

MEDIA
DATEN 2026

APOTHEKEN
Umschau

720

Health
Media

Die Apotheken Umschau: Weil Gesundheit alle angeht



Was ist der Schlüssel für ein gesundes, langes Leben? Was kann man selbst tun, um fit zu bleiben? Wie gehe ich mit einer bereits bestehenden Erkrankung um? Das Thema Gesundheit hat einen hohen Stellenwert für alle. Das Lebensgefühl unserer Zeit ist geprägt vom Wunsch nach seelischem und körperlichem Wohlbefinden.

Die *Apotheken Umschau* bietet ihren Lesern und Usern fundierte, leicht verständliche Informationen zu allen wichtigen medizinischen Fragen ebenso wie zu Prävention, Achtsamkeit und jüngsten Entwicklungen in der Forschung. Und erweist sich mit hochqualitativem Gesundheitsjournalismus als verlässlicher und vertrauenswürdiger Partner – für die Bevölkerung, die Apotheke vor Ort und die Anzeigenkundinnen und Anzeigenkunden.

Die *Apotheken Umschau* präsentiert sich in frischem zeitgemäßem Design mit cross-medialer Verlängerung der Inhalte ins Digitale und starker Orientierung an den Bedürfnissen der Leserinnen und Leser.

Sie ist längst eine medial breit aufgestellte Marke: Ihr Online-Auftritt [apotheken-umschau.de](https://www.apotheken-umschau.de) zählt zu den meistbesuchten Gesundheitsplattformen und bietet täglich neue Gesundheitsthemen. Ihre Plattform [gesundheit-hoeren.de](https://www.gesundheit-hoeren.de) bietet Podcasts zu unterschiedlichsten Fragestellungen – von Medizinhistorie über Diabetes bis hin zu tagesaktueller Berichterstattung für Health Professionals.

Unser Anspruch ist es, alle Bevölkerungsschichten kanalübergreifend mit verständlichen Gesundheitsinformationen zu ermächtigen, für die eigene Gesundheit zu sorgen. Millionen von Menschen vertrauen dazu auf die Marke *Apotheken Umschau* und ihr Qualitätsversprechen.

Ferien mit Haustier

Urlaub mit den kuscheligen
Haarballen des Jahres für
Hand und Katzé streifen und
ergötzen verlohnt

Mitnehmen oder zu Hause lassen?

Die Frage stellt sich bei der Planung des nächsten Sommerausflugs mit dem Tier. Ist es besser, das Haustier mitzunehmen oder zu Hause zu lassen? Die Entscheidung hängt von vielen Faktoren ab. Wenn das Tier mitgenommen werden soll, muss es an den Urlaub gewöhnt sein. Wenn es zu Hause bleibt, muss es an die Einsamkeit gewöhnt sein. Die Entscheidung sollte auf Basis der Bedürfnisse des Tieres und der eigenen Möglichkeiten getroffen werden.

Wurde man auch schon, wenn das Haustier mit der Partie ist?

Die ersten Gedanken bei der Planung eines Urlaubs mit dem Tier sind oft: Wo soll das Tier mitkommen? Wie soll es transportiert werden? Wie soll es untergebracht werden? Diese Fragen sind wichtig, um sicherzustellen, dass das Tier während des Urlaubs glücklich und gesund ist. Es ist wichtig, dass das Tier an den Urlaub gewöhnt ist und dass es an die Einsamkeit gewöhnt ist.

Die ersten Gedanken bei der Planung eines Urlaubs mit dem Tier sind oft: Wo soll das Tier mitkommen? Wie soll es transportiert werden? Wie soll es untergebracht werden? Diese Fragen sind wichtig, um sicherzustellen, dass das Tier während des Urlaubs glücklich und gesund ist. Es ist wichtig, dass das Tier an den Urlaub gewöhnt ist und dass es an die Einsamkeit gewöhnt ist.

Und wenn das Tier überhaupt nicht mit?

Falsch ist es, sein Haustier unterwegs zu lassen, sollte es unbedingt auch während der Abwesenheit des Halters geschützt werden. Wenn das Tier nicht mitgenommen werden kann, sollte es zu Hause bleiben. Wenn das Tier mitgenommen werden soll, muss es an den Urlaub gewöhnt sein. Wenn es zu Hause bleibt, muss es an die Einsamkeit gewöhnt sein.

Was ist sonst noch wichtig?

Die Sommerhitze, die heiß ist, ist ein Problem für alle Tiere. Wenn das Tier mitgenommen werden soll, muss es an die Hitze gewöhnt sein. Wenn es zu Hause bleibt, muss es an die Hitze gewöhnt sein. Es ist wichtig, dass das Tier während des Urlaubs glücklich und gesund ist.

Wenn das Tier mitgenommen werden soll, muss es an den Urlaub gewöhnt sein. Wenn es zu Hause bleibt, muss es an die Einsamkeit gewöhnt sein. Es ist wichtig, dass das Tier während des Urlaubs glücklich und gesund ist.

Wie finde ich gute Tierisier oder gute Tierpensier?

Die Suche nach einer guten Tierisier oder Tierpensier ist eine Aufgabe, die viele Menschen haben. Es ist wichtig, dass das Tier während des Urlaubs glücklich und gesund ist. Es ist wichtig, dass das Tier an den Urlaub gewöhnt ist und dass es an die Einsamkeit gewöhnt ist.

Die Suche nach einer guten Tierisier oder Tierpensier ist eine Aufgabe, die viele Menschen haben. Es ist wichtig, dass das Tier während des Urlaubs glücklich und gesund ist. Es ist wichtig, dass das Tier an den Urlaub gewöhnt ist und dass es an die Einsamkeit gewöhnt ist.

Die Suche nach einer guten Tierisier oder Tierpensier ist eine Aufgabe, die viele Menschen haben. Es ist wichtig, dass das Tier während des Urlaubs glücklich und gesund ist. Es ist wichtig, dass das Tier an den Urlaub gewöhnt ist und dass es an die Einsamkeit gewöhnt ist.

Die Suche nach einer guten Tierisier oder Tierpensier ist eine Aufgabe, die viele Menschen haben. Es ist wichtig, dass das Tier während des Urlaubs glücklich und gesund ist. Es ist wichtig, dass das Tier an den Urlaub gewöhnt ist und dass es an die Einsamkeit gewöhnt ist.

Fachliche Beratung: Dr. Andrea Dierker
Dierker Tierärztin, Dierker Tierklinik, Dierker Tierklinik

Werbung
Dierker Tierklinik
Dierker Tierklinik

Gesund essen

Wichtig:
 • 1 Liter Wasser
 • 1 Apfel
 • 1 Glas
 • 1 Glas
 • 1 Glas
 • 1 Glas

Bitter bringt's

Gemüse: Cholester, Radikaler, Bitterkeit und Co. bringt Ihnen Gesundheit. Die Welt wird nicht ohne Bitterkeit, die genau das Geschmackswort des Speises, haben positive Effekte auf die Gesundheit.

5 GUT ZU WISSEN

Fünf gute Gründe, mehr bitteres Gemüse und Obst zu essen

1.

Zugewandtheit, in denen Bitterkeit, Radikaler, Bitterkeit und Co. bringt Ihnen Gesundheit. Die Welt wird nicht ohne Bitterkeit, die genau das Geschmackswort des Speises, haben positive Effekte auf die Gesundheit.

2.

Zugewandtheit, in denen Bitterkeit, Radikaler, Bitterkeit und Co. bringt Ihnen Gesundheit. Die Welt wird nicht ohne Bitterkeit, die genau das Geschmackswort des Speises, haben positive Effekte auf die Gesundheit.

3.

Zugewandtheit, in denen Bitterkeit, Radikaler, Bitterkeit und Co. bringt Ihnen Gesundheit. Die Welt wird nicht ohne Bitterkeit, die genau das Geschmackswort des Speises, haben positive Effekte auf die Gesundheit.

4.

Zugewandtheit, in denen Bitterkeit, Radikaler, Bitterkeit und Co. bringt Ihnen Gesundheit. Die Welt wird nicht ohne Bitterkeit, die genau das Geschmackswort des Speises, haben positive Effekte auf die Gesundheit.

5.

Zugewandtheit, in denen Bitterkeit, Radikaler, Bitterkeit und Co. bringt Ihnen Gesundheit. Die Welt wird nicht ohne Bitterkeit, die genau das Geschmackswort des Speises, haben positive Effekte auf die Gesundheit.

5 GUT ZU WISSEN

5 GUT ZU WISSEN

5 GUT ZU WISSEN

5 GUT ZU WISSEN

5 GUT ZU WISSEN

5 GUT ZU WISSEN

5 GUT ZU WISSEN

5 GUT ZU WISSEN

5 GUT ZU WISSEN

5 GUT ZU WISSEN

5 GUT ZU WISSEN

5 GUT ZU WISSEN

5 GUT ZU WISSEN

5 GUT ZU WISSEN

5 GUT ZU WISSEN

5 GUT ZU WISSEN

5 GUT ZU WISSEN

5 GUT ZU WISSEN

5 GUT ZU WISSEN

5 GUT ZU WISSEN

5 GUT ZU WISSEN

5 GUT ZU WISSEN

5 GUT ZU WISSEN

5 GUT ZU WISSEN

5 GUT ZU WISSEN

5 GUT ZU WISSEN

5 GUT ZU WISSEN

5 GUT ZU WISSEN

5 GUT ZU WISSEN

5 GUT ZU WISSEN

5 GUT ZU WISSEN

5 GUT ZU WISSEN

5 GUT ZU WISSEN

5 GUT ZU WISSEN

5 GUT ZU WISSEN

5 GUT ZU WISSEN

5 GUT ZU WISSEN

5 GUT ZU WISSEN

5 GUT ZU WISSEN

5 GUT ZU WISSEN

5 GUT ZU WISSEN

5 GUT ZU WISSEN

5 GUT ZU WISSEN

5 GUT ZU WISSEN

5 GUT ZU WISSEN

5 GUT ZU WISSEN

5 GUT ZU WISSEN

5 GUT ZU WISSEN

5 GUT ZU WISSEN

5 GUT ZU WISSEN

5 GUT ZU WISSEN

5 GUT ZU WISSEN

5 GUT ZU WISSEN

5 GUT ZU WISSEN

5 GUT ZU WISSEN

5 GUT ZU WISSEN

5 GUT ZU WISSEN

5 GUT ZU WISSEN

5 GUT ZU WISSEN

5 GUT ZU WISSEN

5 GUT ZU WISSEN

5 GUT ZU WISSEN

5 GUT ZU WISSEN

5 GUT ZU WISSEN

5 GUT ZU WISSEN

5 GUT ZU WISSEN

5 GUT ZU WISSEN

5 GUT ZU WISSEN

Media-Facts



Monatlich verkaufte Auflage Apotheken Umschau-Kombi A+B

5.085.841 Exemplare



Reichweite Apotheken Umschau-Kombi A+B

**15,02 Mio. Leserinnen und Leser
pro Monat**



Durchschnittliche Lesedauer pro Ausgabe

1 Stunde 30 Minuten



Heftnutzung

**Durchschnittlich 3,4 Mal wird jede
Ausgabe in die Hand genommen.**



TAP Apotheken Umschau-Kombi A+B

37,67 €



Leserstrukturdaten

Leserstrukturdaten nach relevanten Kriterien	AWA Gesamt Ant. %	AU Ant. %	AU Index
Geschlecht			
Männer	49,2	32,2	65
Frauen	50,8	67,8	133
Altersgruppe			
40 – 49 Jahre	14,1	9,1	64
50 – 59 Jahre	17,0	17,0	100
60 – 69 Jahre	16,0	22,0	138
70 Jahre und älter	18,0	39,7	221
Aussagen zur eigenen Person			
Sehr breites oder breites Interessenspektrum ¹	33,2	36,4	110
Sehr breiter oder breiter Expertenhorizont ²	26,2	31,5	120
Umfassend Printaffine ³	27,9	54,8	196
Lege großen Wert auf Naturheilmittel, schonende Medikamente	25,9	30,2	117
Aussagen zur eigenen Gesundheit			
Leute, die sehr auf ihre Gesundheit achten (Gesundheitsbewusste)	28,2	40,3	143
Leute, die Probleme mit ihrem (zu hohen) Gewicht haben	15,9	21,9	137

Potential: 71,00 Mio. – Apotheken Umschau A+B 15,02 Mio. Leser = 21,2% Reichweite

¹ Min 9 von 31 Interessendimensionen

² Min 7 von 31 Themengebieten mit besonderer Expertise

³ im WLK von 4 oder mehr Zeitschriften und min ziemlich/regelmäßige Leser von Tageszeitungen

Leserstrukturdaten nach relevanten Kriterien	AWA Gesamt Ant. %	AU Ant. %	AU Index
Informationsinteresse:			
„Interessiert und gebe öfter Ratschläge, Tipps und gelte da als Experte“			
Medizinische Fragen	18,2	30,2	165
Haut- und Körperpflege	8,5	11,3	132
Diät, z.B. Diätvorschläge, Diätprodukte	5,1	8,0	157
Haarpflege, Frisuren	9,3	10,9	117
Urlaub und Reisen	29,7	34,3	116
Private Altersvorsorge, finanzielle Absicherung für die Zukunft	6,2	7,0	114
Versicherungen, finanzielle Absicherung gegen Unglücksfälle	6,2	6,3	103
Gartenpflege, Gartengestaltung	17,8	26,6	149
Wohnen und Einrichten	15,2	20,2	132
Tiere, Haustiere	14,2	15,8	112
Sonder- und Kernzielgruppen			
Kernzielgruppe OTC ⁴	20,9	34,7	199
Kernzielgruppe Pflegende Kosmetik für Frauen ⁵	12,7	18,5	146
WOOPIES (Well off older people) ⁶	9,1	15,3	168
Persönlichkeitsstarke Multiplikatoren ⁷	25,2	28,2	112

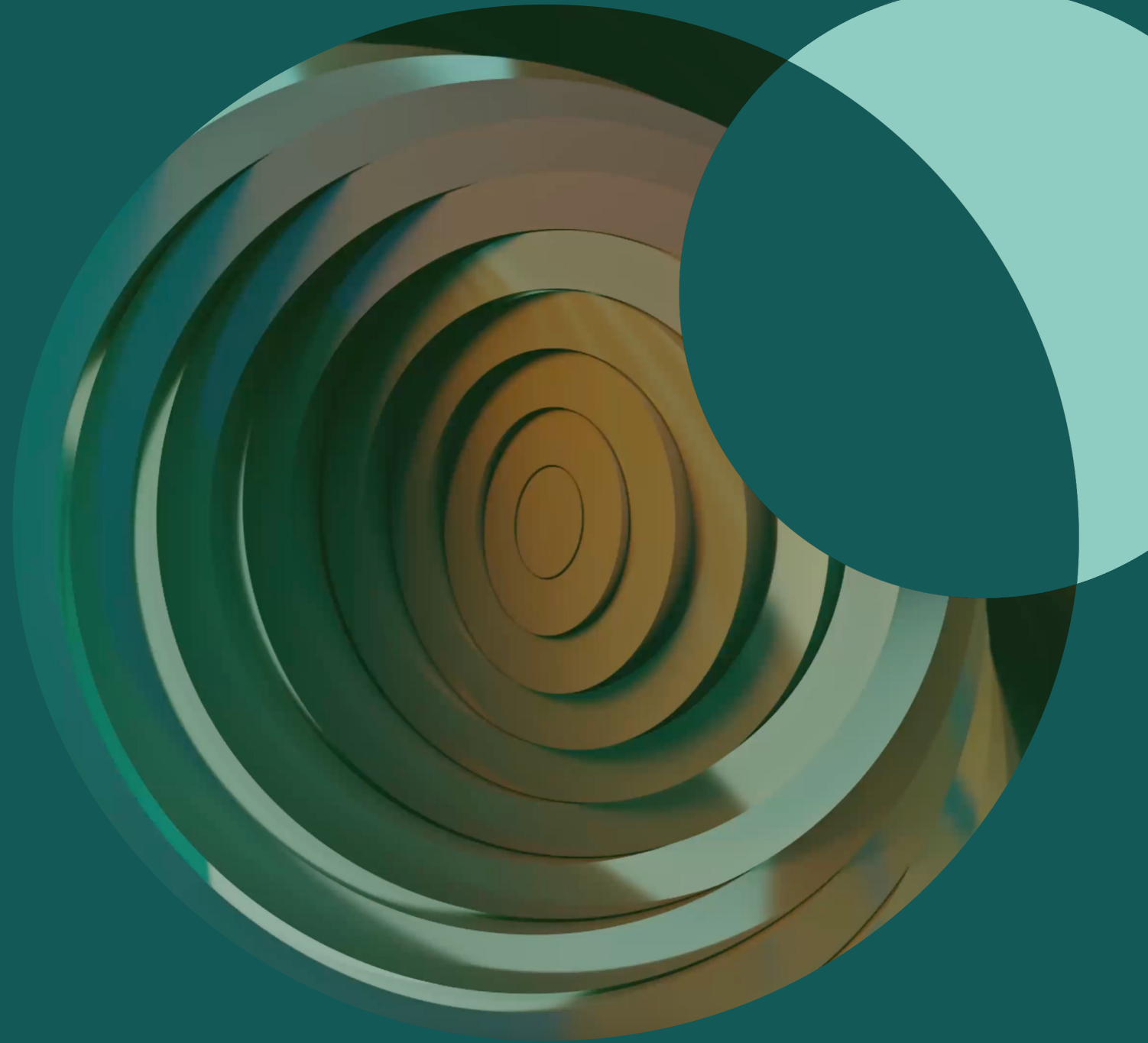
⁴ Konsumentenkreis von Personen, die mindestens 5 von 24 rezeptfreien Medikamenten/Heilmitteln in den letzten 3 Monaten persönlich gebraucht/verwendet haben

⁵ Frauen, die min 6 von 10 Kosmetikartikeln in den letzten 7 Tagen persönlich benutzt haben

⁶ Rentner/Pensionäre unter 75 Jahre, HHNE 2.000€ und mehr

⁷ Gleichgewichtige Verknüpfung von 3 Subskalen: Experte für gesellschaftliche Themen, Konsumententhemen sowie bestimmte Werte und Einstellungen

Themenauswahl



Themenplan 2026

Jan
A

AS: 12.11.2025
ET: 02.01.2026

- Abnehmen
- Pflege absichern
- Makuladegeneration

Jan
B

AS: 25.11.2025
ET: 15.01.2026

70 Jahre
Apotheken Umschau

Feb
A

AS: 10.12.2025
ET: 01.02.2026

- Krebs
- Anti-Aging
- Zahnersatz

Feb
B

AS: 30.12.2025
ET: 16.02.2026

- Schlafapnoe
- Sexualität Männer
- Gürtelrose

Themenplan 2026

Mär
A

AS: 14.01.2026
ET: 02.03.2026

- Heuschnupfen
- Psoriasis
- Zecken

Mär
B

AS: 29.01.2026
ET: 16.03.2026

- Digitale Gesundheit
- Gesunde Ernährung
- eBike

Apr
A

AS: 13.02.2026
ET: 01.04.2026

- Prävention durch Sport
- Muskel- und Wadenkrämpfe
- Frauengesundheit

Apr
B

AS: 27.02.2026
ET: 15.04.2026

- Vitamine und Nährstoffe
- Impf-Check
- Rücken- und Gelenkschmerzen

Themenplan 2026

Mai
A

AS: 16.03.2026
ET: 02.05.2026

- Nagelpilz
- Asthma
- Bluthochdruck

Mai
B

AS: 27.03.2026
ET: 15.05.2026

- Multiple Sklerose
- Gesundheit für Haustiere
- Adipositas

Juni
A

AS: 13.04.2026
ET: 01.06.2026

- Sexualität
- Organspende
- Reiseapotheke

Juni
B

AS: 27.04.2026
ET: 15.06.2026

- Blasenentzündung
- Gesunde Füße
- Sportverletzung

Themenplan 2026

Juli
A

AS: 13.05.2026
ET: 01.07.2026

- Herz- und Kreislaufgesundheit
- Sonnenschutz
- Venen

Juli
B

AS: 01.06.2026
ET: 15.07.2026

- Insektenstiche
- Sodbrennen
- Wasser trinken

Aug
A

AS: 18.06.2026
ET: 02.08.2026

- Erste Hilfe
- Prostata
- Verstopfung

Aug
B

AS: 03.07.2026
ET: 15.08.2026

- Kopfschmerzen
- Nierengesundheit
- Anti-Aging

Themenplan 2026

Sep
A

AS: 17.07.2026
ET: 01.09.2026

- Männergesundheit,
Erektile Dysfunktion
- COPD
- Depression

Sep
B

AS: 03.08.2026
ET: 15.09.2026

- Männergesundheit/Haarausfall
- Zahn- und Mundhygiene
- Wandern, Outdoor

Okt
A

AS: 18.08.2026
ET: 01.10.2026

- Wechseljahre
- Gürtelrose
- Brustkrebs,
Weltbrustkrebstag

Okt
B

AS: 02.09.2026
ET: 15.10.2026

- Heißgetränke
- Gesunder Schlaf
- Harnwegsinfekt

Themenplan 2026

Nov
A

AS: 17.09.2026
ET: 02.11.2026

- Heilpflanzen/Phytopharmazie
- Schmerz
- Diabetes, Weltdiabetestag

Nov
B

AS: 02.10.2026
ET: 16.11.2026

- Patientenvorsorge
- Augengesundheit
- Immunsystem

Dez
A

AS: 16.10.2026
ET: 01.12.2026

- Erkältung
- Barrierefreiheit
- HIV

Dez
B

AS: 02.11.2026
ET: 15.12.2026

- Ängste
- Scheidenpilz
- Nachhaltigkeit

Themenplan 2027

Jan
A

AS: 13.11.2026
ET: 02.01.2027

- **Hautpflege** ●
- **Abnehmen / Diät** ●
- **Reiseplanung**

Jan
B

AS: 27.11.2026
ET: 15.01.2027

- **Schwerhörigkeit, Tinnitus**
- **Neurodermitis**
- **Demenz** ●

Feb
A

AS: 12.11.2026
ET: 01.02.2027

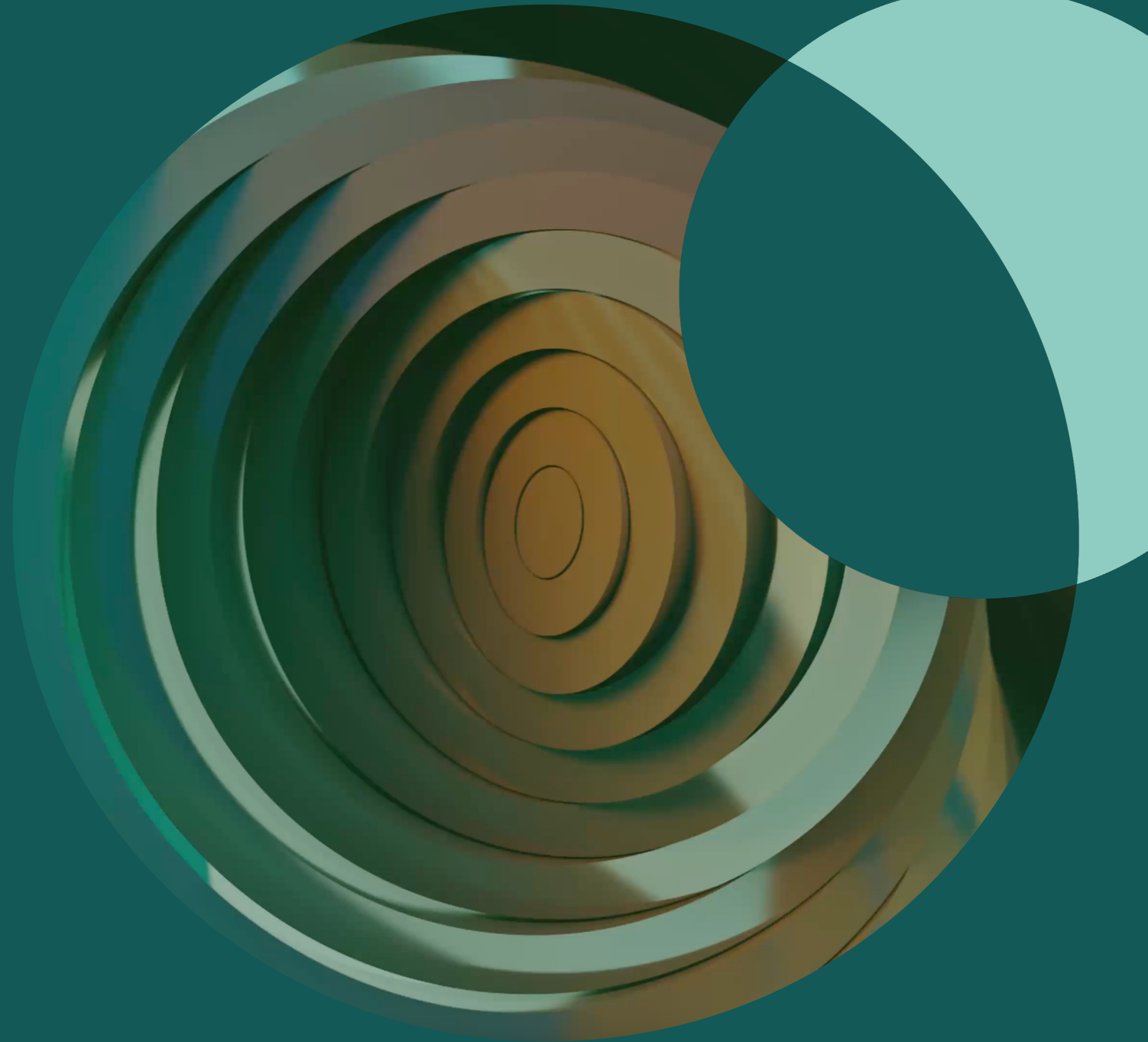
- **Stress**
- **Prävention durch Fitness**
- **Krebs** ●

Feb
B

AS: 25.11.2026
ET: 15.02.2027

- **Hausstauballergie**
- **Seltene Erkrankungen** ●
- **Fußfehlstellung** ●

Preise & Formate



Preise & Formate

Preisliste 2026 (Nr. 68, gültig bis 13.02.2026), Erscheinungsweise: 2 x im Monat

Formate	Ausgabe A zum 1. des Monats	Ausgabe B zum 15. des Monats	Apotheken Umschau Kombi A+B ***
2/1 Seite	202.700 €	197.000 €	379.800 €
1/1 Seite	102.300 €	99.400 €	191.600 €
1/2 Seite	59.400 €	57.700 €	111.200 €
1/3 Seite	42.700 €	41.400 €	79.900 €
1/4 Seite	32.700 €	31.800 €	61.300 €
1/8 Seite *	16.800 €	16.400 €	31.500 €
U2, U3 **	82.000 €	91.100 €	164.400 €
U4 **	121.600 €	118.200 €	-

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

* Platzierung ausschließlich im Rätselumfeld

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

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

Für feste Platzierungswünsche werden 15 % Aufschlag berechnet.

inkl. 5%
Kombi-
Rabatt

Formate



2/1 Seite
B 390 mm × H 240 mm



1/1 S., U2, U3 im AS
B 195 mm × H 240 mm



1/2 S. hoch im AS
B 94 mm × H 240 mm



1/2 S. quer im AS
B 195 mm × H 117 mm



1/3 S. hoch im AS
B 64 mm × H 240 mm



1/4 Seite 2sp. im S
B 82 mm × H 104 mm



1/4 Seite 2sp. im S
B 82 mm × H 104 mm



1/8 Seite 2sp. im S*
B 82 mm × H 48 mm



U4 im Anschnitt
B 195 mm × H 173 mm

***Platzierung:**
Ausschließlich im Rätselumfeld

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 2026 (Nr. 68, gültig bis 13.02.2026), Erscheinungsweise: 2 x im Monat

Formate*	Ausgabe A Zum 1. des Monats	Ausgabe B Zum 15. des Monats	Apotheken Umschau Kombi A+B **
2 x 1/3 Seite gegenüberliegend	102.300 €	99.400 €	191.700 €
2 x 1/4 Seite gegenüberliegend	78.500 €	76.400 €	147.200 €
L-Anzeige	110.600 €	107.400 €	207.000 €
Tunnelanzeige	51.150 €	49.700 €	95.800 €
Eckfeldanzeige	39.300 €	38.200 €	73.600 €
Flexformanzeige	59.400 €	57.700 €	111.200 €

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

Die genannten Preise sind AE- und rabattfähig.

* Belegung in der Gesamtauflage möglich.

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

Für feste Platzierungswünsche werden 15 % Aufschlag berechnet.

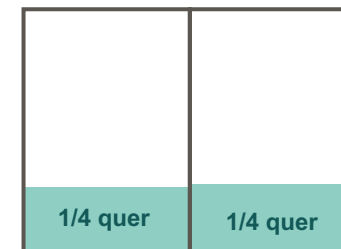
Alle Infos
zu unseren
**SONDER-
WERBEFORMEN**
finden Sie
[hier](#)

Formate



2 x 1/3 Seite gegenüberl.

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



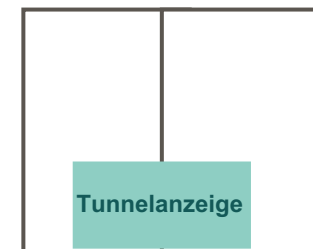
2 x 1/4 Seite gegenüberl.

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



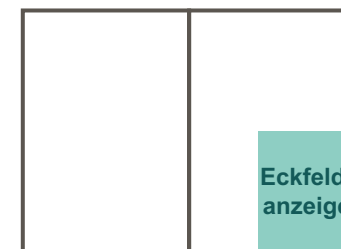
L-Anzeige

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)

Sonderplatzierungen

Preisliste 2026 (Nr. 68, gültig bis 13.02.2026), Erscheinungsweise: 2 x im Monat

Platzierung	Ausgabe A zum 1. des Monats	Ausgabe B zum 15. des Monats	Apotheken Umschau Kombi A+B *
Doppelseite vor dem Inhalt	225.000 €	218.800 €	421.600 €
1x1/1 Seite rechts im Inhalt (S. 5 oder 7) **	152.000 €	148.000 €	-
2x1/1 Seite rechts im Inhalt (S. 5 und 7) **	304.000 €	296.00 €	-
Kombi aus Editorial und Inhalt **	200.900 €	191.400 €	-

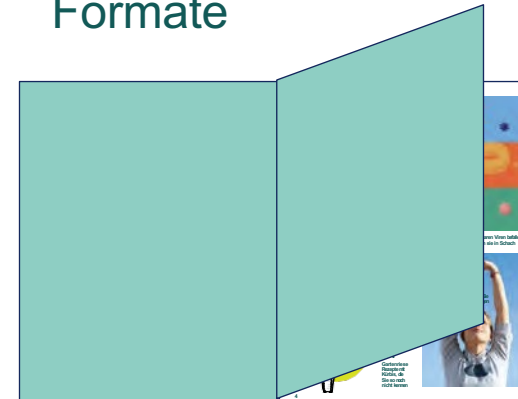
Alle Preise zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer.

* Kombi-Preise inkl. 5% Kombirabatt

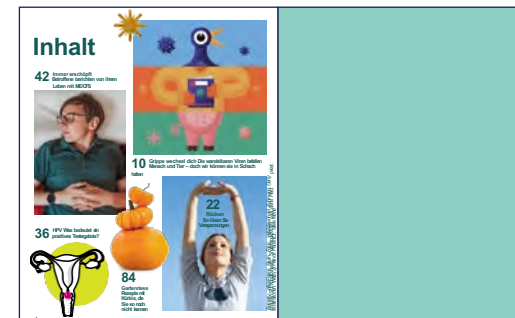
** Besonderheiten zu Belegungsmöglichkeiten unbedingt vor Buchung erfragen

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

Formate



Doppelseite vor dem Inhalt
B 390 mm × H 240 mm



1/1 Seite rechts im Inhalt
B 195 mm × H 240 mm

Kombi aus Editorial und Inhalt (jeweils im Anschnitt)

1/4 Seite hoch B 50 mm × H 240 mm

1/1 Seite im Inhalt: B 195 mm × H 240 mm



Alle Daten und Informationen zu den Digital-Angeboten der 720 Health Media finden Sie unter: www.720health.media

Beilagen, Beihefter und Beikleber

Beilagen: Spezifikation und Preise

Belegbare Auflagen	Max-Auflage: Neutralauflage* gesamt oder Neutralauflagen nach Nielsen
Formate (Angaben in mm, BxH)	Min. 105 x 148 mm, max. 175 x 220 mm
Beilagenengewicht	Minimalgewicht: 5 g, max. 30 g
Belegung Neutralauflage*	96 € / % ^{oo} **
Neutralauflage Süd (Nielsen 3b, 4)	109 € / % ^{oo} **
Neutralauflage West (Nielsen 2, 3a)	109 € / % ^{oo} **
Neutralauflage Nord / Ost (Nielsen 15, 6, 7)	109 € / % ^{oo} **

Beihefter: Spezifikationen und Preise

Platzierung	in der Heftmitte (Rückendrahtheftung, Fußanlage)
Format (Angaben in mm, BxH)	Min. 115x148 mm, max. 195x240 mm
4-seitiger Beihefter (je weitere 4 Seiten plus 10. € / % ^{oo})	
Belegung Gesamt	83 € / % ^{oo}
Belegung Süd (Nielsen 3b, 4)	91 € / % ^{oo}
Belegung West (Nielsen 2, 3a)	91 € / % ^{oo}
Belegung Nord / Ost (Nielsen 15, 6, 7)	91 € / % ^{oo}

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 € / % ^{oo} **
bis 10g in der Teilaufgabe (Gebiete Süd, West <u>oder</u> Nord / Ost)	61 € / % ^{oo} **
Basis für Beikleber zzgl. zum % ^{oo} -Beikleberpreis	1 / 1 Seite Trägeranzeige

* Neutralauflage = Auflage ohne Apotheken-Individualisierung

** Preise bis 10 g, jede weitere 10 Gramm 10 € / %^{oo}

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)	medizin

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 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 Preisiminderung 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 Preisiminderung 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 Preisiminderungsansprüche 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, 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

