

MEDIA
DATEN 2026

APOTHEKEN
Umschau

Eltern

720

Health
Media

Für das neue Leben: Von Schwangerschaft bis Vorschulzeit



Eltern brauchen Sicherheit und Verlässlichkeit, wenn es um die Gesundheit ihrer Kinder geht. Sie wünschen sich aber auch Inspiration, nutzwertige Tipps für ihren Alltag und persönliche Geschichten. All das ist „Eltern“, das Magazin aus der Apotheke. Mit fundiertem Rat von ausgewiesenen Expertinnen und Experten, genauso aber in Geschichten von anderen Müttern und Vätern, die herausfordernde Situationen bereits erfolgreich gemeistert haben.

„Eltern“ ist die etablierte Magazinmarke, die Vertrauen genießt und widerspiegelt, wie sich Elternsein über Jahrzehnte verändert hat: vielfältig, nachhaltig, neugierig, fundiert. Werte, für die auch der Wort & Bild Verlag mit dem Magazin „Baby & Familie“ seit Jahrzehnten steht. Im Herbst 2023 wurde „Baby & Familie“ unter der Marke „Eltern“ neu aufgestellt. Es wird von der größten Gesundheitsredaktion Deutschlands gemacht und erscheint in der Apotheke. Dort, wo Familien Rat finden, wenn sie ihn brauchen. Eins ist schon mal versprochen: Es wird nie langweilig. Nicht in der Familie, nicht in „Eltern“.

Wir wollen dazu beitragen, dass es Familien gut geht und dass Eltern ihren Kindern das Wichtigste überhaupt schenken können: Liebe, Gesundheit und eine lebenswerte Zukunft. Von der Schwangerschaft über die Geburt und das Stillen bis zur Eingewöhnung in der Kita und der Einschulung. Fundierte und aufwendig recherchierte Ratgeber erklären laienverständlich, wie Kinder gesund werden und gesund bleiben. Persönliche, spannende Geschichten spiegeln mit starken Bildern, was Elternsein heute bedeutet. Seiten zum Basteln und Vorlesen bringen gemeinsamen Spaß. Kochrezepte und viel Do it yourself passen in jedes Familienleben. Namhafte Kolumnistinnen fesseln jeden Monat neu, mal meinungsstark, mal humorvoll. Eben genauso abwechslungsreich wie das Familienleben selbst.

[illegible]

ALLE GESUND?

Wichtige Hinweise:
 • Die Eltern sollten sich bei der Ernährung des Kindes an die Empfehlungen der Bundeszentrale für Ernährung (BfE) halten.
 • Die Eltern sollten sich bei der Ernährung des Kindes an die Empfehlungen der Bundeszentrale für Ernährung (BfE) halten.
 • Die Eltern sollten sich bei der Ernährung des Kindes an die Empfehlungen der Bundeszentrale für Ernährung (BfE) halten.
 • Die Eltern sollten sich bei der Ernährung des Kindes an die Empfehlungen der Bundeszentrale für Ernährung (BfE) halten.

O-TON

„Ich kann mich gar nicht mehr erinnern, wie das war in Mantia Bauch-Do-Lotto!“
 von Dr. med. Barbara Schmitt-Schmitt
 Barbara Schmitt-Schmitt, Ernährungswissenschaftlerin

Im Frühling ist das Thema allseits bekannt: Die Eltern sollten sich bei der Ernährung des Kindes an die Empfehlungen der Bundeszentrale für Ernährung (BfE) halten.

Etwa mit 2 Monaten
 fangen Babys an, bewusst zu lachen. Damit reagieren sie zum Beispiel auf Mamas freudiges Gesicht oder Pappas Stimme – und stellen so eine Bindung her.

SIEHE MIT
SCHNITTSTIL
SCHNITTSTIL

Im Frühling ist das Thema allseits bekannt: Die Eltern sollten sich bei der Ernährung des Kindes an die Empfehlungen der Bundeszentrale für Ernährung (BfE) halten.

Nach Schwangerschaft und Geburt schenken Ihnen Frauen der fünften, die Chancen unserer Expertin Siegen für mehr Stabilität

110 | LARA WERNER

MAMAS TRAININGPLAN

LET'S GO!T'S

Auch nach der Niedrigstleistung hat unser Training: Minimumzeitpunkt des Wochen für 100 Minuten, Maximumzeitpunkt des Wochen für 120 Minuten. Wenn Sie keine Zeit haben, können Sie das Training in 10 Minuten aufteilen. Das Training ist in 10 Minuten aufgeteilt, das Training ist in 10 Minuten aufgeteilt, das Training ist in 10 Minuten aufgeteilt.

1. SQUAT

Dieses ist das wichtigste für die Fülle der verschiedenen Bewegungen. Es ist ein Squat, das heißt, Sie setzen Ihre Füße auf den Boden und lassen sie nach unten sinken. Es ist ein Squat, das heißt, Sie setzen Ihre Füße auf den Boden und lassen sie nach unten sinken. Es ist ein Squat, das heißt, Sie setzen Ihre Füße auf den Boden und lassen sie nach unten sinken.

10-15 Wiederholungen

2. DEUT. MENSCHEN

Dieses ist das wichtigste für die Fülle der verschiedenen Bewegungen. Es ist ein Squat, das heißt, Sie setzen Ihre Füße auf den Boden und lassen sie nach unten sinken. Es ist ein Squat, das heißt, Sie setzen Ihre Füße auf den Boden und lassen sie nach unten sinken. Es ist ein Squat, das heißt, Sie setzen Ihre Füße auf den Boden und lassen sie nach unten sinken.

5-10 Wiederholungen

3. TIEFES KICK

Dieses ist das wichtigste für die Fülle der verschiedenen Bewegungen. Es ist ein Squat, das heißt, Sie setzen Ihre Füße auf den Boden und lassen sie nach unten sinken. Es ist ein Squat, das heißt, Sie setzen Ihre Füße auf den Boden und lassen sie nach unten sinken. Es ist ein Squat, das heißt, Sie setzen Ihre Füße auf den Boden und lassen sie nach unten sinken.

10-15 Wiederholungen

Illustration: Torsten

KEITH WERNER

ist ein Mann, der in der Welt der Fitness und der Gesundheit steht. Er ist ein Mann, der in der Welt der Fitness und der Gesundheit steht. Er ist ein Mann, der in der Welt der Fitness und der Gesundheit steht. Er ist ein Mann, der in der Welt der Fitness und der Gesundheit steht.

110

Jetzt wird's grün

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

400g Fusilli
200g Erbsen
100g Gurken
100g Spinat
100g Coconutur

1. Nudeln nach Packungsanweisung in Salzwasser kochen.
2. Erbsen schälen, waschen, in einem Mixer fein hacken.
3. Gurken schälen, waschen, in einem Mixer fein hacken.
4. Spinat waschen, in einem Mixer fein hacken.
5. Coconutur in einem Mixer fein hacken.
6. Erbsen, Gurken, Spinat und Coconutur in einem Mixer fein hacken.
7. Nudeln mit dem Pesto servieren.

DER REZEPT-EXPERTIN
REBECCA KLEIN
ist eine passionierte Köchin und hat in der letzten Saison den Wettbewerb "Mein Lieblingsrezept" gewonnen.

TOP REZEPT
Fusilli mit Erbsen-Pesto
Zutaten für 4 Personen

400g Fusilli
200g Erbsen
100g Gurken
100g Spinat
100g Coconutur

1. Nudeln nach Packungsanweisung in Salzwasser kochen.
2. Erbsen schälen, waschen, in einem Mixer fein hacken.
3. Gurken schälen, waschen, in einem Mixer fein hacken.
4. Spinat waschen, in einem Mixer fein hacken.
5. Coconutur in einem Mixer fein hacken.
6. Erbsen, Gurken, Spinat und Coconutur in einem Mixer fein hacken.
7. Nudeln mit dem Pesto servieren.

Media-Facts



Monatlich verkaufte Auflage

354.516 Exemplare



Reichweite Apotheken Umschau ELTERN

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



Auslegestelle

Erhältlich in der Apotheke



Erscheinungsweise

12 Ausgaben pro Jahr



TAP Apotheken Umschau Eltern

€ 111,14



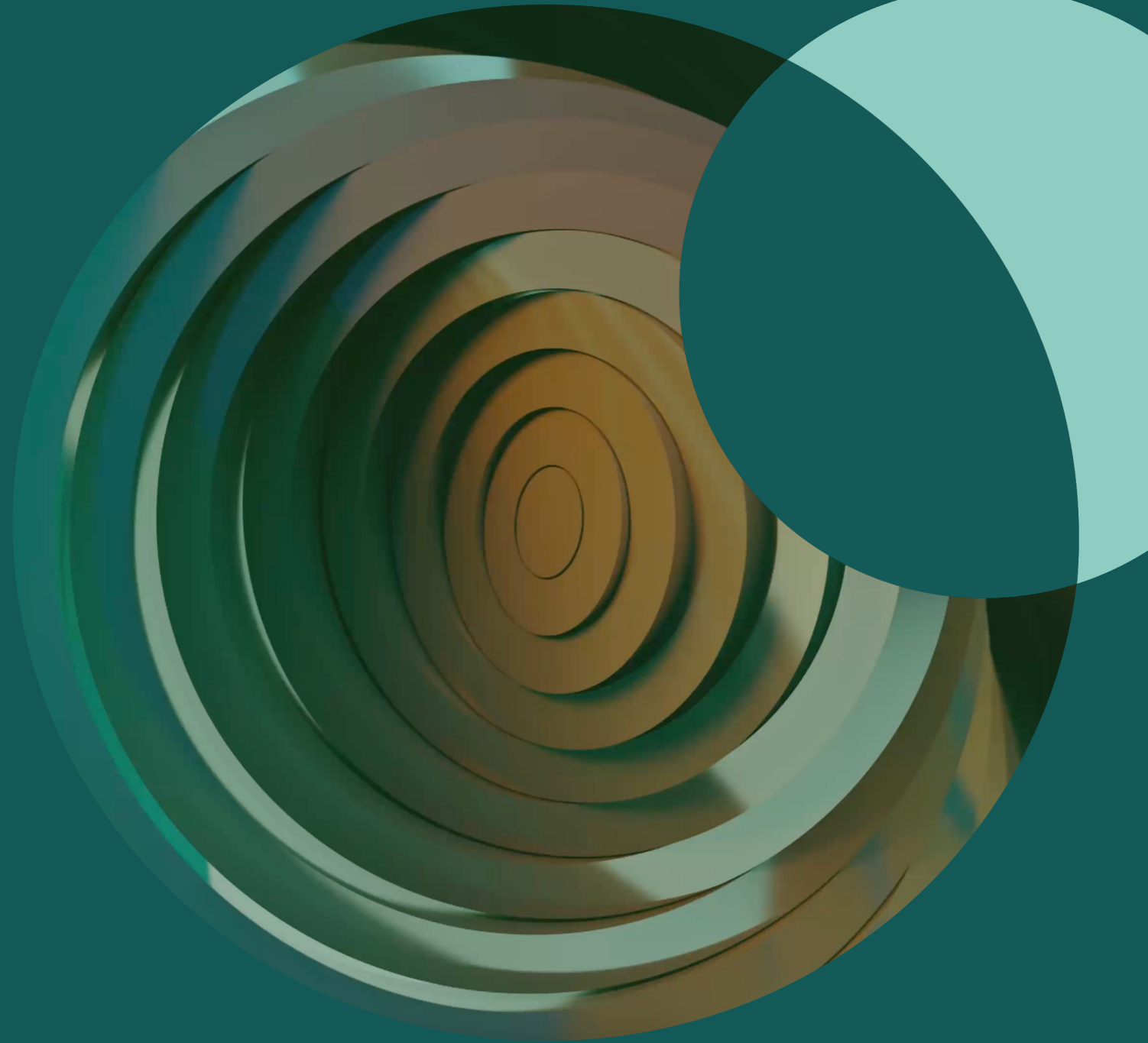
Leserstrukturdaten

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

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

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

Themenauswahl



Themenplan 2026

Jan

AS: 12.11.2025
ET: 02.01.2026

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

Feb

AS: 10.12.2025
ET: 02.02.2026

- Unverträglichkeiten
- Impfungen
- Fieber

Mär

AS: 14.01.2026
ET: 02.03.2026

- Allergien bei Kindern
- Gesunde Ernährung
- Zecken

Apr

AS: 13.02.2026
ET: 01.04.2026

- Versicherungs-Check für Familien
- Reisen mit Kindern

Mai

AS: 16.03.2026
ET: 02.05.2026

- Dreimonatskolik
- Sport für Kinder
- Baby- und Kinderausstattung
- Nachhaltigkeit

Themenplan

Juni

AS: 13.04.2026
ET: 02.06.2026

- Säuglingsernährung
- Windeldermatitis
- Reiseapotheke

Juli

AS: 13.05.2026
ET: 01.07.2026

- Virusinfektionen
- Sonnenschutz
- Insektenstiche

Aug

AS: 18.06.2026
ET: 02.08.2026

- Läuse
- Wundheilung
- Durchfall

Sep

AS: 17.07.2026
ET: 01.09.2026

- Gesundheitsvorsorge für Väter
- Zahn- und Mundhygiene
- Schwerhörigkeit bei Kindern

Themenplan

Okt

AS: 18.08.2026
ET: 01.10.2026

- Frauengesundheit
- Schwangerschaftsstreifen
- Windeln

Nov

AS: 17.09.2026
ET: 02.11.2026

- Heilpflanzen /
Phytopharmazie
- Mittelohrentzündung
- Diabetes bei Kindern

Dez

AS: 16.10.2026
ET: 01.12.2026

- Erkältung
- Sehhilfe
- Gesundheit für
Haustiere

Jan

AS: 13.11.2026
ET: 02.01.2027

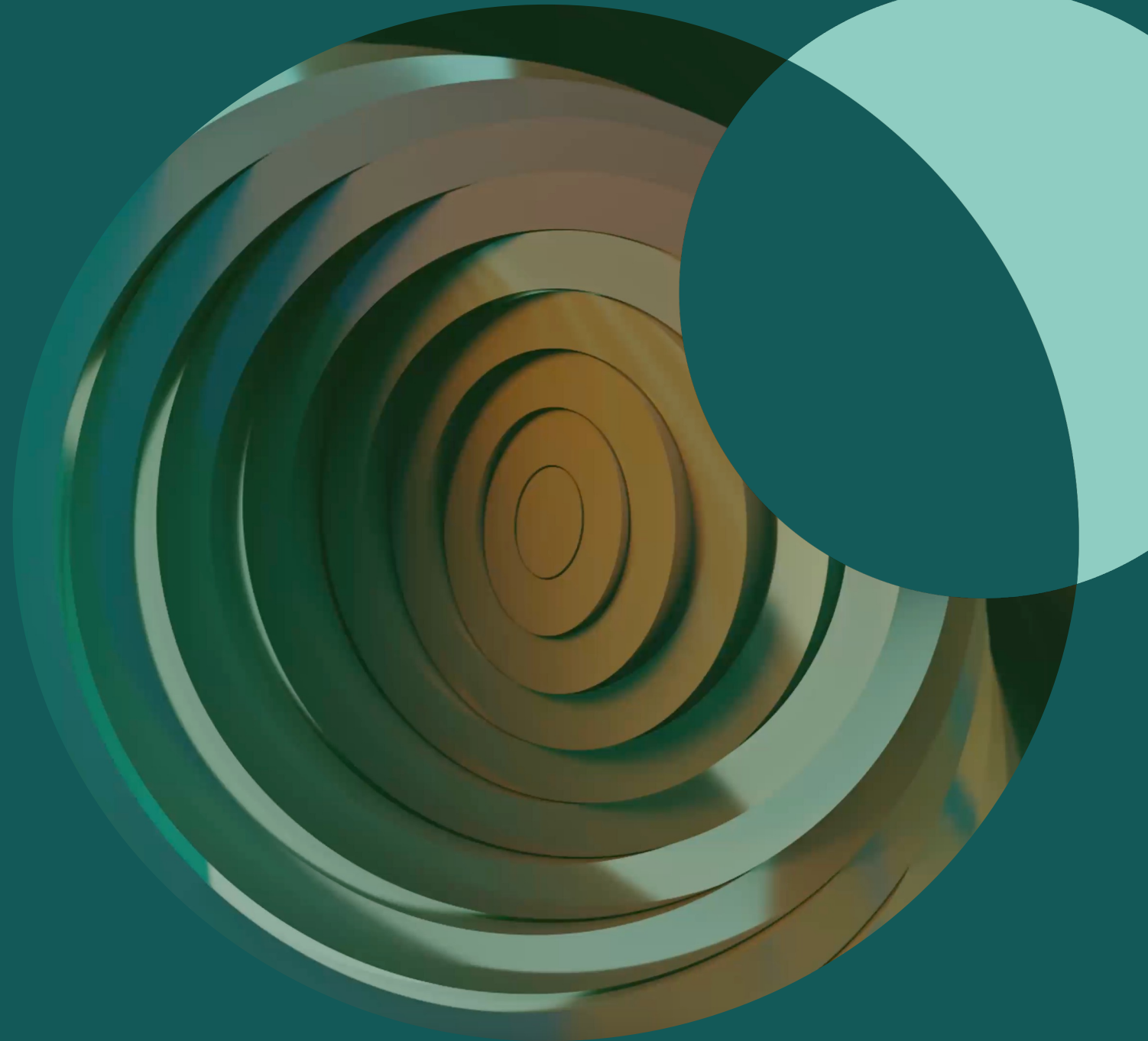
- Hautpflege
- Fit nach der Geburt
- Kinderkleidung

Feb

AS: 10.12.2026
ET: 01.02.2027

- Seltene Erkrankungen
- Fieber
- Bio-Lebensmittel

Preise & Formate



Preise & Formate

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

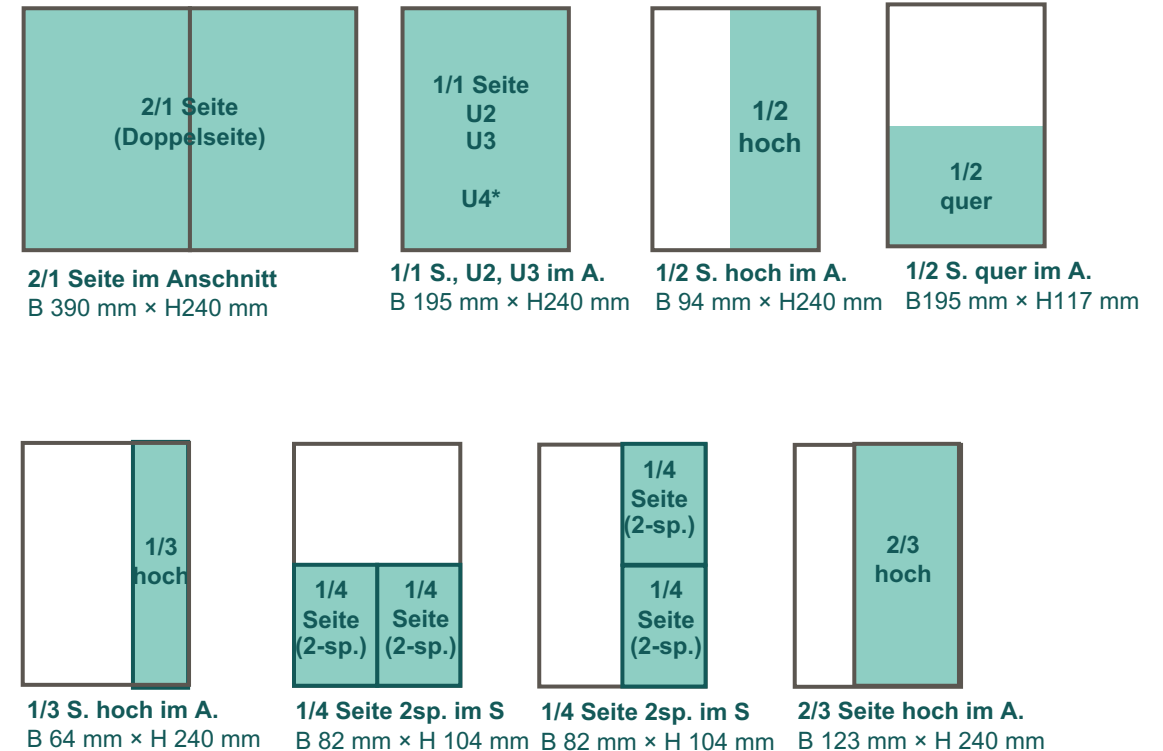
Formate	Apotheken Umschau ELTERN
2/1 Seite	78.700 €
1/1 Seite	39.400 €
1/2 Seite	23.200 €
1/3 Seite	16.600 €
1/4 Seite	12.700 €
2/3 Seite	26.300 €
U2, U3 *	44.100 €
U4	46.100 €

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

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

Für feste Platzierungswünsche werden 15 % Aufschlag berechnet.

S= Satzspiegel
A= Anschnitt
Angaben in Millimetern (Breite × Höhe)



* B 195mm x H 173mm
Beschnittzugabe : je 6 mm. Bei Anschnittanzeigen
müssen Text- und Bildmaterial mindestens 8 mm vom
Anschnittformat entfernt sein.

Sonderwerbepformen

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

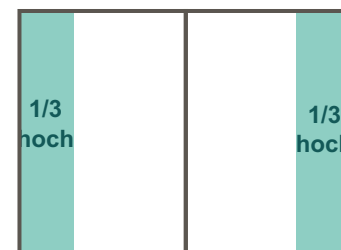
Formate*	Apotheken Umschau ELTERN
2 x 1/3 Seite gegenüberliegend	39.900 €
2 x 1/4 Seite gegenüberliegend	30.500 €
L-Anzeige	43.200 €
Tunnelanzeige	20.000 €
Eckfeldanzeige	15.300 €
Flexformanzeige	23.200 €

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

- Belegung in der Gesamtauflage möglich.

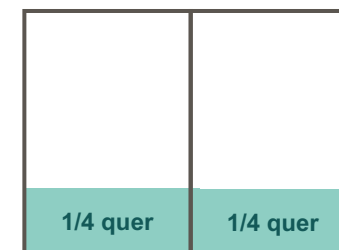
Für feste Platzierungswünsche werden 15 % Aufschlag berechnet.

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



2 x 1/3 Seite gegenüberl.

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



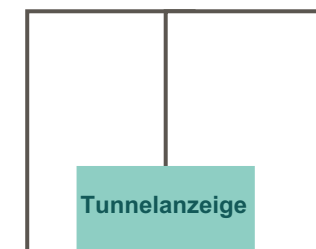
2 x 1/4 Seite gegenüberl.

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



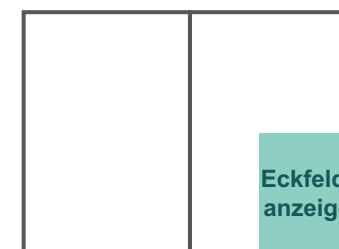
L-Anzeige

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



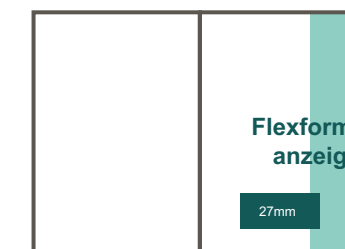
Tunnelanzeige

Format: B 195 mm × H 80 mm
Anschnitt: B 195 mm × H 86 mm
Platzierung: auf einer Doppelseite
unten



Eckfeldanzeige

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



Flexformanzeige (auf Anfrage)

Format: B 65 mm × H 240 mm
Anschnitt: B 71 mm × H 252 mm
Platzierung: auf einer rechten
Seite

Achtung: Die Form darf nicht
mehr als **34,3 mm** ab dem inneren
Anzeigenrand in die redaktionelle
Fläche hineinragen (s. grünes
Feld)

Beilagen, Beihefter und Beikleber

Beilagen: Spezifikation und Preise

Belegbare Auflagen	Max-Auflage: Neutralauflage gesamt oder Neutralauflagen nach Nielsen, Min-Auflage: 0,10 Mio Exemplare
Formate (Angaben in mm, BxH)	Min. 105x148 mm, max. 175x220 mm
Beilagengewicht	Minimalgewicht: 5 g, Maximalgewicht: auf Anfrage
Belegung Neutralauflage	96 € / % [*]
Neutralauflage Süd (Nielsen 3b, 4)	109 € / % [*]
Neutralauflage West (Nielsen 2, 3a)	109 € / % [*]
Neutralauflage Nord / Ost (Nielsen 1,5, 6, 7)	109 € / % [*]

Beihefter: Spezifikationen und Preise

Platzierung	in der Heftmitte (Rückendrahtheftung, Fußanlage)
Format (Angaben in mm, BxH)	Min. 115x148 mm, max. 195x240mm
4-seitiger Beihefter (je weitere 4 Seiten plus 10 € / % [*])	
Belegbare Auflagen**, Mindest-Auflage: 0,10 Mio. Expl., max. belegbare Auflage: ca. 0,46 Mio. Expl.	83 € / % [*]
Belegung Süd (Nielsen 3b, 4)	102 € / % [*]
Belegung West (Nielsen 2, 3a)	102 € / % [*]
Belegung Nord / Ost (Nielsen 1,5, 6, 7)	102 € / % [*]

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

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

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

Technische Daten

Druckverfahren

Rotations-Tiefdruck	(Inhalt)	Senioren Ratgeber
Bogen-Offsetdruck	(Umschlag)	Diabetes Ratgeber
Rollenoffsetdruck	(Inhalt)	Apotheken Umschau
Bogen-Offsetdruck	(Umschlag)	Apotheken Umschau ELTERN
		PTA Woman
		HausArzt-PatientenMagazin
Rollenoffsetdruck	(Inhalt)	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 Druckschrift zum Zweck der Verbreitung.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

13. Haftungsfreistellungserklärung: Der Auftraggeber ist für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der Anzeige verantwortlich. Er stellt den Verlag von allen Ansprüchen Dritter (z. B. Schutzrechtsverletzungen, Verletzung von Persönlichkeitsrechten, Verletzungen des Heilmittelwerbegesetzes oder der Health-Claims-Verordnung) frei, 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

