

MEDIADATEN 2027

Ihre Marke dort, wo Gesundheitsentscheidungen fallen.

Das Endkundenmagazin im Sanitätsfachhandel – bundesweit,
glaubwürdig und nah an den Menschen.



55.000
Exemplare pro Ausgabe

4
Ausgaben pro Jahr

bundesweit
im Sanitätsfachhandel

PRINT

ONLINE

SOCIAL MEDIA

CONTENTMARKETING

Warum Werbung in SAM wirkt

Nähe schafft Relevanz. Vertrauen schafft Wirkung.

Das **SANITÄTSHAUS AKTUELL MAGAZIN** erreicht Menschen nicht irgendwo, sondern in einem besonders relevanten Moment: wenn Gesundheit, Mobilität, Versorgung und Lebensqualität konkret werden. Das Magazin liegt bundesweit im Sanitätsfachhandel sowie bei ausgewählten regionalen Kooperationspartnern aus – dort, wo Rezepte eingelöst, Hilfsmittel erklärt, Produkte ausprobiert und Kaufentscheidungen vorbereitet werden.

Viermal im Jahr verbindet **SAM** verständlichen Gesundheitsjournalismus mit praktischem Alltagsnutzen. Fachlich fundierte Beiträge, Interviews mit Expertinnen und Experten, Erfahrungs-

berichte und Serviceformate machen komplexe Themen greifbar – von Orthopädie, Rehathechnik und Kompression über Pflege und Homecare bis zu Prävention, Bewegung, Ernährung, Reisen und Wohlbefinden.

Für Sie als Werbekunde entsteht daraus ein hochwertiges Umfeld: Ihre Marke erreicht Leserinnen und Leser mit konkretem Informationsbedarf – in einem Medium, das Orientierung bietet und im vertrauten Umfeld des Sanitätshauses genutzt wird. Redaktionelle Inhalte und Werbung werden klar voneinander getrennt. Das schützt die Glaubwürdigkeit des Magazins – und stärkt die Wirkung seriöser Markenkommunikation.

Relevant statt beliebig

Kontakt zu Menschen, die sich aktiv mit Gesundheit, Versorgung oder Selbstständigkeit beschäftigen.

Nah am Entscheidungsort

Präsenz im Sanitätsfachhandel und bei gesundheitsbezogenen Kooperationspartnern.

Glaubwürdiges Umfeld

Journalistisch aufbereitete Inhalte und eine klare Trennung von Redaktion und Werbung.

Länger sichtbar

Print bleibt liegen, wird weitergegeben und kann mehrfach genutzt werden.





Menschen mit echtem Informations- und Versorgungsbedarf

SAM erreicht Nutzende, Mitentscheidende und Multiplikatoren rund um Gesundheit und Hilfsmittelversorgung.

Rezeptkundinnen und -kunden

Menschen, die ein Hilfsmittel verordnet bekommen haben und Orientierung zu Anwendung, Nutzen und Versorgung suchen.

Selbstzahlende

Gesundheitsbewusste Verbraucherinnen und Verbraucher, die gezielt in Komfort, Prävention, Mobilität und Lebensqualität investieren.

Angehörige und Pflegende

Menschen, die Produkte mitauswählen, die Versorgung organisieren oder Betroffene im Alltag unterstützen.

Menschen mit chronischen Beschwerden

Leserinnen und Leser, für die Kompression, Orthopädie, Reha-technik, Inkontinenz- oder Homecareversorgung dauerhaft relevant sind.

Ärztliche und pflegerische Multiplikatoren

Arztpraxen, Pflegedienste, Kliniken, Einrichtungen und Selbsthilfegruppen, die Informationen weitergeben und Entscheidungen begleiten.

Gesundheitsinteressierte

Leserinnen und Leser, die praktische Impulse zu Bewegung, Ernährung, Reisen, Fitness und Wohlbefinden nutzen.

Ihr Werbevorteil

Sie erreichen nicht nur die spätere Nutzerin oder den späteren Nutzer eines Produkts, sondern häufig auch Angehörige, Beratende und weitere Personen, die eine Entscheidung mittragen.

Geeignete Werbefelder: Hilfsmittel und Medizinprodukte, Mobilität und Reha, Orthopädie, Kompression, Pflege und Homecare, Gesundheitstechnik, Prävention, Bewegung, Ernährung, Reisen und alltagsnahe Dienstleistungen.



Termine und Themen 2027

Vier Ausgaben, vier starke Titelthemen und zahlreiche passende Fokusthemen für Ihre Markenkommunikation.

1/2027 (Nr. 49)

AS/DU: 04.01.2027
ET: 15.02.2027

TITELTHEMA: Kniearthrose aktiv und schmerzfrei begegnen

FOKUS 1: Rollatoren im Frühjahrscheck – Sicher mobil nach Herbst und Winter

FOKUS 2: Pflegegrad, Antrag, Zuschuss – schneller zur passenden Versorgung

FOKUS 3: Rückenbandagen als Stütze bei der Haus- und Gartenarbeit

FOKUS 4: Diabetisches Fußsyndrom – Prävention, Pflege und Maßschuhversorgung

2/2027 (Nr. 50)

AS/DU: 02.04.2027
ET: 15.05.2027

TITELTHEMA: Entspannt in den Urlaub: transportable Hilfsmittel

FOKUS 1: Cool bleiben bei Hitze: Venen, Ödeme und Kompression im Sommer

FOKUS 2: Sicher unterwegs – Bandagen und Orthesen für verschiedene Gelenke

FOKUS 3: Brustversorgung im Sommer – Bademode, Leichtigkeit und Körpergefühl

FOKUS 4: Stoma im Sommer – Schwimmen, Schwitzen und Diskretion auf Reisen

3/2027 (Nr. 51)

AS/DU: 02.07.2027
ET: 15.08.2027

TITELTHEMA: Kinder an die Macht – Mobilitätshelfer, die mitwachsen

FOKUS 1: Lipödem und Lymphödem im Alltag: Kompression, Bewegung, Selbstmanagement

FOKUS 2: Rücken in Balance – Was hilft bei Schmerzen, Fehlhaltung und Beschwerden der Bandscheibe.

FOKUS 3: Sturzprävention im Herbst – Sicher durch die nasse Jahreszeit

FOKUS 4: Inkontinenz ohne Tabu – Diskrete Hilfen und neue Routinen für Tag und Nacht

4/2027 (Nr. 52)

AS/DU: 04.10.2027
ET: 15.11.2027

TITELTHEMA: Geborgen und sicher – Das Pflegezimmer optimal einrichten

FOKUS 1: Narben, Verbrennungen, empfindliche Haut – Versorgung, die schützt

FOKUS 2: Schritte wagen: Moderne Schuhversorgung beim diabetischen Fuß

FOKUS 3: Moderne Versorgung bei offenen Beinen und Druckstellen

FOKUS 4: Maßarbeit aus Scanner und Drucker: Wie Digitaltechnik Hilfsmittel individualisiert

AS = Anzeigenschluss | DU = Druckunterlagenschluss | ET = Erscheinungstermin.
Themenänderungen aus aktuellem Anlass bleiben vorbehalten.

In jeder Ausgabe zusätzlich: Kindermagazin Mini-SAM, Kolumne Körper und Geist, Digitales, Kultur-tipps, Rätsel, Verlosungen, Preisaktionen und weitere Servicethemen.

**55.000**

Druckauflage je Ausgabe

9.500

Ausgabestellen je Ausgabe

1.500.000

Leserreichweite je Ausgabe

12.000

Rückmeldungen je Ausgabe

Printformate und Preise 2027

Vom aufmerksamkeitsstarken Premiumplatz bis zur kompakten Produktanzeige.

Format	Satzspiegel B × H	Endformat	Anschnittformat inkl. 3 mm Beschnitt	Preis 2027
1/1 U2	-	210 × 297 mm	216 × 303 mm	5.490 €
1/1 U3	-	210 × 297 mm	216 × 303 mm	5.290 €
1/1 innen	-	210 × 297 mm	216 × 303 mm	5.090 €
1/2 hoch	90 × 260 mm	105 × 297 mm	111 × 303 mm	2.790 €
1/2 quer	180 × 130 mm	210 × 149 mm	216 × 155 mm	2.790 €
1/3 hoch	60 × 260 mm	70 × 297 mm	76 × 303 mm	1.990 €
1/3 quer	180 × 87 mm	210 × 100 mm	216 × 106 mm	1.990 €
1/4 hoch	45 × 260 mm	52 × 297 mm	58 × 303 mm	1.590 €
1/4 quer	180 × 65 mm	210 × 74 mm	216 × 80 mm	1.590 €
1/8 hoch	45 × 125 mm	52 × 145 mm	58 × 151 mm	990 €
1/8 quer	85 × 65 mm	100 × 74 mm	106 × 80 mm	990 €

Platzierungswünsche sind auf Anfrage möglich und werden mit einem Aufschlag von 10 % auf den regulären Anzeigenpreis berechnet. Alle Preise zzgl. gesetzlicher Umsatzsteuer. Bei Anschnittanzeigen sind 3 mm Beschnitt rundum anzulegen.

Jahresstaffel

3 %
bei 2 Buchungen

5 %
bei 3 Buchungen

8 %
bei 4 Buchungen

Rabatte gelten innerhalb eines Kalenderjahres für einen Auftraggeber. Sonderkosten, Produktionsleistungen, Beilagen, Porto und bereits rabattierte Pakete sind nicht rabattfähig. Rabatte werden nicht kumuliert. Agenturprovision: 10 % | Alle Preise zzgl. MwSt.
Für alle Anzeigenbuchungen gelten die Anzeigen-AGB des Hilfsmittelverlags. Den vollständigen Wortlaut finden Sie hier: www.hilfsmittelverlag.de/aggb

Beispiele für Anzeigenformate



1/1
210 × 297 mm



1/2 hoch
105 × 297 mm



1/2 quer
210 × 149 mm



1/3 hoch (Satzspiegel)
60 × 260 mm



1/4 quer (Satzspiegel)
180 × 65 mm

Mehr als eine Anzeige

Contentmarketing und Sonderwerbeformen für erklärungsbedürftige Produkte und aufmerksamkeitsstarke Aktionen.

Advertorial – angeliefert

Sie liefern Text und Bildmaterial. Der Verlag prüft Verständlichkeit, Werbekennzeichnung und technische Umsetzbarkeit. Abrechnung: Anzeigenpreis plus 5 % Bearbeitungszuschlag.

Beihefter, Beikleber und Warenproben

Beihefter, Beikleber und Warenproben sind nach technischer, rechtlicher und produktionstechnischer Prüfung möglich. Informationen zu Preis, Gewicht und Liefertermin erhalten Sie auf Anfrage.

Beilagen

Gewicht: bis 25 g. Format: maximal 200 × 280 mm. Mindestbelegung: 25.000 Exemplare. Der Preis beträgt ab 95 € je 1.000 Exemplare, zuzüglich Handling- und gegebenenfalls Versandkosten.

Verbindliche Kennzeichnung

Werbliche Inhalte werden als „Anzeige“, „Advertorial“ oder „Anzeige/Sonderveröffentlichung“ gekennzeichnet. Die Redaktion behält sich aus Gründen der Glaubwürdigkeit und rechtlichen Sicherheit die endgültige Freigabe vor.

Beilagen und Sonderwerbeformen sind nicht rabattfähig. Drei verbindliche Muster müssen vor Produktionsfreigabe vorliegen. Liefermenge, Lieferanschrift und Kennzeichnung werden mit der Auftragsbestätigung mitgeteilt.



Printimpulse digital verlängern

Websitebanner

Ihr Websitebanner erscheint für eine definierte Laufzeit auf der Magazinwebsite sani-magazin.de. Desktop- und Mobilformat, Platzierung und variable Laufzeit werden individuell vereinbart.

Websitebanner-Optionen

Disruptor

690 € für 4 Wochen
728 × 90 px (Desktop)
300 × 150 px (Mobil)

Medium Rectangle

690 € für 4 Wochen
300 × 250 px (Desktop/Mobil)

Billboard

790 € für 4 Wochen
970 × 250 px (Desktop)/300 × 150 px (Mobil)

Custom Ad gewünscht?

Sie wollen zusätzlich unsere Social-Media-Kanäle bespielen? Sprechen Sie uns an!





Technische Anforderungen für Anzeigen

Damit Ihre Anzeige ohne Verzögerung und Zusatzkosten produziert werden kann.

Dateiformat

Druckfähiges PDF/X-4; PDF/X-1a:2001 nur nach vorheriger Abstimmung. Eine Anzeige pro PDF. Keine Passwörter, Verschlüsselungen, Sicherheits- oder Bearbeitungsbeschränkungen; keine interaktiven Inhalte.

Auflösung

Maßgeblich ist die effektive Auflösung in Endgröße: Farb- und Graustufenbilder mindestens 300 dpi, Strich- und Bitmapgrafiken mindestens 1.200 dpi.

Sicherheitsabstand

Texte, Logos, QR-Codes und andere wichtige Elemente mindestens 5 mm innerhalb des Endformats platzieren.

Schriften und Schwarz

Alle Schriften vollständig einbetten. Kleinen schwarzen Text ausschließlich in 100 Prozent Schwarz anlegen.

Transparenzen und Komprimierung

Transparenzen dürfen in PDF/X-4 erhalten bleiben. Eine Transparenzreduzierung ist nicht erforderlich. LZW-Komprimierung ist nicht zulässig.

Farbe und OutputIntent

Druckdaten in CMYK. Beim Export „In Zielprofil konvertieren (Werte beibehalten)“ wählen. Zielprofil und OutputIntent: ISO Coated v2 (ECI). RGB-Daten und nicht vereinbarte Sonderfarben sind vor beziehungsweise beim Export korrekt zu konvertieren.

Beschnitt

Bei Anschnittanzeigen rundum 3 mm Beschnitt anlegen. Hintergründe und randabfallende Bilder vollständig bis zum äußeren Anschnitttrand führen.

Druckermarken

Bei PDF/X-4 Schnittmarken, Farbkontrollstreifen und Seiteninformationen aktivieren. Anschnitts- und Passermarken deaktivieren. Versatz der Schnittmarken: 3 mm.

Seitengeometrie

Die TrimBox muss exakt dem gebuchten Endformat entsprechen. Bei Anschnittanzeigen umfasst die BleedBox zusätzlich 3 mm Beschnitt rundum. Keine unbeabsichtigten Weißflächen oder abweichenden Formate.

Farbverbindlichkeit

Für farbkritische Motive ist ein verbindlicher Contract Proof nach ISO 12647-7 erforderlich. Ohne Proof kann keine Farbverbindlichkeit zugesichert werden.

Datenanlieferung und Prüfung

1. Anlieferung: Druckdaten bis zum Druckunterlagenschluss über den vereinbarten Upload-Link oder per E-Mail an mr@hilfsmittelverlag.de senden.
2. Eingangsprüfung: Der Verlag prüft Dateiformat, Seitenformat, Beschnitt, Auflösung und Farbraum im Rahmen eines technischen Standardchecks.
3. Rückmeldung: Daten, die nicht den Spezifikationen entsprechen, werden zur Korrektur an den Auftraggeber zurückgesendet. Der vereinbarte Druckunterlagenschluss bleibt verbindlich.
4. Korrekturen durch den Verlag: Übernimmt der Verlag technische Anpassungen oder den Neuaufbau, wird der Aufwand nur nach vorheriger Freigabe berechnet. Eine Korrektur ist bei geschlossenen PDF-Dateien nicht in jedem Fall möglich.
5. Freigabe: Nimmt der Verlag Änderungen vor, erhält der Auftraggeber einen Korrekturabzug zur schriftlichen Freigabe.
6. Verspätete Daten: Bei verspäteter oder fehlerhafter Anlieferung kann die gebuchte Platzierung nicht garantiert werden. Entstehende Fremd- oder Zusatzkosten werden weiterberechnet.

Hinweis

Jeder zusätzliche Arbeitsschritt in der Druckvorstufe verursacht Kosten. Bitte liefern Sie Ihre Anzeige deshalb exakt nach diesen Spezifikationen. Eine ausführliche PDF-Exportanleitung und geprüfte InDesign-Joboptions stellen wir auf Anfrage zur Verfügung.

Kompakter Datencheck vor dem Versand

- PDF/X-4 erstellt
- eine Anzeige pro PDF
- ISO Coated v2 (ECI) als Zielprofil und OutputIntent
- Farbkonvertierung „In Zielprofil konvertieren (Werte beibehalten)“ gewählt
- effektive Bildauflösung mindestens 300 dpi
- Strich- und Bitmapgrafiken mindestens 1.200 dpi
- TrimBox beziehungsweise Endformat korrekt
- BleedBox mit 3 mm Beschnitt rundum
- Druckermarken nach PDF/X-4-Vorgabe
- 5 mm Sicherheitsabstand eingehalten
- Schriften vollständig eingebettet
- keine unkonvertierten RGB-Daten oder Sonderfarben
- keine Passwörter oder Sicherheitseinstellungen
- keine interaktiven Inhalte und keine LZW-Komprimierung
- Datei eindeutig benannt
- Druckdaten fristgerecht angeliefert



Buchung, Beratung und Kontakt

Wir planen mit Ihnen die passende Präsenz – vom einzelnen Printformat bis zur crossmedialen Kampagne.



CHEFREDAKTEUR

Christian Sujata

Telefon: 0234 54475-123
E-Mail: cs@hilfsmittelverlag.de



ANZEIGEN- UND VERTRIEBSLEITUNG

Martin Rutemöller

Telefon: 0179 6896 570
E-Mail: mr@hilfsmittelverlag.de

Verlag und Herausgeber

Hilfsmittelverlag GmbH | Flurstraße 6 | 07586 Kraftsdorf
info@hilfsmittelverlag.de | www.hilfsmittelverlag.de

Geschäftsführer: Peter Carqueville, Christian Sujata und Felix Carqueville. Registergericht: Amtsgericht Jena, HRB 523793.

Konditionen

- **Preise:** alle Angaben in Euro zzgl. gesetzlicher Umsatzsteuer.
- **Zahlungsziel:** 14 Tage nach Rechnungsdatum ohne Abzug.
- **Gültigkeit:** Diese Preisliste gilt ab dem 1. Januar 2027.
- **AGB:** Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen des Hilfsmittelverlags in der jeweils aktuellen Fassung.
- **Buchung:** Aufträge werden mit der schriftlichen Auftragsbestätigung verbindlich.

Ihre Kampagne im SANITÄTSHAUS AKTUELL MAGAZIN

Sprechen Sie mit uns über Ihre Ziele. Wir beraten Sie transparent und verbindlich und empfehlen Ihnen das Format, das zu Ihrem Thema, Ihrer Zielgruppe, der gewünschten Laufzeit und Ihrem Budget passt – ohne unnötige Streuverluste.

