Media-Daten 2027

145. Jahrgang, gültig ab 1. Januar 2027

Naturarzt

Wo Gesundheit mit Vertrauen beginnt



Erreichen Sie gesundheitsbewusste Menschen genau dort, wo sie Orientierung suchen, Zusammenhänge verstehen und Entscheidungen für sich und ihre Familie treffen.

Verlag
Access Marketing GmbH
Ölmühlweg 12 · Haus 3
61462 Königstein i. Ts.

fon 0 61 74/92 63-0
fax 0 61 74/92 63-35
info@naturarzt-access.de
www.naturarzt-access.de

Mediaberatung

Verlagsbüro ID GmbH & Co. KG
Jathostraße 10 a, 30916 Isernhagen
Tel. 0511. 61 65 95-0
Fax. 0511. 61 65 95-55
info@verlagsbuero-id.de
www.verlagsbuero-id.de

Ines Walter (Ltg.) 0511. 61 65 95-25
Jacqueline Spiegel 0511. 61 65 95-30
Irmgard Ditgens 0511. 61 65 95-0

Inhalt

Das Magazin 3
Historie 4
Allgemeine Daten 5
Themen, Rubriken, Ressorts 6
Leserkreis 7
Termin- und Themenplan 10
Formate, Konditionen 11
Rabatte 12
Beilagen, Einhefter 13
Technische Daten 14
online Werben 15
Geschäftsbedingungen 16
Anzeigen und Beilagen

Ihre Marke verdient ein Umfeld, dem Menschen vertrauen
Gesundheit ist persönlich. Wer hier wirbt, braucht mehr als Sichtbarkeit.

Menschen entscheiden bei Gesundheitsthemen anders als in vielen anderen Lebensbereichen. Sie prüfen genauer, lesen länger, vergleichen bewusster und folgen Empfehlungen nur dort, wo sie Kompetenz und Glaubwürdigkeit erleben. Genau dieses Umfeld bietet der Naturarzt.

Seit Generationen begleitet das Magazin seine Leserinnen und Leser dabei, Beschwerden besser zu verstehen, natürliche Behandlungsmöglichkeiten kennenzulernen und den eigenen Lebensstil gesundheitsbewusst zu gestalten. Anerkannte Ärztinnen und Ärzte, Heilpraktikerinnen und Heilpraktiker, Therapeutinnen und Therapeuten sowie weitere Fachleute schreiben aus der Praxis. Unsere Wissenschaftsredaktion bereitet ihre Beiträge verständlich, anschaulich und sorgfältig auf.



Für Werbepartner entsteht daraus ein wertvoller Zusammenhang: Ihre Botschaft trifft nicht auf flüchtige Aufmerksamkeit, sondern auf ein bereits vorhandenes Interesse. Sie erscheint in einem Medium, das gelesen, aufgehoben, weitergegeben und als Ratgeber erneut zur Hand genommen wird. Der Naturarzt verbindet Tradition und Gegenwart, medizinische Erfahrung und Lebensnähe, fachliche Tiefe und unmittelbaren Nutzen. Wer hier präsent ist, begegnet Menschen in einem Moment echter Offenheit für gesundheitsbezogene Entscheidungen.

Nicht irgendeine Reichweite,
sondern Relevanz im richtigen Moment.

Seit 1863 dem Wissen verpflichtet

Tradition ist für uns kein Blick zurück, sondern ein über viele Generationen erworbenes Vertrauen.

Als der Naturarzt am 15. Januar 1863 erstmals erschien, begann die Naturheilkunde, sich als gesellschaftliche und medizinische Bewegung zu etablieren. Licht, Luft, Wasser und Bewegung, später Pflanzenheilkunde, Ernährungswissen und weitere natürliche Verfahren, eröffneten Menschen einen neuen Zugang zu Gesundheit und Eigenverantwortung. Bis heute ist der Naturarzt dieser Idee verbunden und hat sich zugleich stetig weiterentwickelt. Unter dem Leitgedanken „Natürlich heilen – gesund leben" verbindet das Magazin bewährtes Erfahrungswissen mit aktuellen Erkenntnissen, Prävention mit Therapie und körperliche Gesundheit mit seelischem Wohlbefinden.

Unsere Unabhängigkeit ist dabei nicht verhandelbar. Die Redaktion fühlt sich der fachlichen Sorgfalt und den Leserinnen und Lesern verpflichtet. Gerade deshalb ist der Naturarzt für seriöse Werbepartner ein glaubwürdiges Umfeld: deutlich profiliert, hochwertig gestaltet und thematisch konsequent.

Unser redaktionelles Qualitätsversprechen

- Fachautorinnen und Fachautoren aus Medizin, Naturheilkunde und Therapie
- Wissenschaftsredaktion mit hohem Anspruch an Verständlichkeit und Anschaulichkeit
- Konkreter Praxisnutzen statt beliebiger Gesundheitsunterhaltung
- Unabhängige redaktionelle Haltung und erkennbare Trennung von Redaktion und Werbung


Dresden, den 15. Januar. **Der Naturarzt.** № 1. 1863.
Correspondenzblatt für Freunde naturgemäßer Heilmethoden.
Herausgegeben von Dr. W. Meinert.
(Dresden, Kaiser Str. Nr. 5.)

Allgemeine Daten

Zeitschrift	Naturarzt
Jahrgang	145./2027
Erscheinungsort	61462 Königstein i. Ts.
Erscheinungsweise	monatlich
Anzeigenschluss, Druckunterlagen-Liefertermin und Rücktrittsrecht	siehe Terminplan
Zahlungsbedingungen	8 Tage nach Rechnungserhalt netto 2 % Skonto bei Vorauszahlung oder Bankeinzug
Bankverbindung	Deutsche Bank Bad Homburg IBAN: DE67 5007 0024 0370 2016 00 BIC: DEUTDEDBFRA
Verbreitungsgebiet	Deutschland, das gesamte Ausland, inkl. Übersee
Geschäftsbedingungen	siehe „Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen und Fremdbeilagen in Zeitungen und Zeitschriften



Bezugsbedingungen	copy-Preis	€ 6,00
	Abo-Preis für 12 Hefte	€ 60,00
	Abo-Preis für 12 Hefte Ausland	€ 78,00
	copy-Preis e-paper	€ 5,80
	online-Abo mit 12 e-papers	€ 58,00
	Kombi-Abo mit 12 Print- und online-Ausgaben	€ 82,00
	Kombi-Abo Ausland	€ 98,00
	Sämtliche Preise inkl. Versandkosten und gültiger MwSt.-Sätze	

Menschen, die Gesundheit in die eigene Hand nehmen

Unsere Leserschaft wartet nicht, bis Gesundheit zum Problem wird. Sie informiert sich, fragt nach, probiert bewusst aus und investiert in Angebote, die sie überzeugen.

Die Leserinnen und Leser des Naturarzt sind überdurchschnittlich gesundheits- und ernährungsbewusst. Sie suchen Orientierung für Prävention und Genesung, interessieren sich für natürliche Heilverfahren und treffen Entscheidungen eigeninitiativ. Qualität ist ihnen wichtiger als der niedrigste Preis, nachvollziehbare Wirkung wichtiger als ein kurzfristiger Trend.

72 % weiblich – Frauen prägen viele Gesundheitsentscheidungen in Partnerschaft und Familie.
57 Jahre im Durchschnitt – Eine erfahrene, kaufkräftige Zielgruppe mit hohem Gesundheitsinteresse.
55 % mit Abitur – Überdurchschnittlich gebildete Leserinnen und Leser, die fundierte Information schätzen.
39 % mit Hochschulabschluss – Hohe Aufnahmebereitschaft für erklärungsbedürftige Qualitätsangebote.
76 % medizinische Laien – Direkter Zugang zu Endverbrauchern aus allen Berufsgruppen.
24 % Gesundheitsfachberufe – Zusätzliche Sichtbarkeit bei professionellen Multiplikatoren.
Quelle der demografischen Angaben: Leserumfrage September 2026.

Auch professionell relevant

Zum Leserkreis gehören Ärztinnen und Ärzte, Heilpraktikerinnen und Heilpraktiker, Osteopathen, Psycho- und Physiotherapeuten, Kliniken, Sanatorien, Seminarzentren, Heilpraktikerschulen sowie Mitglieder naturheilkundlicher Verbände. Viele nutzen den Naturarzt im Wartezimmer, empfehlen einzelne Ausgaben aktiv weiter oder setzen Beiträge unterstützend in Beratung und Behandlung ein.

Ein Kontakt, der nicht nach Sekunden endet

Der Wert einer Anzeige entscheidet sich nicht allein an der Auflage. Entscheidend ist, wie aufmerksam, wie lange und in welchem Zusammenhang ein Medium genutzt wird.

84% sammeln

84 % sammeln den Naturarzt

Anzeigen bleiben über den Erscheinungsmonat hinaus sichtbar und können bei erneutem Lesen wieder wirksam werden.

92 % bewerten ihn mit sehr gut oder gut

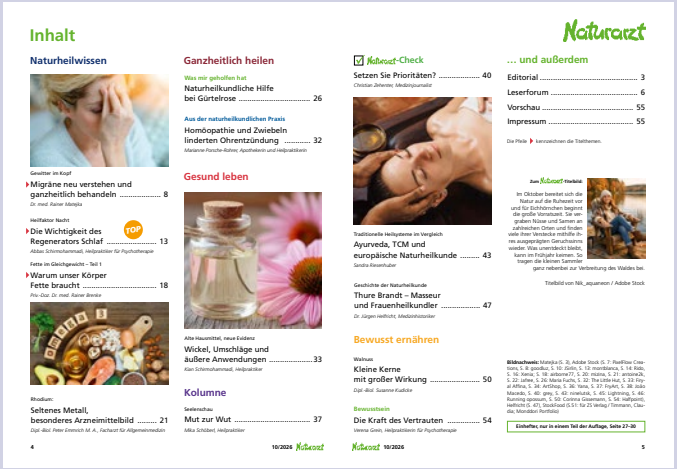
Die positive Haltung zum Medium stärkt die Aufnahmebereitschaft für passende Werbepartner.

mindestens 2,6 Kontakte je Abohaushalt

Eine Ausgabe erreicht häufig mehrere Personen im privaten Umfeld.

mindestens 85 Kontakte je Praxis und Monat

Wartezimmerexemplare schaffen außergewöhnlich viele Lesekontakte und erreichen gesundheitsinteressierte Menschen in einem hochrelevanten Moment.



Inhalt

Naturheilwissen

Gewitter im Kopf
Migräne neu verstehen und ganzheitlich behandeln 8
Dr. med. Rainer Matejka

Heilfaktor Nacht
Die Wichtigkeit des Regenerators Schlaf 13
Abbas Schirmohammadi, Heilpraktiker für Psychotherapie

Fette im Gleichgewicht – Teil 1
Warum unser Körper Fette braucht 18
Priv.-Doz. Dr. med. Rainer Bienfait

Rhodium:
Seltenes Metall, besonderes Arzneimittelbild 21
Dipl.-Biol. Peter Emmrich M. A., Facharzt für Allgemeinmedizin

Ganzheitlich heilen

Was mir geholfen hat
Naturheilkundliche Hilfe bei Gürtelrose 26

Aus der naturheilkundlichen Praxis
Homöopathie und Zwiebeln lindern Ohrentzündung 32
Marianne Forsche-Rohrer, Apothekerin und Heilpraktikerin

Gesund leben

Alte Hausmittel, neue Evidenz
Wickel, Umschläge und äußere Anwendungen 33
Alain Schirmohammadi, Heilpraktiker

Kolumne

Seelenschau
Mut zur Wut 37
Mika Schüberl, Heilpraktiker

4 10/2026 Naturarzt

Naturarzt-Check
Setzen Sie Prioritäten? 40
Christian Zellerer, Medizinjournalist

Traditionelle Heilsysteme im Vergleich
Ayurveda, TCM und europäische Naturheilkunde 43
Sandra Riesenhuber

Geschichte der Naturheilkunde
Thure Brandt – Masseur und Frauenheilkundler 47
Dr. Jürgen Helfricht, Medizinhistoriker

Bewusst ernähren

Walnuss
Kleine Kerne mit großer Wirkung 50
Dipl.-Biol. Susanne Kudlicke

Bewusstsein
Die Kraft des Vertrauten 54
Verena Green, Heilpraktikerin für Psychotherapie

Naturarzt 10/2026 5

... und außerdem

Editorial 3
Leserforum 6
Vorschau 55
Impressum 55

Die Pfeile kennzeichnen die Titelthemen.

Zum Naturarzt-Titelbild:
Im Oktober bereitet sich die Natur auf die Ruhezeit vor und für Eichhörnchen beginnt die große Vorratszeit. Sie vergraben Nüsse und Samen an zahlreichen Orten und finden viele ihrer Verstecke mithilfe ihres ausgeprägten Geruchssinns wieder. Was unentdeckt bleibt, kann im Frühjahr keimen. So tragen die kleinen Sammler ganz nebenbei zur Verbreitung des Waldes bei.

Titelbild von Nik_aquarieren / Adobe Stock

Bildnachweis: Matejka (S. 2), Adobe Stock (S. 7: PixelRose Creations, S. 8: gazalbul, S. 10: Zollin, S. 13: mantiblanca, S. 14: Rido, S. 16: Xenia, S. 18: artbome77, S. 20: mizina, S. 21: artstone26, S. 22: Lithee, S. 26: Maria Fuchs, S. 32: The Little Hut, S. 33: Fayal Affina, S. 34: ArtShop, S. 36: Yana, S. 37: FoyArt, S. 38: João Macedo, S. 40: grey, S. 43: rinkelulia, S. 45: Lightning, S. 46: Running spaceun, S. 50: Corinna Gissemann, S. 54: halfpoint), Helfricht (S. 47), StockFood (S.51: für ZS Verlag/ Timmers, Claudia, Mondelon Portfolio)

Einhefter, nur in einem Teil der Auflage, Seite 27–30

*78 **Prozent** unserer Leserinnen und Leser haben aufgrund eines Beitrags im Naturarzt bereits ein Produkt ausprobiert oder gekauft.*

*68 **Prozent** haben nach der Lektüre des Naturarzt ihre Ernährung, ihre Bewegung oder einen anderen Bereich ihres Lebensstils nachhaltig verändert.*

*74 **Prozent** nutzen Empfehlungen aus dem Naturarzt als Grundlage für Entscheidungen rund um ihre eigene Gesundheit oder die Gesundheit ihrer Familie.*

*81 **Prozent** achten beim Kauf von Gesundheitsprodukten stärker auf Qualität und Verträglichkeit als auf den niedrigsten Preis.*

*63 **Prozent** geben regelmäßig Geld für Nahrungsergänzungsmittel, Naturheilmittel oder andere gesundheitsbezogene Produkte aus.*

*57 **Prozent** investieren monatlich mehr als 100 Euro in ihre Gesundheit, darunter Präparate, hochwertige Lebensmittel, Anwendungen, Kurse und therapeutische Angebote.*

*71 **Prozent** haben durch den Naturarzt bereits ein Produkt, ein Verfahren oder eine Marke kennengelernt, die ihnen zuvor nicht bekannt war.*

*66 **Prozent** haben ein im Naturarzt vorgestelltes Produkt anschließend in einer Apotheke, einem Reformhaus, einem Fachgeschäft oder online gesucht.*

*59 **Prozent** haben nach der Lektüre eines Beitrags ein bestimmtes Präparat, eine Anwendung oder eine Therapie mit ihrem Arzt, Heilpraktiker oder Therapeuten besprochen.*

*73 **Prozent** bewahren Ausgaben des Naturarzt auf, um später erneut auf Produktempfehlungen, Anwendungen oder Bezugsquellen zurückzugreifen.*

*64 **Prozent** geben interessante Beiträge, Produkthinweise oder Ausgaben des Naturarzt an Angehörige, Freunde oder Patienten weiter.*

*76 **Prozent** empfinden Werbung im Naturarzt als besonders passend, wenn sie einen erkennbaren Bezug zum redaktionellen Schwerpunktthema besitzt.*

*69 **Prozent** schenken einem Gesundheitsprodukt mehr Aufmerksamkeit, wenn es in einem fachlich seriösen und glaubwürdigen Umfeld präsentiert wird.*

*62 **Prozent** haben bereits auf eine Anzeige, eine Beilage oder einen Produkthinweis im Naturarzt reagiert, beispielsweise durch eine Recherche, eine Anfrage oder einen Kauf.*

84 Prozent *wünschen sich neben fundierten redaktionellen Beiträgen auch konkrete Hinweise auf hochwertige Produkte, Bezugsquellen und weiterführende Angebote.*

72 Prozent *interessieren sich besonders für natürliche Arzneimittel und pflanzliche Präparate.*

67 Prozent *interessieren sich für Nahrungsergänzungsmittel, Vitamine und Mineralstoffe.*

61 Prozent *interessieren sich für gesunde, biologische und funktionelle Lebensmittel.*

56 Prozent *interessieren sich für therapeutische Anwendungen, Gesundheitsreisen, Kuren und Präventionsangebote.*

52 Prozent *interessieren sich für nachhaltige Produkte aus den Bereichen Körperpflege, Wohnen, Schlaf und gesundes Raumklima.*

79 Prozent *beschreiben den Naturarzt als glaubwürdig, fachlich fundiert und unabhängig.*

75 Prozent *vertrauen Produktempfehlungen in einem sorgfältig ausgewählten Naturarzt-Umfeld stärker als Werbung in allgemeinen Publikumsmedien.*

82 Prozent *lesen eine Ausgabe nicht nur einmal, sondern nehmen sie innerhalb mehrerer Wochen oder Monate wiederholt zur Hand.*

88 Prozent *möchten auch künftig regelmäßig über natürliche Wege zu Gesundheit, Prävention und Lebensqualität informiert werden.*



Termin- und Themenplan 2027

Für detaillierte Themenpläne kontaktieren Sie uns gerne!

Ausgabe	TOP- und Begleitthemen	Anzeigenschluss/ (Rücktrittstermin/ Anliefertermin: S. 10)	Beilagen-/ Beihefter-Anlieferung	Erscheinungs-termin
Januar	**Ernährung I**/Vitamine, gesunde Fette, Stoffwechsel	16.11.2026	23.11.2026	15.12.2026
Februar	**Immunsystem**/Atemwege, Heilpflanzen, Infekte	16.12.2026	21.12.2026	12.01.2027
März	**Darm**/Mikrobiom, Verdauung, Lebensmittelunverträglichkeiten	15.01.2027	21.01.2027	16.02.2027
April	**Nieren**/Harnwege, Wasserhaushalt, Blutdruck	15.02.2027	22.02.2027	16.03.2027
Mai	**Leber**/Stoffwechsel, Bitterstoffe, Galle	15.03.2027	19.03.2027	13.04.2027
Juni	**Bewegung**/Gelenke, Muskeln, Rückengesundheit	15.04.2027	21.04.2027	14.05.2027
Juli	**Herz und Kreislauf**/Gefäße, Blutdruck, Ausdauer	18.05.2027	21.05.2027	15.06.2027
August	**Haut**/Sonnenschutz, Allergien, natürliche Hautpflege	17.06.2027	22.06.2027	13.07.2027
September	**Ernährung im Alltag**/Blutzucker, Mineralstoffe, gesundes Altern	16.07.2027	23.07.2027	17.08.2027
Oktober	**Frauengesundheit**/Hormone, Wechseljahre, Knochengesund	16.08.2027	23.08.2027	14.09.2027
November	**Psyche und Nervensystem**/Stress, Schlaf, Erschöpfung	17.09.2027	23.09.2027	12.10.2027
Dezember	**Gesund durch den Winter**/Abwehrkräfte, Atemwege, Regeneration	18.10.2027	22.10.2027	16.11.2027

Formate und Konditionen

Rücktrittstermin für Beilagen und Umschlagseiten: 8 Wochen vor Anzeigenschluss
Anliefertermin für Druckunterlagen: jeweils 1 Woche nach Anzeigenschluss

Seiten und Seitenteile	Satzspiegel Breite x Höhe in mm	4c in €
2/1 Seiten über Bund angeschnitten	386 x 270 420 x 297	10300,-- 11300,--
1/1 Seite Umschlag U2, U4	185 x 270	5600,--
1/1 Seite	185 x 270	4600,--
3/4 Seite hoch 3/4 Seite quer	135 x 270 185 x 192	3900,--
2/3 Seite hoch 2/3 Seite quer	120 x 270 185 x 180	3700,--
1/2 Seite hoch 1/2 Seite quer	90 x 270 185 x 135	3200,--
1/3 Seite hoch 1/3 Seite Ecke 1/3 Seite quer	58 x 270 120 x 135 185 x 90	2700,--
1/4 Seite hoch 1/4 Seite Ecke 1/4 Seite quer	45 x 270 90 x 135 185 x 67	2300,--
1/6 Seite 1/6 Seite	58 x 135 120 x 67	2100,--
1/8 Seite 1/8 Seite 1/8 Seite 1/8 Seite	45 x 135 90 x 67 185 x 33 120 x 45	880,--
1/12 Seite 1/12 Seite	58 x 67 120 x 33	730,--
1/16 Seite 1/16 Seite	45 x 67 90 x 33	630,--
1/24 Seite	58 x 33	210,--
1/32 Seite	45 x 33	160,--



Zuschläge
Platzierung:
20 % vom Brutto-Seitenpreis
Satzspiegelüberschreitung:
10 % vom Brutto-Seitenpreis
Sonderfarben: € 614,-- pro Farbe
Sämtliche Preise zzgl. MwSt.

Rabatte

Nachlässe auf Grundpreise für Jahresabschlüsse
(Veröffentlichung innerhalb 12 Monaten)

Malstaffel		Mengenstaffel	
3 Anzeigen	3 %	2 000 mm	3 %
6 Anzeigen	10 %	6 000 mm	10 %
12 Anzeigen	15 %	12 000 mm	15 %

Konditionen für Fließsatzanzeigen

Preis je Druckzeile (max. 40 Buchstaben, Zahlen und Freiräume - mindestens 3 Druckzeilen)
€ 15,– (zzgl. MwSt.),
€ 10,– Chiffregebühr.

Fließsatzanzeigen nur gegen Genehmigung zum Lastschriftverfahren.

Fließtextanzeigen sowie Beilagen und Einhefter sind nicht rabattfähig. Sämtliche Preise zzgl. MwSt.

Sämtliche Auslands-Aufträge nur gegen Vorkasse ausschließlich auf unser IBAN-Konto:
IBAN: DE67 5007 0024 0370 2016 00
BIC: DEUTDEDBFRA



Beilagen – Konditionen und Formate

Format:	Mindestformat	105 x 148 mm
	Höchstformat	200 x 280 mm
Konditionen:	Bis 25g Gewicht € 180,– pro Tausend incl. Postgebühren. Höhere Gewichtsklassen auf Anfrage. Beilagen-Rechnungen sind nach Erhalt der Voraus-Rechnung – spätestens jedoch bis zum Anzeigenschluss – zu begleichen.	
Teilbeilagen:	Mindestauflage 10.000 Exemplare.	
Annahme:	Auftragserteilung mit 5 Beilagen-Mustern erforderlich. Auftrag gilt als angenommen nach schriftlicher Bestätigung durch den Verlag.	
Liefertermin/ Rücktritt:	siehe Terminplan (Seite 9).	
Techn. Details:	Die Beilagen müssen aus einem Teil bestehen, da eine maschinelle Verarbeitung erfolgt. Leporello-Prospekte sind nicht möglich.	

Einhefter – Konditionen und Formate

Bestandteil der Zeitschrift. Nur Belegung der Gesamtauflage möglich.

Technische Daten:	Größtes Rohformat offen 430 x 315 mm Kopfbeschnitt 5 mm Anzuliefern: unbeschnitten, gefalzt auf 215 x 315 mm plus 10 mm Greiffalz am hinteren Schenkel. Gewicht bei 4 Seiten mindestens 80 g/m2.
Konditionen:	4 Seiten € 14.000,–, 8 Seiten € 28.000,–. Eventuell anfallende Postgebühren werden zusätzlich berechnet. Sämtliche Preise zzgl. MwSt.

Versandanschrift für Beilagen und Einhefter:

BONIFATIUS Druckerei GmbH
Naturarzt
Karl-Schurz-Str. 26
33100 Paderborn
Kostenfreie Anlieferung.
Anliefertermin gemäß Auftragsbestätigung.

Technische Daten für Anzeigen-Vorlagen

Druckverfahren:	Rollenoffset
Papier: Inhalt:	70 g/m2 fein h'haltig mattgestr. Bilderdruck
Umschlag:	135 g/m2 h'frei weiß glänzend Bilderdruck
Druckvorlagen:	Digitale Daten - Datenanlieferung: Acrobat PDF/X:

- PDF/X4 oder PDF/X3
- Alle Transparenzen müssen möglichst reduziert sein
- 3 mm Beschnitt, keine Passermarken und Farbkontrollstreifen! Abstand der Schnittmarken 3 mm
- Vollständig eingebettete Schriften, keine Untergruppen
- Bildauflösung mindestens 300 dpi
- Farbprofil: „PSOCoated_V3.icc", erhältlich unter: www.eci.org
- Keine Kommentare, Notizen, Formulare, o. ä.
- Farbraum CMYK (Daten in RGB-Farben können konvertiert werden, jedoch ohne Gewähr für ein konsistentes Farbergebnis!)

Datenübertragung:	per e-mail direkt an wilfried.juengel@naturarzt-access.de
	Zur Übertragung größerer Datenmengen per FTP bitte Zugangsdaten erfragen.

Bei gelieferten Dateien (per CD, DVD, FTP-Übertragung kann ohne entsprechende Ausdrucke, Farbproofs und Farbausdrucke keine Gewähr für die Richtigkeit der Belichtung und des Druckes übernommen werden.

Bei technischen Fragen wenden Sie sich bitte direkt an unseren Verlag. Tel. 0 61 74/92 63-0.



10% für Print-Freunde

Verlängern Sie Ihre Präsenz dorthin, wo die Suche weitergeht

Wer einen Beitrag gelesen hat, sucht häufig weiter, vertieft ein Thema oder prüft konkrete Angebote. Mit einer digitalen Verlängerung bleibt Ihre Marke in diesem Prozess sichtbar.

Die Website des Naturarzt verzeichnet nach bisheriger Angabe durchschnittlich rund 230.000 Besuche im Monat und gehört damit zu den etablierten deutschsprachigen Informationsangeboten für Naturheilkunde.

Die gängigsten Banner

- Wide Skyscraper (160 x 600 px)
- Leaderboard (728 x 90 px)
- Content Ad (300 x 250 px)

Alle Seiten: € 450,00 pro Monat + MwSt.

Unsere Print-Werbepartner erhalten 10 % Freundschaftsrabatt auf ihre online-Werbung.

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen und Fremdbeilagen in Zeitungen und Zeitschriften

1. „Anzeigenauftrag" im Sinn der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten in einer Druckschrift zum Zweck der Verbreitung.
2. Anzeigen sind 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 der in Satz 1 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht wird.
3. Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in Ziffer 2 genannten Frist auch über die im Auftrag genannte Anzeigenmenge hinaus weitere Anzeigen abzurufen.
4. 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 gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Verlag zu erstatten. Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht.
5. Entfällt.
6. Aufträge für Anzeigen 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. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.
7. Text-Anzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens drei Seiten an den Text und nicht an andere Anzeigen angrenzen. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige" deutlich kenntlich gemacht ist. Dies gilt auch für Aufträge, die bei Geschäftsstellen, Annahmestellen oder Vertretern aufgegeben werden. Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Musters der Beilage und deren Billigung bindend. Beilagen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung oder Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen.
8. Der Verlag behält sich vor, Anzeigenaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – und Beilagenaufträge wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Verlages abzulehnen, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder deren Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist.
9. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen, Beilagen und Einhefter ist 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.
10. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder bei unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Lässt der Verlag eine ihm hierfür gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Schadenersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsabschluss und unerlaubter Handlung sind – auch bei telefonischer Auftragserteilung – ausgeschlossen. Schadenersatzansprüche aus Unmöglichkeit der Leistung und Verzug sind beschränkt auf Ersatz des vorhersehbaren Schadens und auf das für die betreffende Anzeige oder Beilage zu zahlende Entgelt. Dies gilt nicht für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit des Verlegers, seines gesetzlichen Vertreters und seines Erfüllungsgehilfen. Eine Haftung des Verlages für Schäden wegen des Fehlens zugesicherter Eigenschaften bleibt unberührt. Im kaufmännischen Geschäftsverkehr haftet der Verlag darüber hinaus auch nicht für grobe Fahrlässigkeit von Erfüllungsgehilfen. In den übrigen Fällen ist gegenüber Kaufleuten die Haftung für grobe Fahrlässigkeit dem Umfang nach auf den voraussehbaren Schaden bis zur Höhe des betreffenden Anzeigenentgelts

beschränkt. Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.
11. 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 mitgeteilt werden.
12. Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.
13. Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung sofort nach Veröffentlichung der Anzeige übersandt. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen, vom Empfang der Rechnung an laufenden Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.
14. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlungen verlangen.
Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Anzeigenabschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf das ursprünglich vereinbarte Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.
15. Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages werden Anzeigenausschnitte, Belegseiten oder vollständige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.
16. Kosten für die Anfertigung bestellter Repros und gestalteter Satzanzeigen sowie vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.
17. Bei Ziffernanzeigen verwendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Eilbriefe auf Ziffernanzeigen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet.
18. Die Eingänge auf Ziffernanzeigen werden vier Wochen aufbewahrt. Zuschriften, die in dieser Frist nicht abgeholt sind, werden vernichtet. Wertvolle Unterlagen sendet der Verlag zurück, ohne dazu verpflichtet zu sein. Der Verlag behält sich im Interesse und zum Schutz des Auftraggebers das Recht vor, die eingehenden Angebote zur Ausschaltung von Missbrauch des Zifferndienstes zu Prüfzwecken zu öffnen. Zur Weiterleitung von geschäftlichen Anpreisungen und Vermittlungsangeboten ist der Verlag nicht verpflichtet.
19. Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages.
20. Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages.
Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand der Sitz des Verlages. Soweit Ansprüche des Verlages nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nicht-Kaufleuten nach deren Wohnsitz.
Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers, auch bei Nicht-Kaufleuten, im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragsschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart.

Zusätzliche Geschäftsbedingungen des Verlages

1. Die Inserenten tragen die alleinige Verantwortung für Inhalt, Gestaltung und Aussagen ihrer Anzeigen.
Verstöße gegen das Arzneimittel-, Heilmittel-, Lebensmittel- und Wettbewerbsrecht, die von Verbraucherschutzorganisationen oder befugten Einzelpersonen kostenpflichtig abgemahnt bzw. juristisch verfolgt werden, gehen zu Lasten der Inserenten.
2. Der Verlag behält sich das Recht vor, Anzeigenaufträge, auch ohne Angaben von Gründen, abzulehnen. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.