

MEDIA
DATEN 2025

DiABETES

RATGEBER

720

Health
Media

Gut leben trotz Diabetes



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

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

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

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.

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 €



Leserstrukturdaten

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

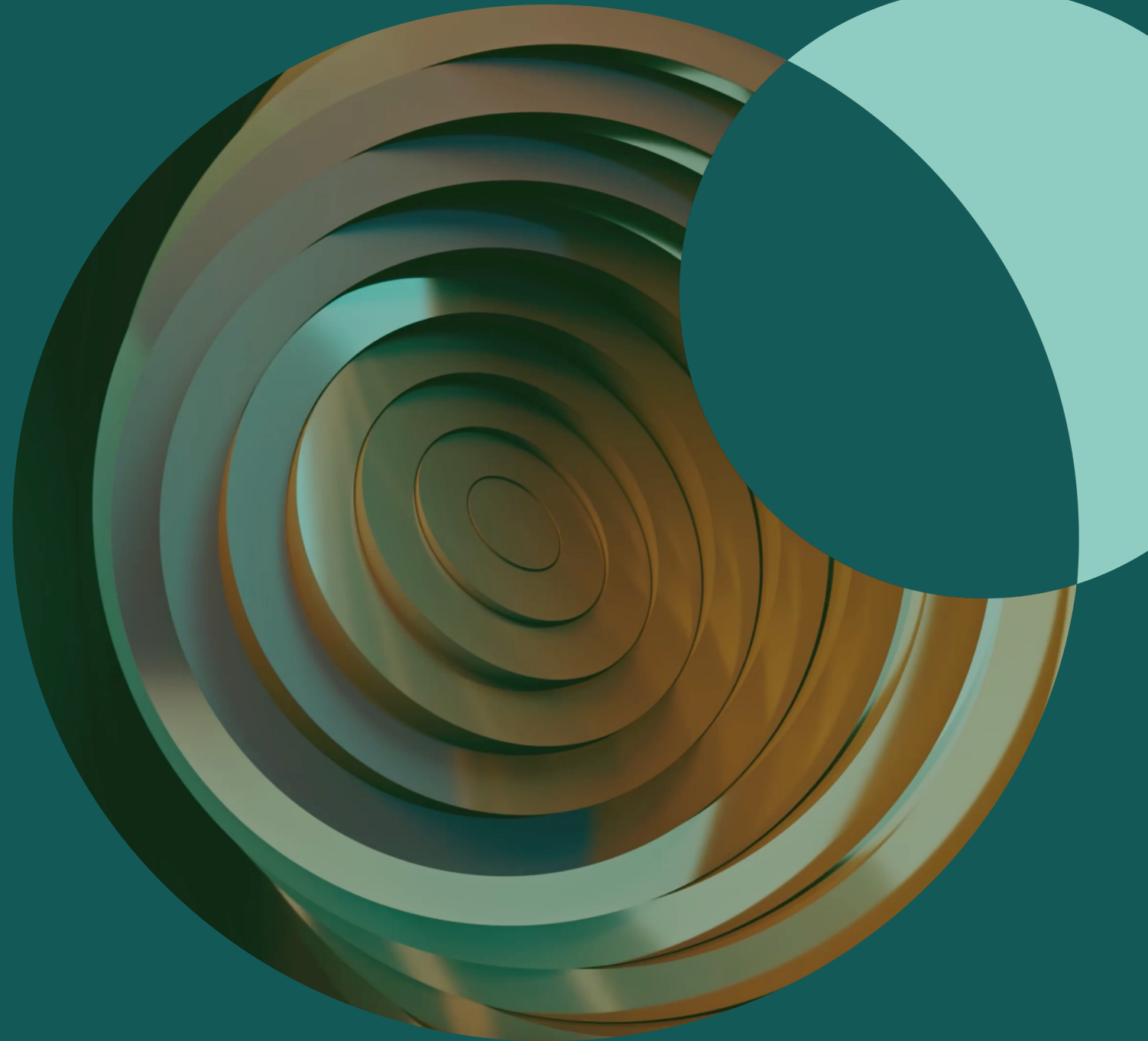
Interessenbezogene Aussagen	AWA Gesamt Ant. %	DR Ant. %	DR Index
Naturheilmittel, schonende Medikamente			
Lege großen Wert auf Naturheilmittel, schonende Medikamente	25,9	31,1	120
Kernzielgruppe			
Kernzielgruppe OTC ¹	20,9	41,5	199
Informationsinteresse: Diät, z.B. Diätvorschläge, Diätprodukte			
Interessiert 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/ Heilmitteln in 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

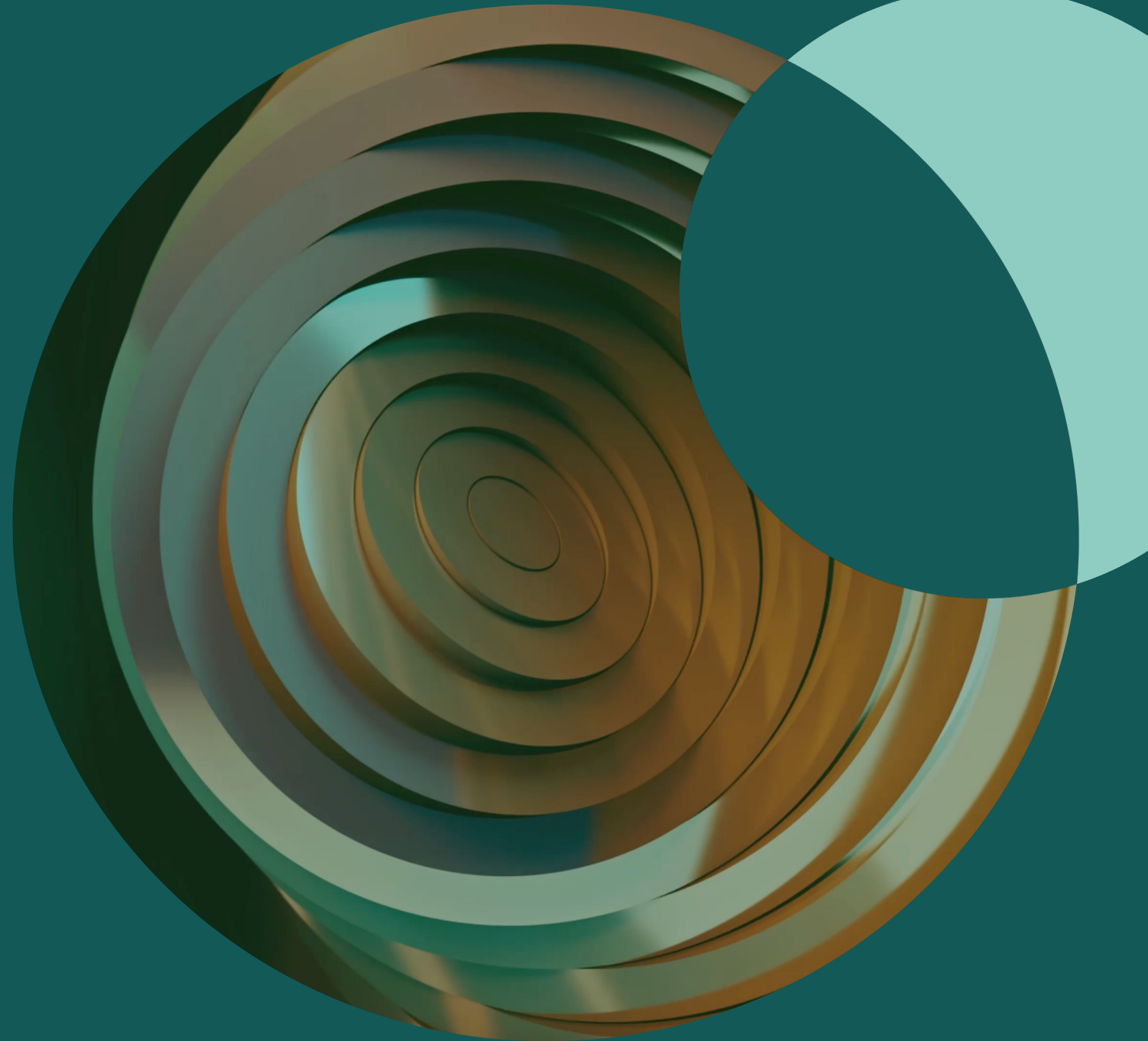
Ausgabe 02/2026

AS: 05.12.2025

ET: 02.02.2026

- Krebs
- Zahnpflege
- Gesundheitsschuhe

Formate und Preise



Preise & Formate

Preisliste 2025 (Nr. 45, gültig ab 13.02.2025), 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.

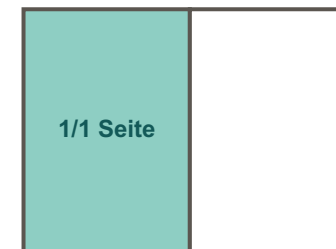
* Nicht in der Gesamtauflage möglich. Belegbare Auflage auf Anfrage.

Für feste Platzierungswünsche werden 15 % Aufschlag berechnet.

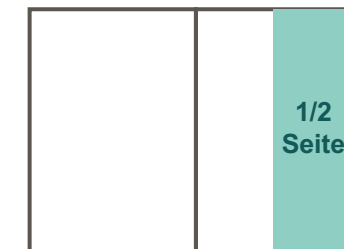
Formate



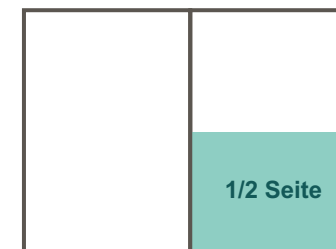
S: B 316 mm × H 186 mm
A: B 340 mm × H 225 mm



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.

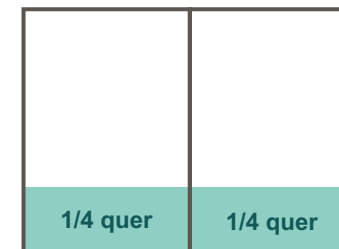
Alle Infos
zu unseren
**SONDER-
WERBEFORMEN**
finden Sie
[hier](#)

Formate



2 x 1/3 Seite gegenüberl.

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



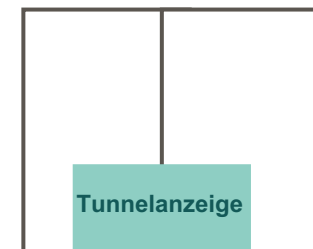
2 x 1/4 Seite gegenüberl.

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



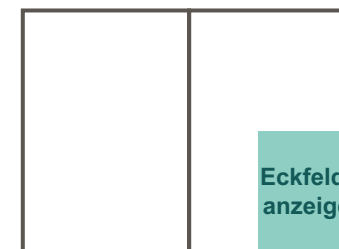
L-Anzeige

1x 1/3 S.S: B 55 mm × H 255 mm
Anschnitt: 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 Neutralauflagen nach Nielsen, Min-Auflage: 0,10 Mio Exemplare
Formate (Angaben in mm, BxH)	Min. 105x148 mm, max. 150x205 mm
Beilagen-gewicht	Minimalgewicht: 5 g, Maximalgewicht: auf Anfrage
Belegung Neutralauflage	96 € / % ^o *
Neutralauflage Süd (Nielsen 3b, 4)	109 € / % ^o *
Neutralauflage West (Nielsen 2, 3a)	109 € / % ^o *
Neutralauflage Nord / Ost (Nielsen 1,5, 6, 7)	109 € / % ^o *

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 € / % ^o)	
Belegung Gesamt	83 € / % ^o
Belegung Süd (Nielsen 3b, 4)	102 € / % ^o
Belegung West (Nielsen 2, 3a)	102 € / % ^o
Belegung Nord / Ost (Nielsen 1,5, 6, 7)	102 € / % ^o

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

* Preise bis 10 g, jede weitere 10 Gramm 10 € / %^o

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

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



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 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 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, Matrern 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 Preisreduzierung 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 Preisreduzierungsansprüche 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/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 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

