

MEDIA
DATEN 2026



Die kleine AUSZEIT vom Alltag



Sie beraten kompetent, erklären geduldig, trösten mitfühlend – die pharmazeutisch-technischen Assistentinnen und Assistenten, kurz PTA, sind das Lebenselixier einer Apotheke. Doch auch ihr Arbeitsalltag hat sich enorm verdichtet. Wir wissen: Für die Gesundheit wird es zunehmend wichtiger, kraftgebende Pausen in den Alltag zu integrieren. Diese Auszeit ist unser Magazin PTA WOMAN.

Die PTA wird in ihrer Lebenswelt – privat wie beruflich – abgeholt. Für ein paar Minuten zwischendurch oder nach Feierabend kann sie sich wegträumen, sich von den Lebensgeschichten anderer PTA inspirieren lassen oder in Genusswelten eintauchen.

Mit dem Dossier PTA WOMAN pro – dem Herzstück des Magazins – bekommt sie zusätzlich viele nützliche Anregungen für ihren beruflichen Alltag. Auf lockere Art und Weise vermittelt das Dossier Hintergrundwissen zu unterschiedlichsten Gesundheitsthemen,

gibt wertvolle Tipps für die tägliche Kundenkommunikation und informiert über Themen wie Digitalisierung im Gesundheitswesen oder Weiterbildung.

Jeden Monat trifft PTA WOMAN mit der Kombination beruflicher und privater Themen, das Herz der PTA. Das Magazin schenkt ihr oder ihm die Aufmerksamkeit und Wertschätzung, die sie oder er als PTA verdient. Dass dieses Konzept aufgeht, zeigen auch die guten Ergebnisse beim Punkt „Zufriedenheit“ aus der aktuellen Leserbefragung.

Lebensbejahend, fröhlich, fachlich kompetent: Dafür steht PTA WOMAN. Kein anderes Magazin in Deutschland vereint auf diese besondere Weise private und berufliche Interessen gleichermaßen. Mit einer monatlichen Auflage von 54.543 Exemplaren* erreichen unsere Werbepartner ca. 70.000 PTA ** in ganz Deutschland. Werden Sie Teil dieser Erfolgsgeschichte.

* Verbreitete Auflage IVW 2/2025,
** ABDA-Statistik 2015

Seiteneinblicke



Media-Facts



Monatlich verkaufte Auflage PTA WOMAN

54.543 Exemplare



Reichweite PTA WOMAN

ca. 70.000 weibliche PTA



Lesernutzen

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



Lesernutzen

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



Lesernutzen

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



Redaktionelles Profil

PTA Woman ist ein monatlich erscheinendes Fachmagazin speziell für die Pharmazeutisch-Technische Assistentin in der Apotheke.

PTA Woman trifft mit seinem einzigartigen redaktionellen Konzept der Kombination beruflicher und privater Themen das Herz der PTA.

PTA Woman unterstützt die PTA in ihrer täglichen Arbeit und Kommunikation mit Patienten und Apothekenkunden.

PTA Woman holt die PTA in ihrer Lebenswelt ab, schafft eine Wohlfühl-Atmosphäre und schenkt ihr die Aufmerksamkeit, die sie als PTA verdient. Mit PTA Woman fühlt sie sich beruflich wie privat verstanden und wertgeschätzt.

PTA Woman widmet sich Sorgen und Ängsten, schenkt Selbstvertrauen – und zeigt zugleich, wie wichtig der Beruf und die tagtägliche Leistung der PTA ist.

Und nicht nur die Arbeit und Weiterbildung der PTA stehen hierbei im Fokus – sondern auch ihr Leben im privaten Alltag.



PTA Woman PRO

Das besondere Herzstück in PTA WOMAN ist das Dossier „PTA Woman PRO“

Dieses 20-seitige Dossier als Heft im Heft liefert für jede PTA Woman-Ausgabe fundiertes Wissen für die tägliche Arbeit und praxisorientierte Weiterbildung.

Die PTA erhält einen tiefgreifenden Einblick in verschiedene Gesundheitsthemen, um ein umfassendes Verständnis zu fördern.



Redaktionelle Säulen



Meine Träume



Mein Leben



Mein Genuss

Mein Beruf



PTA Woman PRO



PTA Woman ACADEMY

Mit dem „PTA Woman ACADEMY“ bieten wir der pharmazeutischen Industrie ein Forum zur PTA-gerechten Kommunikation von Studien, neusten wissenschaftlichen Erkenntnissen und Produkt-Vorteilen. Auf **zwei** oder **vier** Seiten im Ressort „Mein Beruf“ bereitet die PTA WOMAN-Redaktion die Inhalte zielgruppengerecht auf. ¹

Gestaltungsbeispiel
Doppelseite

- 1 Umsetzung im redaktionellen Look & Feel
- 2 Platzierung im Ressort „Mein Beruf“
- 3 Redaktionelle Kompetenz und Qualität
- 4 Inkl. Ihrer Produkt-Anzeige
- 5 Fortdrucke für den Apothekenaußendienst auf Wunsch ²

Angebotspreise:
2 Seiten

14.600 € * zzgl. 2.060 € Gestaltungskosten **

4 Seiten

24.400 € * zzgl. 2.600 € Gestaltungskosten **



¹ Die Umsetzung wird mit „Anzeige“ gekennzeichnet. ² Fortdruckkosten auf Anfrage.

* Preis ist 10% AE-fähig, aber weder rabattfähig noch rabattbildend

** Weder AE- noch rabattfähig.

Es gilt Indikationsexklusivität für und zwischen PTA Woman Academy, Medikamenten-Portrait und Beratungsgespräch. Anzeigenschluss und Anlieferung von Bild- und Textmaterial bereits 4 Wochen vor dem offiziellen Anzeigenschluss.

PTA Woman Medikamenten-Portrait

Im „PTA WOMAN Medikamenten-Portrait“ sind die wichtigsten Informationen zu unterschiedlichsten Medikamenten wie Wirkstoffe, Anwendungsgebiete, Wirkungsweise, Produktvorteile, Nebenwirkungen uvm. kompakt zusammengefasst.

Auf 2 Seiten bereitet die PTA WOMAN-Redaktion die Inhalte zielgruppengerecht auf, so dass die Informationen sofort für das Verkaufs-gespräch genutzt werden können. Die Umsetzung wird mit „Anzeige“ gekennzeichnet.

Vorteile:

- Umsetzung im redaktionellen Look & Feel
- Redaktionelle Kompetenz und Qualität
- Vertrauen in die Marke PTA WOMAN

Angebotspreise:

Zweiseiter (Vorder- & Rückseite) oder Doppelseite:

14.600 € * zzgl. 2.060 € ** Gestaltungskosten

* Preis ist 10% AE-fähig, aber weder rabattfähig noch rabattbildend

** Weder AE- noch rabattfähig.

Es gilt Indikationsexklusivität für und zwischen PTA Woman Academy, Medikamenten-Portrait und Beratungsgespräch. Anzeigenschluss und Anlieferung von Bild- und Textmaterial bereits 4 Wochen vor dem offiziellen Anzeigenschluss.

Bsp. Zweiseiter (Vorder- & Rückseite)



Gestaltungsbeispiel Doppelseite

- 1 Umsetzung im redaktionellen Look & Feel
- 2 Redaktionelle Kompetenz und Qualität
- 3 Vertrauen in die Marke PTA WOMAN

Vorteile durch die Warenprobe:

Das Vertrauen in die Marke und der damit verbunden Empfehlung wird gefestigt. Bruttopreise bei einer Gesamtauflage von 55.000 Expl.:

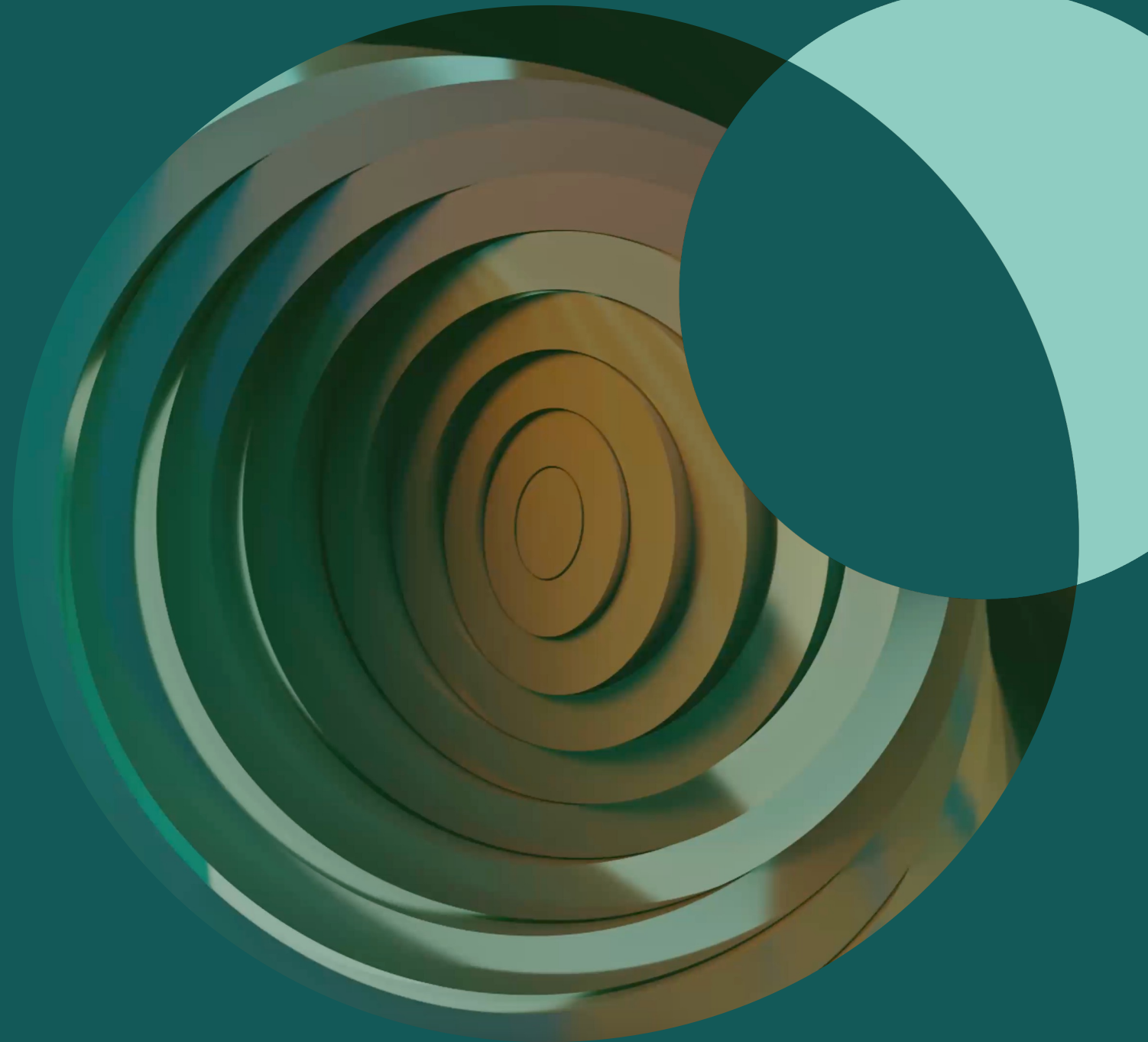
Beratungsgespräch 2/1 Seite + Warenprobe:

Es gilt Indikationsexklusivität für und zwischen PTA Woman Academy, Medikamenten-Portrait und Beratungsgespräch. Anzeigenschluss und Anlieferung von Bild- und Textmaterial bereits 4 Wochen vor dem offiziellen Anzeigenschluss.

zzgl. 2.060 € Gestaltungskosten **

Unverbindliches Gestaltungsbeispiel

Themenauswahl



Themenplan

Jan

Doppelausgabe
mit der Dezember-Ausgabe

s. Mediadaten 2025

Feb

AS: 03.12.2025
ET: 30.01.2026

- Hautpflege für Männer
- Gesund Ernährung
- Gesunder Schlaf
- Männergesundheit (Pro)
- Nervensystem und chronischer Schmerz (Pro)

Mär

AS: 30.12.2025
ET: 27.02.2026

- Allergiefrei wohnen
- Menstruationsbeschwerden und PMS
- Haare, Haarausfall
- Atemwege (Pro)
- Gürtelrose (Pro)

Apr

AS: 03.02.2026
ET: 31.03.2026

- Abnehmen: Ernährung und Bewegung
- Schüssler Salze
- Narbenbehandlung, Tattoos
- Abnehmen (Pro)
- Mund- und Zahngesundheit (Pro)

Mai

AS: 04.03.2026
ET: 30.04.2026

- Augen-Make Up und Pflege bei Kontaktlinsen
- Harnwegsinfektionen
- Fußpflege
- Augeninfektionen (Pro)
- Herz, Blutdruck (Pro)

Themenplan

Juni

AS: 30.03.2026
ET: 29.05.2026

- Nur kein Stress! So gelingt der Urlaub mit Pubertieren
- Jod, Jodmangel
- Schöne Beine ●
- Teenager (Pro)
- Gelenk- und Muskelschmerzen (Pro)

Juli

AS: 30.04.2026
ET: 30.06.2026

- Sonnenschutz ●
- Hitzeschutz ●
- Wadenkrämpfe
- Reisemedizin (Pro) ●
- Thrombosen (Pro) ●

Aug

AS: 08.06.2026
ET: 31.07.2026

- Probiotika
- Sommergrippe
- Anthroposophische Medizin
- Darmgesundheit (Pro) ●
- Insektenstiche (Pro)

Sep

AS: 07.07.2026
ET: 31.08.2026

- Pflege Familienangehöriger
- Langes Stehen, Venenprobleme
- Zähne pflegen ●
- Senioren (Pro)
- Kopfläuse (Pro)

Themenplan

Okt

AS: 06.08.2026
ET: 30.09.2026

- Homöopathie
- Verstopfungen vorbeugen
- Babyhaut pflegen
- Eltern werden (Pro)
- Kopfschmerz, Migräne (Pro)

Nov

AS: 07.09.2026
ET: 30.10.2026

- Umgang mit Alzheimer, Demenz in der Familie
- Psoriasis
- Hausapotheke
- Gehirn, Gedächtnis (Pro)
- Magen, Übelkeit (Pro)

Dez

AS: 06.10.2026
ET: 30.11.2026

- Immunsystem stärken
- Tees und Pflanzensäfte aus der Apotheke
- Gutes Hören
- Erkältung (Pro)
- Stress lass nach! Tipps für Weihnachtszeit (Pro)

Jan

AS: 03.11.2026
ET: 30.12.2027

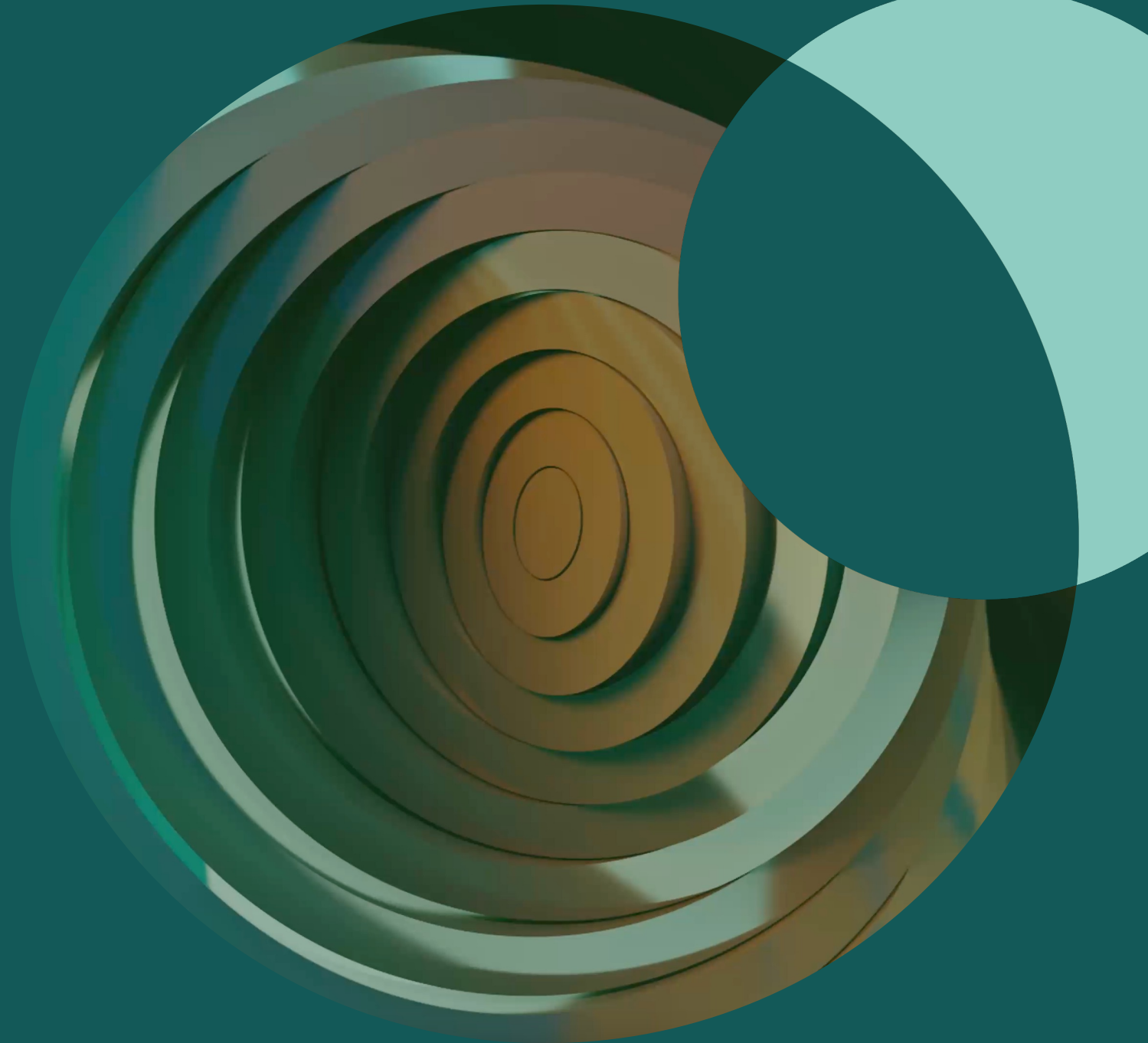
- Gesunde Ernährung im Winter, Nahrungsergänzungsmittel
- Bewegung im Winter
- Sodbrennen
- Antiphlogsitika, Antirheumatika OTC (Pro)
- Rauchstopp (Pro)

Feb

AS: 06.12.2026
ET: 30.01.2027

- Schönheit von Innen (Nahrungsergänzungsmittel für Haut und Haare)
- Tiermedizin
- Schminken, Schminktipp
- Vitamine, Mineralstoffe, Spurenelemente (Pro)
- Herpes, Viren (Pro)

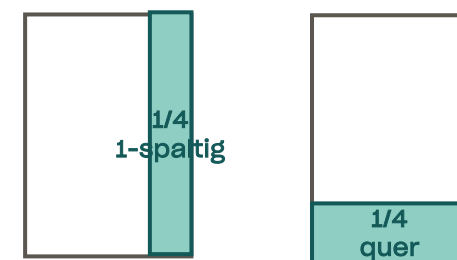
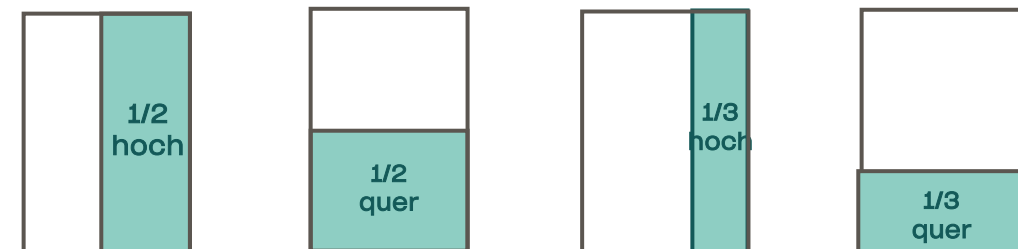
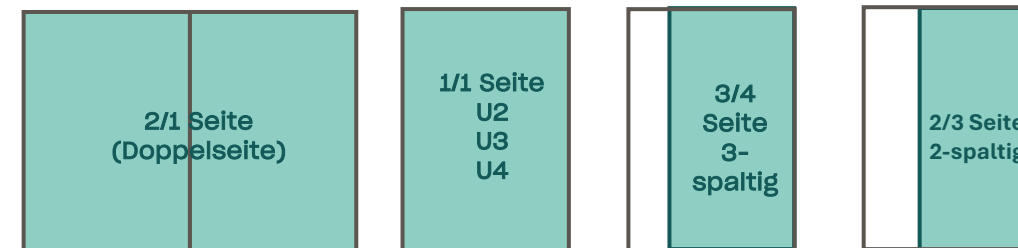
Preise und Formate



Preise & Formate

Preisliste 2026 (Nr.5, gültig bis 13.02.2026), Erscheinungsweise: monatlich

Formate	Satzspiegel	im Anschnitt	PTA Woman
U2/U4	196 x 261	210 x 280	9.900 €
U3	196 x 261	210 x 280	8.800 €
1/1 Seite	196 x 261	210 x 280	8.800 €
3/4 Seite 3-spaltig	146 x 261	153 x 280	6.900 €
2/3 Seite 2-spaltig	129 x 261	136 x 280	6.650 €
1/2 Seite hoch	96 x 261	103 x 280	5.100 €
1/2 Seite quer	196 x 129	210 x 139	5.100 €
1/3 Seite hoch	63 x 261	70 x 280	3.600 €
1/3 Seite quer	196 x 84	210 x 94	3.600 €
1/4 Seite 1-spaltig	46 x 261	53 x 280	2.750 €
1/4 Seite quer	196 x 63	210 x 73	2.750 €
2/1 Seite (Doppelseite)	406 x 261	420 x 280	15.800 €



Alle Infos zu unseren SONDERWERBEFORMEN finden Sie [hier](#)

Weitere Formate, Sonderformate auf Anfrage.
Alle Preise zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer.
Die genannten Preise sind 10% AE- und rabattfähig.

Preise & Formate

Preisliste 2025 (Nr.5, gültig ab 13.02.2025), Erscheinungsweise: monatlich

Mengenstaffel	Rabatt	Malstaffel	Rabatt
1 Seite	3 %	3 Anzeigen	3 %
3 Seiten	5 %	6 Anzeigen	5 %
6 Seiten	10 %	12 Anzeigen	10 %
12 Seiten	15 %	18 Anzeigen	15 %
18 Seiten	20 %	26 Anzeigen	20 %
24 Seiten	25 %	38 Anzeigen	25 %
30 Seiten	30 %	52 Anzeigen	30 %
36 Seiten	35 %		

Weitere Formate, Sonderformate auf Anfrage.
Alle Preise zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer.
Die genannten Preise sind 10% AE- und rabattfähig.

Sonderwerbeformen

Beilagen	Gesamtauflage
bis 20g *	180 € / % Exemplare

Beilagen	Gesamtauflage
4 Seiten	280 € / % Exemplare
8 Seiten	390 € / % Exemplare

Beilagen	Gesamtauflage
Postkarten / Coupons	120 € / % Exemplare
Warenproben bis 20g	120 € / % Exemplare

Mindestauflage: Gesamtauflage. Alle Preise zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer. Die genannten Preise sind 10% AE- und rabattfähig. Sonderwerbeformen wie z.B. Beilagen, Beihefter, Beikleber, Stellenanzeigen auf Anfrage.

* Beilagen mit höherem Gewicht auf Anfrage

PTA Woman ACADEMY	Gesamtauflage
2 Seiten	14.600 € * + 2.060 € Gestaltungskosten **
4 Seiten	24.400 € * + 2.060 € Gestaltungskosten **

PTA Woman ACADEMY	Gesamtauflage
Zweierseite (Vorder- und Rückseite)	14.600 € * + 2.060 € Gestaltungskosten **
Doppelseite	14.600 € * + 2.060 € Gestaltungskosten **

PTA Woman ACADEMY	Gesamtauflage
1/1 Seite	8.800 € * + 1.150 € Gestaltungskosten **
2/1 Seite	14.600 € * + 2.060 € Gestaltungskosten **

* Preis ist 10% AE-fähig, aber weder rabattfähig noch rabattbildend

** Weder AE- noch rabattfähig. Anzeigenschluss und Anlieferung von Bild- und Textmaterial bereits 4 Wochen vor offiziellen Anzeigenschluss

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.



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 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 Heftstruktur eine Umplatzierung der Anzeige erforderlich macht.

27. Bei Buchungen der Kombinationen können nur Anzeigen aufgenommen werden, die in Erscheinungsmonat, Format, Farbbarkeit, 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

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

