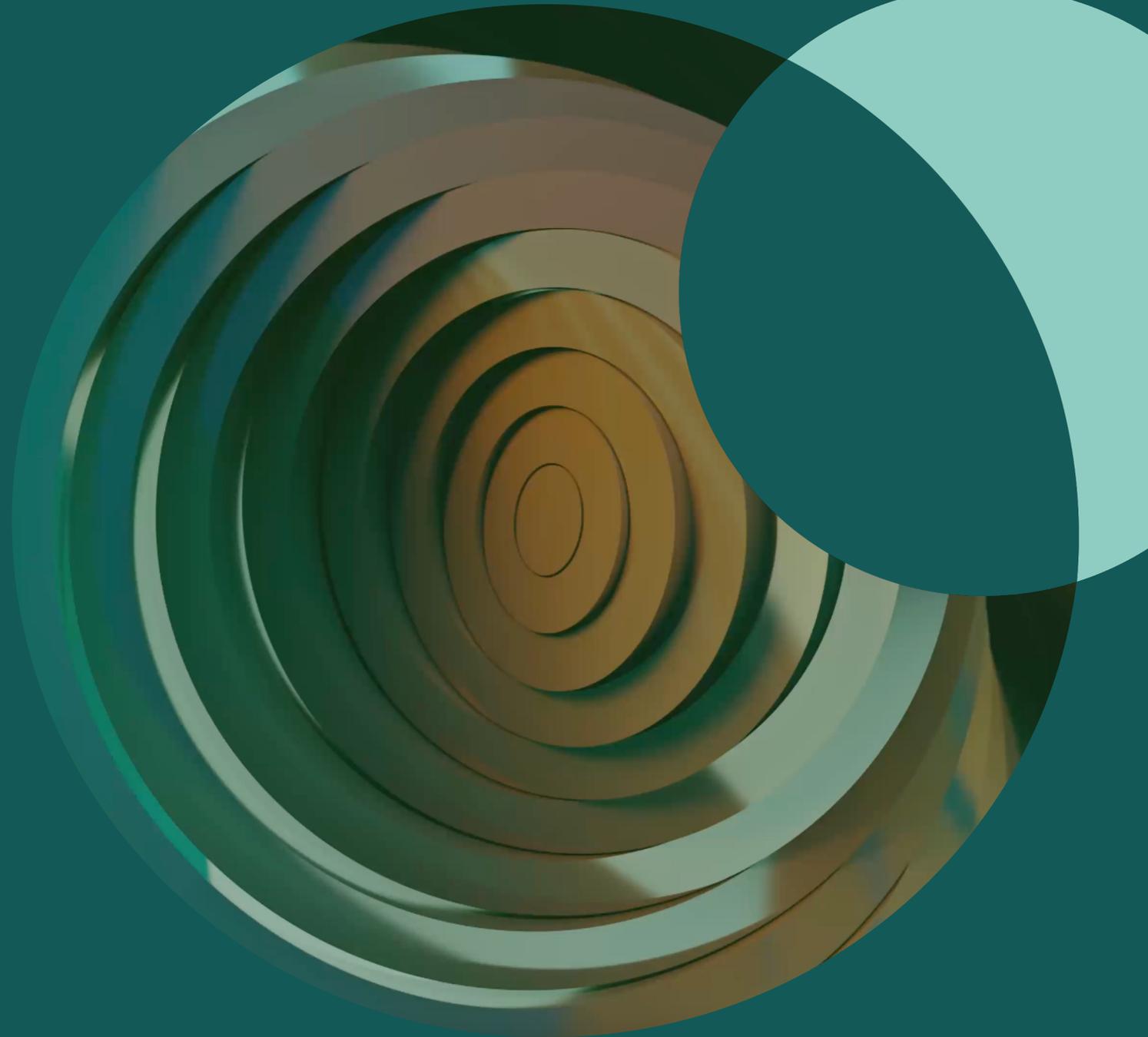
# Leserstrukturdaten

Leserstrukturdaten( laut AWA 2025 ) nach relevanten Kriterien	AWA Gesamt Ant. %	AUE Ant. %	AUE Index
<b>Geschlecht</b>			
Männer	49,2	21,5	44
Frauen	50,8	78,5	<b>155</b>
<b>Altersgruppe</b>			
14 - 19 Jahre	6,6	0,7	10
20 - 29 Jahre	13,0	13,4	<b>103</b>
30 - 39 Jahre	15,2	38,3	<b>252</b>
40 - 49 Jahre	14,1	22,2	<b>157</b>
50 Jahre und älter	51,0	25,3	50
<b>Haushaltsgröße</b>			
1 oder 2 Personen	61,4	27,9	45
3 Personen	16,3	31,1	<b>195</b>
4 Personen	15,6	32,2	<b>164</b>
5 Personen	6,7	14,7	<b>220</b>
<b>Eigene Kinder im Haushalt</b>			
Unter 1 Jahr	1,3	11,8	<b>950</b>
1 bis unter 3 Jahre	3,5	22,0	<b>626</b>
3 bis unter 6 Jahre	5,5	24,6	<b>451</b>
6 bis unter 10 Jahre	7,1	23,8	<b>335</b>
Kind(er) unter 6 Jahren gesamt	8,4	46,4	<b>550</b>
Kind(er) unter 14 Jahren gesamt	17,6	64,5	<b>366</b>

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

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

# Themenauswahl



# Themenplan

Jan

AS: 12.11.2024  
ET: 02.01.2025

- Läuse
- Fieber
- Gesunde Öle/Fette

Feb

AS: 11.12.2024  
ET: 01.02.2025

- Impfungen
- Durchfall
- Versicherungen

Mär

AS: 16.01.2025  
ET: 01.03.2025

- Allergien 
- Familienauto
- Entschleunigung

Apr

AS: 13.02.2025  
ET: 01.04.2025

- Hautpflege
- Caravaning / Camping
- Müdigkeit

Mai

AS: 14.03.2025  
ET: 02.05.2025

- Nachhaltigkeit
- Stillen
- Abnehmen nach Geburt

# Themenplan

Juni

AS: 11.04.2025  
ET: 02.06.2025

- **Nahrungsergänzung**
- **Reiseapotheke**
- **Genug trinken**

Juli

AS: 13.05.2025  
ET: 01.07.2025

- **Kinderzähne**
- **Sonnenschutz** 
- **Insektenstiche**

Aug

AS: 17.06.2025  
ET: 01.08.2025

- **Beikost**
- **Schwangerschaftstreifen**
- **Ausstattung**

Sep

AS: 16.07.2025  
ET: 01.09.2025

- **Windeldermatitis**
- **Nabelschnurblut**
- **Erkältung**

# Themenplan

Okt

AS: 18.08.2025  
ET: 01.10.2025

- Läuse
- Immunsystem
- Versicherung

Nov

AS: 16.09.2025  
ET: 03.11.2025

- Winterurlaub
- Die ersten Schuhe
- Vegane Ernährung

Dez

AS: 15.10.2025  
ET: 01.12.2025

- Ausstattung
- Neurodermitis
- Blähungen

Jan

AS: 12.11.2025  
ET: 02.01.2026

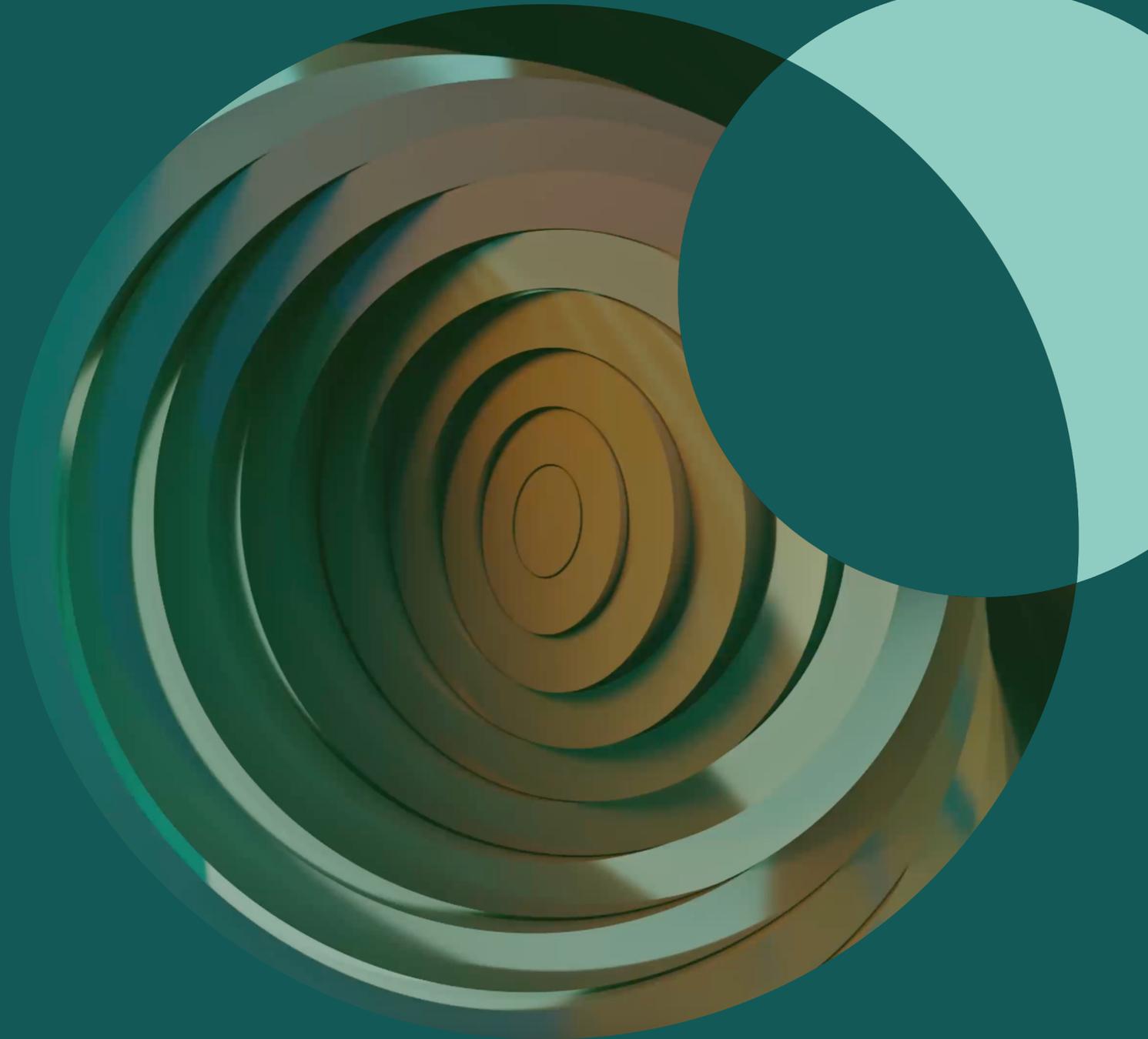
- Magen-Darm-Infekt
- Abnehmen / Fitness mit Kind
- Zahnungsschmerzen

Feb

AS: 10.12.2025  
ET: 02.02.2026

- Unverträglichkeiten
- Impfung
- Fieber

# Preise & Formate



# Preise & Formate

Preisliste 2025 (Nr. 55, gültig ab 13.02.2025), Erscheinungsweise: monatlich

Formate	Apotheken Umschau ELTERN
2/1 Seite	78.700 €
1/1 Seite	39.400 €
1/2 Seite	23.200 €
1/3 Seite	16.600 €
1/4 Seite	12.700 €
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.

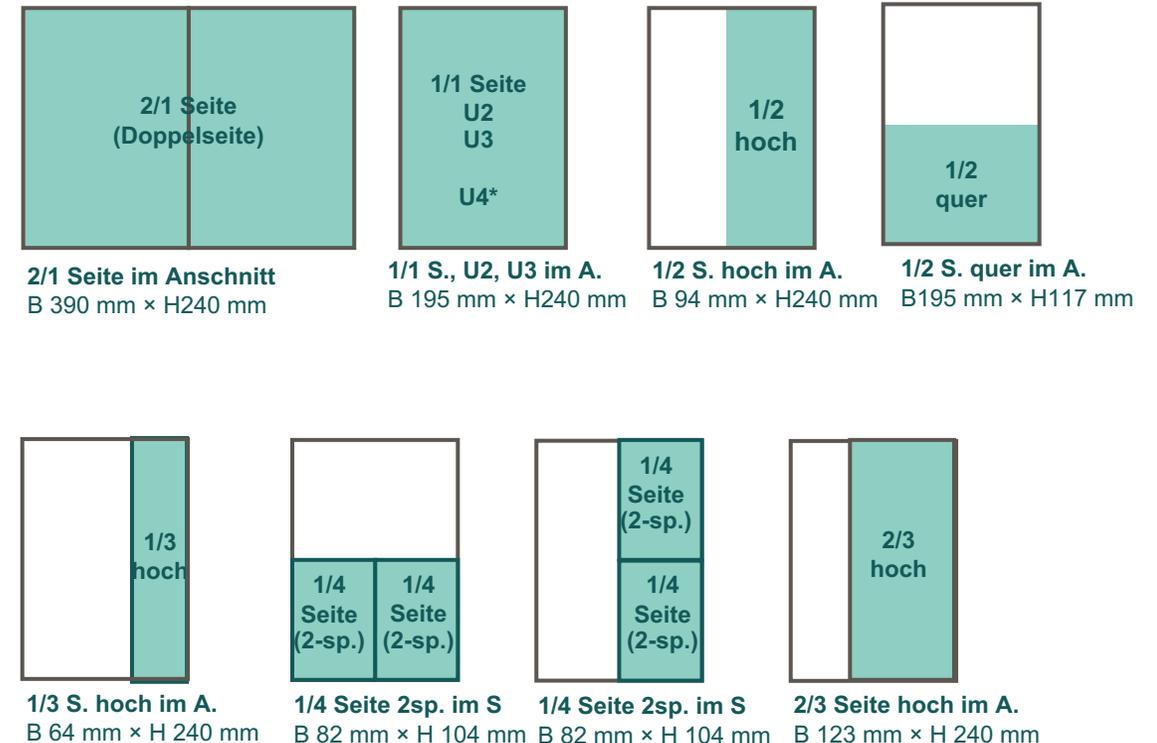
\* Nicht in der Gesamtauflage möglich. Belegbare Auflage auf Anfrage.

Für feste Platzierungswünsche werden 15 % Aufschlag berechnet.

S= Satzspiegel

A= Anschnitt

Angaben in Millimetern ( Breite × Höhe )



\* B195mm x H173mm

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

# Sonderwerbeformen

Preisliste 2025 (Nr. 55, gültig ab 13.02.2025), Erscheinungsweise: monatlich

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

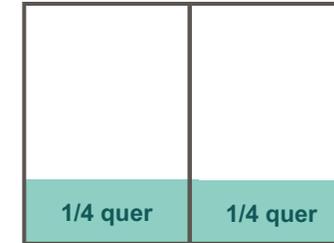
Weitere Formate, Sonderformate auf Anfrage.  
 Alle Preise zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer.  
 Die genannten Preise sind AE- und rabattfähig.  
 • Belegung in der Gesamtauflage möglich.

Für feste Platzierungswünsche werden 15 % Aufschlag berechnet.

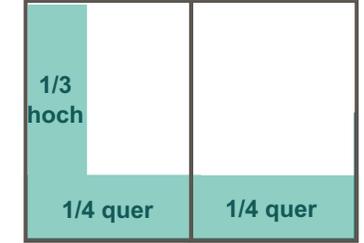
Alle Infos  
 zu unseren  
**SONDER-  
 WERBEFORMEN**  
 finden Sie  
[hier](#)



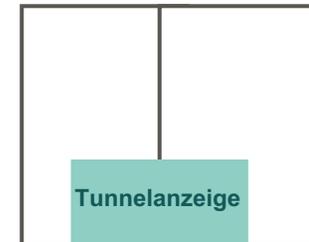
**2 x 1/3 Seite gegenüberl.**  
 1x 1/3 S.S: B 65 mm x H 240 mm  
 Anschnitt: B 71 mm x H 252 mm  
 Platzierung: auf einer Doppelseite  
 außenseitig gegenüberliegend



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



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



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



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



**Flexformanzeige** (auf Anfrage)  
 Format: B 65 mm x H 240 mm  
 Anschnitt: 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. grünes  
 Feld)

# Beilagen, Beihefter und Beikleber

## Beilagen: Spezifikation und Preise

Belegbare Auflagen	<b>Max-Auflage:</b> Neutralauflage gesamt oder Neutralauflagen nach Nielsen, <b>Min-Auflage:</b> 0,10 Mio Exemplare
Formate (Angaben in mm, BxH)	Min. 105x148 mm, max. 175x220 mm
Beilagengewicht	Minimalgewicht: 5 g, Maximalgewicht: auf Anfrage
Belegung Neutralauflage	96 € / % <sup>*</sup>
Neutralauflage Süd (Nielsen 3b, 4)	109 € / % <sup>*</sup>
Neutralauflage West (Nielsen 2, 3a)	109 € / % <sup>*</sup>
Neutralauflage Nord / Ost (Nielsen 15, 6, 7)	109 € / % <sup>*</sup>

## Beihefter: Spezifikationen und Preise

Platzierung	in der Heftmitte (Rückendrahtheftung, Fußanlage)
Format (Angaben in mm, BxH)	Min. 115x148 mm, max. 195x240mm
<b>4-seitiger Beihefter</b> (je weitere 4 Seiten plus 10 € / % <sup>*</sup> )	
Belegbare Auflagen**, <b>Mindest-Auflage:</b> 0,10 Mio. Expl., <b>max. belegbare Auflage:</b> ca. 0,46 Mio. Expl.	83 € / % <sup>*</sup>
Belegung Süd (Nielsen 3b, 4)	102 € / % <sup>*</sup>
Belegung West (Nielsen 2, 3a)	102 € / % <sup>*</sup>
Belegung Nord / Ost (Nielsen 15, 6, 7)	102 € / % <sup>*</sup>

## 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 10g in der Gesamtauflage (Gebiete Süd, West <u>und</u> Nord / Ost)	49 € / % <sup>*</sup>
bis 10g in der Teilaufgabe (Gebiete Süd, West <u>oder</u> Nord / Ost)	61 € / % <sup>*</sup>
Basis für Beikleber zzgl. zum %-Beikleberpreis	1 / 1 Seite Trägeranzeige

\* Preise bis 10 g, jede weitere 10 Gramm 10 € / %<sup>\*</sup>

\*\* Im Heftformat. Bei kleineren Formaten ist nur die Neutralauflage belegbar, die Teilgebiete Süd, West, Nord / Ost können nur komplett belegt werden.

# Technische Daten



## Druckverfahren

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

## Magazine

### Profile

Druckprofile zu unseren Magazinen finden Sie auf der Website von DUON-Portals unter [www.duon-portal.de](http://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



[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 Druck- schrift 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 Zu- stellung der für die Produktion erforderlichen Texte und Vorlagen beim Verlag. Ist kein Erscheinungstermin verein- bart, 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 mengen- mäßige 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 Wer- bungtreibenden 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 an- erkannte 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 Be- stimmungen 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 unverzüg- lich mitgeteilt.

7. Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbe- schadet 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 for- dert 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 An- forderung 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 Veröf- fentlichung 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 Auf- traggeber 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. Ge- währleistungsansprüche 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 Verlet- zung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit sowie für Schäden aufgrund mindestens leicht fahrlässiger Ver- letzung einer Pflicht, deren Erfüllung die ordnungsgemäße Durchführung des Werbeauftrags überhaupt erst ermög- licht, 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 Ver- letzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit – auf den vorhersehbaren, typischerweise eintretenden Scha- den begrenzt. Im Übrigen sind Schadensersatzansprüche gegen den Verlag unabhängig vom Rechtsgrund ausge- schlossen. 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 ver- jähren, abgesehen von Ansprüchen aus unerlaubter oder vorsätzlicher Handlung, in zwölf Monaten nach dem Zeit- punkt, 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 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 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/infosdovo>. 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 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

# Unser Team



**Ronja Böhlke**  
**Geschäftsführerin**  
r.boehlke@720health.media  
0151 152 032 58



**Karin Adam**  
**Leitung Sales**  
k.adam@720health.media  
0171 767 37 77



**Thomss Jusinski**  
**Leitung Agenturmanagement**  
t.jusinski@720health.media  
0151 649 412 97



**Laura Schürmann**  
**Konditionsmanagerin**  
l.schuermann@720health.media  
0151 538 500 37



**Hanna Scholz**  
**Key Account Managerin**  
h.scholz@720health.media  
0151 225 792 10



**Claudia Tomasini**  
**Key Account Managerin**  
c.tomasini@720health.media  
0151 538 500 32



**Kai-Simon Hofer**  
**Key Account Manager**  
k.hofer@720health.media  
0172 167 48 59



**Petra Gohlisch**  
**Senior Sales Managerin**  
p.gohlisch@720health.media  
0172 858 26 75



**Daniela Daubenberger**  
**Agenturmanagerin**  
d.daubenberger@720health.media  
0151 538 500 35



**Matthias Marcinowski**  
**Agenturmanager**  
m.marcinowski@720health.media  
0151 538 500 16

# Kontakt

720 Health Media GmbH & Co. KG  
Jessenstraße 4  
22767 Hamburg  
vt\_salesteam@720Health.Media

[www.720Health.Media](http://www.720Health.Media)