



GESÜNDER Leben

Mediadaten 2026

Seite	INHALT
2	Titelportrait
3	Gesundheits-Zielgruppen
4	Gesundheitsinteresse der Österreicher
5	Einkaufsverhalten der Österreicher
6	Ressorts im Überblick
7	Gesundheit & Vitalität
8	Schönheit & Pflege
9	Essen & Genießen
10	Wellness & Wohlbefinden
11	Tarife & Werbemöglichkeiten
12	Sonderwerbeformen
13	Frequenz zahlt sich aus!
14	Termine & Themenvorschau
15	Kontakt

1

**GESUNDHEITSMAGAZIN
MIT RELEVANZ &
MEHRWERT**

**2**

**UMFASSENDES
MEDIEN-NETZWERK
DER MEDIAPRINT**

**3**

**DIREKT UND MIT
FOKUS AUF DIE
KERNZIELGRUPPE**



TITELPORTRAIT

Kompetenz seit drei Jahrzehnten

Gesünder Leben ist seit über 30 Jahren ein kompetenter Ratgeber für eine **kaufkräftige Leserschaft**, die bereit ist, in einen bewussten Lebensstil zu investieren.

Das Magazin bietet Themenvielfalt, Hintergrundinformationen und Tipps zu Produkten und Dienstleistungen aus dem Gesundheitsbereich.

MEDIA CHECK

Mediadaten:

198.000 LeserInnen / 54.140 Stück Druckauflage /
51.286 Stück verbreitete Auflage inkl. Ausland

Vertriebsweg:

Einzelhandel, Abonnement, Arztpraxen, Apotheken,
Gesundheitsevents, Messen

Erscheinungsrhythmus:

10x jährlich jeweils am Anfang des Monats. In den
Monaten Juli/August sowie Dezember/Jänner als Doppelausgabe.

Anzeigenschluss:

24 Tage vor Erscheinen

**GESÜNDER
Leben**



10x im Jahr

Österreichs Gesundheits-
Community erreichen

Interessenstypen
AFFINITÄT >130



Lesebeispiel:

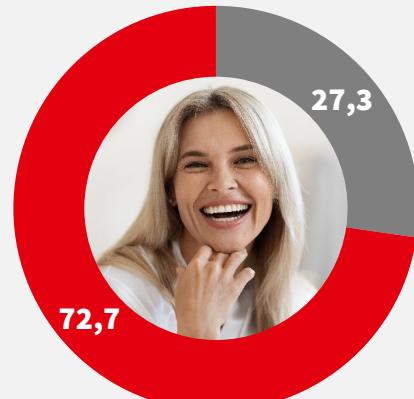
82,9 % der LeserInnen
entsprechen dem Interessenstyp
„Gesund & bewusst leben“

Ihre Gesundheits-Zielgruppen

KERNZIELGRUPPE FRAUEN AB 40 JAHREN

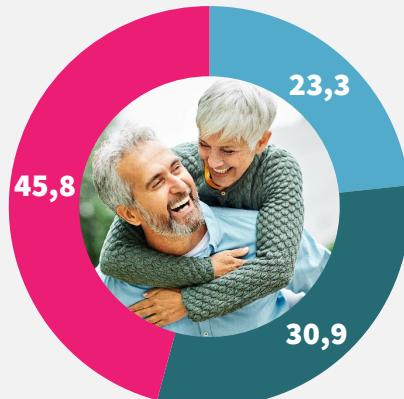
4,4 % Reichweite – 58,1 % Anteil in der Leserschaft

Geschlecht in %



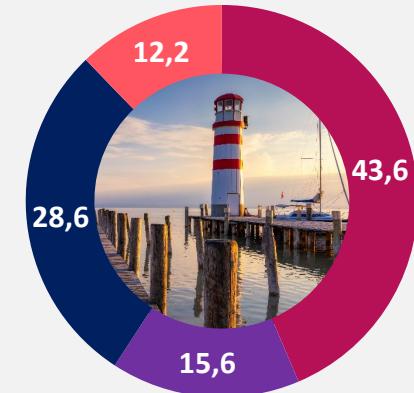
■ Männer
■ Frauen

Altersstruktur in %



■ 14 - 39 Jahre
■ 40 - 59 Jahre
■ 60+

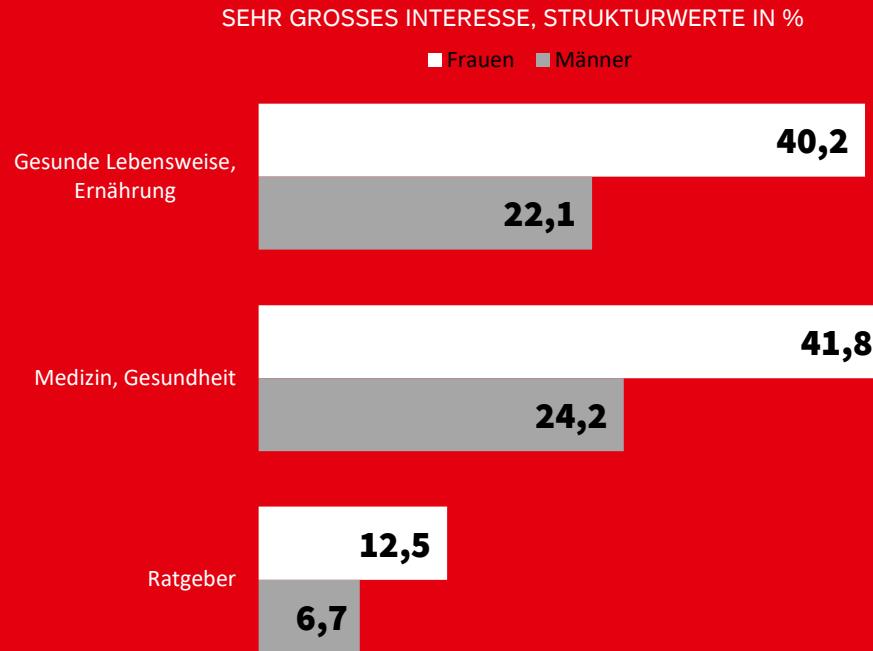
Regionale Struktur in %



■ Wien, Niederösterreich, Burgenland
■ Steiermark, Kärnten
■ Oberösterreich, Salzburg
■ Tirol, Vorarlberg

Gesundheitsinteresse der Österreicher

STARK ÜBERDURCHSCHNITTLICHES THEMENINTERESSE BEI FRAUEN



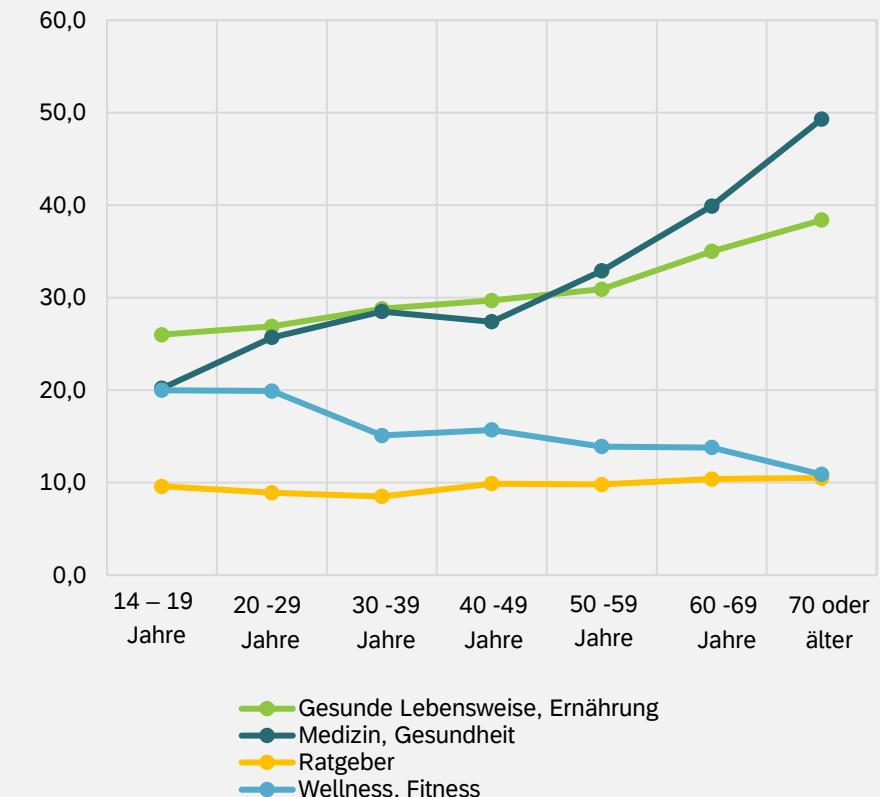
Quelle: MA24/25, sehr großes Interesse, Strukturwerte in %



GESÜNDER
Leben

STARK ÜBERDURCHSCHNITTLICHES THEMENINTERESSE MIT ZUNEHMENDEM ALTER

SEHR GROSSES INTERESSE, STRUKTURWERTE IN %



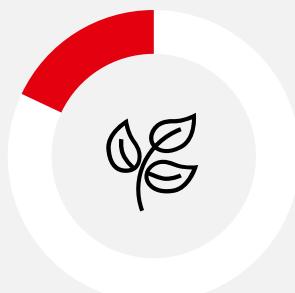
Einkaufsverhalten der Österreicher

**STATIONÄRER HANDEL ÜBERWIEGT,
FRAUEN ALS KAUFENTSCHIEDER**



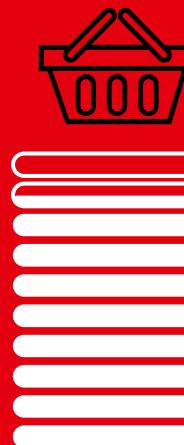
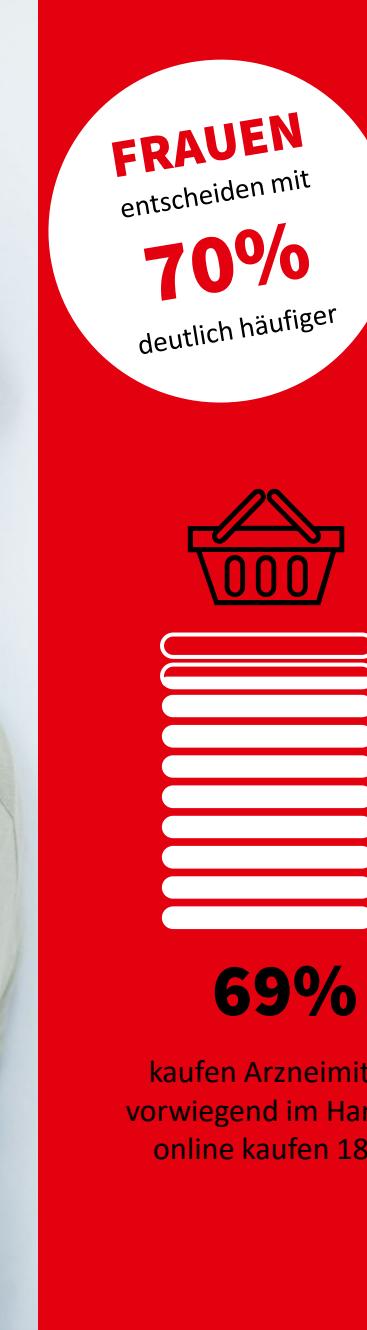
55%

kaufen mindestens
1x monatlich in
Apotheken ein



25%

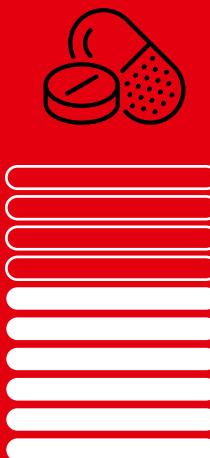
kaufen mindestens
1x monatlich in Bioläden
und Reformhäusern ein



69%

kaufen Arzneimittel
vorwiegend im Handel,
online kaufen 18 %

GESÜNDER
Leben



62%

entscheiden beim
Arzneimittelkauf
alleine

In unseren Ressorts im passenden Umfeld

GESÜNDER
Leben



RESSORT
Gesundheit & Vitalität

95,6 %

der Gesünder Leben-Leserschaft
haben Interesse an
Medizin und Gesundheit.



RESSORT
Schönheit & Pflege

72,4 %

der Gesünder Leben-Leserschaft
haben Interesse an
Körper- und Hautpflege, Kosmetik & Frisuren.



RESSORT
Essen & Genießen

92,5 %

der Gesünder Leben-Leserschaft
haben Interesse an
gesunder Ernährung & Lebensweise.



RESSORT
Wellness & Wohlbefinden

71,8 %

der Gesünder Leben-Leserschaft
haben Interesse an
Wellness und Fitness.

Gesundheit & Vitalität

RELEVANTE ZIELGRUPPEN SCHÄTZEN RELEVANTEN CONTENT.

So vielfältig wie das Leben sind auch die Inhalte im Magazin. In insgesamt vier Ressorts finden sich Anregungen rund um ein ganzheitlich gesundes Leben. Neues aus der Welt der Medizin, Vorsorgetipps von Experten und allerlei Patientengeschichten!

Ein authentisches Umfeld für Werbende.

95,6 %

der Gesünder Leben-Leserschaft haben Interesse an **Medizin und Gesundheit**.

81,1 % der Gesamtbevölkerung

Quelle: MA 24/25 angeführte Zielgruppen, Strukturwerte

Schönheit & Pflege



RELEVANTE ZIELGRUPPEN SCHÄTZEN REDAKTIONELLE VIELFALT

Mit ästhetischer Bildansprache und umfassenden Informationen über **Beauty & Wellbeing** machen wir die Welt der Schönheitspflege erlebbar. Unsere Leser lieben interessante Beautytipps, sowie exklusive Trendthemen. **Starke Marken** profitieren von dieser Customer Journey.

72,4 %

der Gesünder Leben-Leserschaft haben Interesse an **Kosmetik, Haut- und Körperpflege**.

49,5 %

der Gesamtbevölkerung

Quelle: MA 24/25, angeführte Zielgruppen, Strukturwerte



Essen & Genießen



GESÜNDER Leben

RELEVANTE ZIELGRUPPEN SCHÄTZEN ABWECHSLUNGSREICHE KÜCHE

Genuss spricht sich herum. Dieses Ressort erreicht anspruchsvolle Genießer auf dem Interessensgebiet Kochen & Backen. Qualitätsbewusste Ernährung, köstliche Rezeptideen und gesunde Ernährungstipps machen diesen Lesestoff zu einem anhaltenden Geschmackserlebnis.

92,5 %

der Gesünder Leben-Leserschaft haben Interesse an **gesunder Ernährung**.

80,3 % der Gesamtbevölkerung

Wellness & Wohlbefinden



GESÜNDER
Leben

RELEVANTE ZIELGRUPPEN SCHÄTZEN KLUGE TIPPS

Werbemomente zum Innehalten. Mit dieser Rubrik wird daraus Wohlfühlen. Die meisten Leser erreichen wir in einer entspannten Situation mit Tipps für die Seele, aktuelle Sportthemen und Wellnessinfos zum Auftanken. **Qualität und Wissen haben hier einen hohen Nutzwert.**

71,8 %

der Gesünder Leben-Leserschaft haben Interesse an **Wellness & Fitness**.

57,5 %

der Gesamtbevölkerung

Quelle: MA 24/25, angeführte Zielgruppen, Strukturwerte



Die bei uns noch unbekannte Streichelmassage existiert in Japan seit Jahrhunderten und zielt darauf ab, Körper und Geist in Einklang zu bringen. Von Kyo Kikuchi

Bei einer "Yurashi" Behandlung steht der Körper aufrecht, während der Therapeut die Muskulatur und die Knochen des Körpers mit leichtem Druck bearbeitet, ohne dabei zu dehnen. Dies ist eine sehr sanfte Form, Zonen beginnen ausgedehnt zu dehnen, während die anderen Zonen weiterhin gespannt sind. Das Ergebnis ist eine tiefe Entspannung und eine erhöhte Beweglichkeit. Masseurs von der "Yurashi" Behandlung sind überzeugt, dass sie eine sehr sanfte Form der Behandlung sind, die die Muskulatur nicht anstrengt. Eine sehr sanfte Form der Behandlung ist die "Yurashi".

Ein Gefühl von Überlegenheit
Sie fühlen sich sicher und entspannt. Sie können

Tarife 2026 & Werbemöglichkeiten

FORMAT (Breite x Höhe)	SATZSPIEGEL	ABFALLEND	PREISE
2/1 Seite	386 x 248 mm	420 x 280 mm	€ 14.083,-
1/1 Seite	180 x 250 mm	210 x 280 mm	€ 8.687,-
½ Seite hoch	88 x 250 mm	103 x 280 mm	€ 5.024,-
½ Seite quer	180 x 122 mm	210 x 135 mm	€ 5.024,-
1/3 Seite hoch	60 x 250 mm	72 x 280 mm	€ 3.765,-
1/3 Seite quer	180 x 77 mm	210 x 92 mm	€ 3.765,-
¼ Seite	42 x 250 mm		€ 3.195,-
Kasten	88 x 124 mm		€ 3.195,-
Fußleiste	180 x 62 mm		€ 3.195,-
SONDERPLATZIERUNG			
4. Umschlagseite	210 x 280 mm		€ 9.976,-

ATTRAKTIVE RABATTE

ab 2 Schaltungen	5% Rabatt	ab 6 Schaltungen	30% Rabatt
ab 3 Schaltungen	10% Rabatt	ab 8 Schaltungen	35% Rabatt
ab 4 Schaltungen	25% Rabatt	ab 10 Schaltungen	40% Rabatt

Abfallende Formate: plus 5mm Beschnittzugabe

Alle Preise verstehen sich zzgl. 5% Werbeabgabe und 20% MwSt.:

Platzierungszuschläge:

Wunschplatzierungen +10% / bei Doppelseite ab einem Format von 1/3 Seite möglich +15%



ATTRAKTIVE RABATTE

Sonderwerbeformen

AUFGABE 1: AUFMERKSAMKEITSSTARKE PLATZIERUNGSMÖGLICHKEITEN

Achten Sie auf sich!

Hier finden Sie Monat für Monat nützliche Tipps, Produkte und Veranstaltungen für ein schöneres Leben.

I-FACH TIPP

FORMATE

PREISE

II-FACH TIPP

2/8 Seite hoch/quer

3.195,-*

KREUZWORTRÄTSEL-KÄSTCHEN

52 x 73 mm

2.578,-

BEILAGEN/BEIHEFTER/SACHETS

Teilbelegung möglich
Preis auf Anfrage

* zzgl. 50 € Gestaltungskosten

Alle Preise verstehen sich zzgl. 5% Werbeabgabe und 20% MwSt.



Frequenz zahlt sich aus!

Bei 10maliger Frequenz generieren Sie **1,984 Millionen Kontakte** und bezahlen für 1.000 Kontakte um **40 % weniger** als bei Einmalschaltung.

FREQUENZ	KONTAKTE IN 1.000	1.000-KONTAKT PREIS
10x	1.984	€ 26,28
6x	1.190	€ 30,66
3x	595	€ 39,42
1x	198	€ 43,80

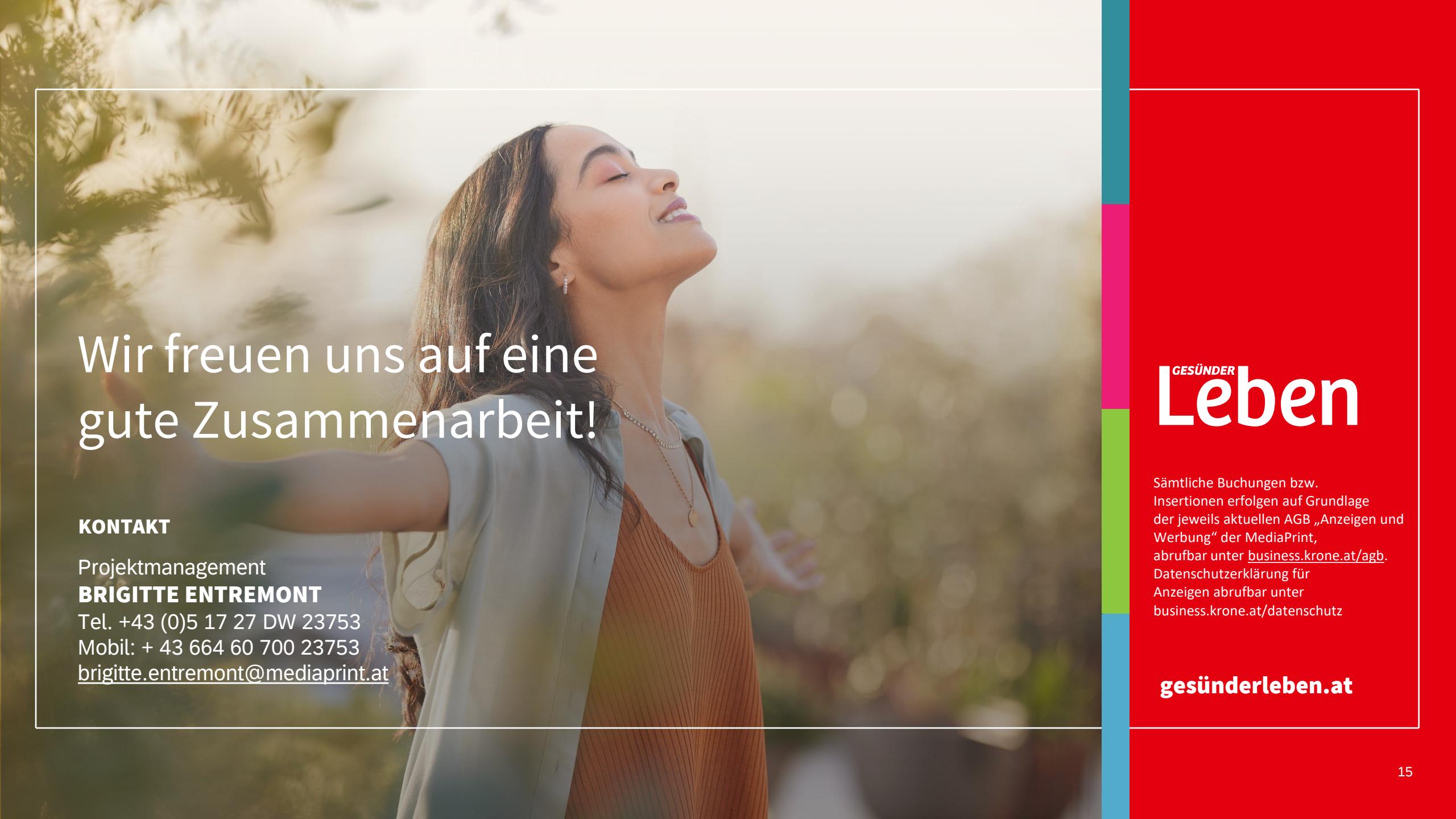
Quelle: MA 24/25, Tarif 2026



Termine & Themenvorschau 2026

GESÜNDER
Leben

AUSGABE	THEMENSCHWERPUNKT	ERSCHEIN-TERMIN	ANZEIGEN-SCHLUSS	DRUCKUNTERLAGEN-SCHLUSS
02/ Februar	Vitamine & Mineralstoffe / Augengesundheit	06. Februar	13. Jänner	19. Jänner
03 / März	Bluthochdruck / Allergie	06. März	10. Februar	16. Februar
04 / April	Frühjahrsmüdigkeit / Fasten	03. April	10. März	16. März
05 / Mai	Reiseapotheke / Darmgesundheit	08. Mai	13. April	20. April
06 / Juni	Zahngesundheit / Harnwegsinfekt	05. Juni	11. Mai	18. Mai
7/8 Juli/August	Ungetrübter Sommerspaß / Geistig fit	03. Juli	09. Juni	15. Juni
09 / September	Wechseljahre / Gefäßschutz	04. September	11. August	17. August
10 / Oktober	Immunsystem stärken / Schilddrüse	02. Oktober	08. September	14. September
11 / November	Gesunder Schlaf / Diabetes	06. November	12. Oktober	19. Oktober
12/1 Dezember/Jänner	Venengesundheit / Sodbrennen & Co	04. Dezember	10. November	16. November



Wir freuen uns auf eine
gute Zusammenarbeit!

KONTAKT

Projektmanagement

BRIGITTE ENTREMONT

Tel. +43 (0)5 17 27 DW 23753

Mobil: + 43 664 60 700 23753

brigitte.entremont@mediaprint.at

GESÜNDER
Leben

Sämtliche Buchungen bzw.
Insertionen erfolgen auf Grundlage
der jeweils aktuellen AGB „Anzeigen und
Werbung“ der MediaPrint,
abrufbar unter business.krone.at/agb.
Datenschutzerklärung für
Anzeigen abrufbar unter
business.krone.at/datenschutz

gesünderleben.at