

DAS FACHMAGAZIN FÜR DEN ÖKOLOGISCHEN LANDBAU

Preisliste Nr. 38 | gültig ab 1. Januar 2024

# bioland

klar | kritisch | konstruktiv

**Druckauflage**  
**13.200 Exemplare**  
(Stand September 2023)

## MEDIADATEN 2024

→ Themen, Formate, Preise

[www.bioland-fachmagazin.de](http://www.bioland-fachmagazin.de)

# FACHMAGAZIN

- 2 Magazin, Erscheinungstermine & Auflagenstruktur
- 4 eMagazin
- 5 Titelthemen 2024
- 6 Textteilanzeigen
- 7 Anzeigen-Sonderseiten
- 8 Anzeigen Marktplatz & Stellenmarkt
- 9 Stellenmarkt & Sonderformate
- 10 Beileger & Beihefter
- 11 Rabatte & Konditionen
- 12 Daten
- 13 AGB
- 14 Kontakt

## bioland

Das Fachmagazin für den ökologischen Landbau

Der europäische Green Deal mit der Farm-to-Fork-Strategie sieht 25 Prozent Ökolandbau in der EU bis 2030 vor. Die Bundesregierung will 30 Prozent bis zu diesem Datum schaffen. Von den Landwirten, die sich einem Verband anschließen, kommen etwa die Hälfte zu Bioland. Insgesamt wirtschaften heute bereits 9.000 Erzeuger nach Bioland-Richtlinien und mehr als 1.400 Partner aus Handel, Verarbeitung und Herstellung.

In einem Verband, der die Land- und Lebensmittelwirtschaft der Zukunft lebt und entwickelt, darf die fachliche Unterstützung der Mitglieder nicht fehlen. Das bioland-Fachmagazin liefert sie: klar, kritisch und konstruktiv.

## Bringen Sie die ökologische Landwirtschaft voran

Ihre Produkte und Dienstleistungen bringen Bio-Landwirte und ihre Betriebe voran und helfen ihnen dabei, die Landwirtschaft sozial, ökologisch und umweltfreundlich zu gestalten?

Dann sind Sie mit einer Anzeige oder einer Beilage im bioland-Fachmagazin gut beraten! Das bioland-Fachmagazin hat eine Druckauflage von 13.200 Exemplaren. Finden Sie Fach- und Beratungskompetenz auf 68 Seiten: Politik, Titelthema, Pflanzenbau, Tierhaltung, Markt & Management, Bioland & Gää aktiv, Marktplatz. Die monatliche Erscheinungsweise bietet eine hohe zeitliche Flexibilität, die Ihnen eine zielgerichtete Schaltung zur Saison ermöglicht.

**Erscheinungstermine 2024**

AUSGABE	ERSCHEINUNGS-TERMIN	ANZEIGENSCHLUSS
Januar	02.01.2024	11.12.2023
Februar	02.02.2024	15.01.2024
März	02.03.2024	13.02.2024
April	30.03.2024	12.03.2024
Mai	03.05.2024	15.04.2024
Juni	01.06.2024	13.05.2024
Juli	02.07.2024	12.06.2024
August	02.08.2024	15.07.2024
September	03.09.2024	14.08.2024
Oktober	02.10.2024	12.09.2024
November	31.10.2024	14.10.2024
Dezember	02.12.2024	13.11.2024

ANLIEFERUNG DER DRUCKVORLAGEN: SPÄTESTENS 2 WERKTAGE NACH ANZEIGENSCHLUSSTERMIN



# FACHMAGAZIN

## Wen das bioland-Fachmagazin erreicht

- Das bioland-Fachmagazin informiert die gesamte Landwirtschaftsbranche zu aktuellen Themen der ökologischen Landwirtschaft aus den Bereichen Ackerbau, Tierhaltung, Gemüse-, Obst- und Weinbau, Markt und Management, Politik und vieles mehr.
- Die Leserinnen und Leser sind engagierte Bio-Bäuerinnen und Bio-Bauern im gesamten deutschsprachigen Raum (Deutschland, Österreich, Schweiz, Südtirol).
- Auch viele andere am Ökologielandbau interessierte Landwirtinnen und Landwirte abonnieren das bioland-Fachmagazin. So auch konventionelle Landwirte, die sich dafür interessieren, ihren Betrieb auf ökologischen Landbau umzustellen.
- Entscheidungsträger in Politik, Wirtschaft und Verbänden, Auszubildende und Studierende aber auch Berater informieren sich mit dem bioland-Fachmagazin über den ökologischen Landbau.
- Mehr als 9.000 Bioland-Erzeuger und über 1.400 Bioland-Partner (Händler, Verarbeiter, Hersteller, nachgelagertes Gewerbe) erhalten die Zeitschrift im Rahmen ihrer Mitgliedschaft. In den Betrieben und Unternehmen erreicht die Zeitschrift neben den Top-Entscheidern auch andere Betriebsmitglieder.
- Auch erhalten alle rund 330 Mitglieder des Bio-Anbauverbands Gää das bioland-Fachmagazin.
- Viele der Betriebe sind Direktvermarkter. Auch Gastronomiebetriebe, Hotels und Naturkosthändler, die Bioland-Produkte anbieten, zählen zur Leserguppe.

■ Das bioland-Fachmagazin hat die meisten bezahlten Abonnements der Bio-Fachzeitschriften und somit die größte Stammleserschaft.

■ Rund 80 % der Leserinnen und Leser sind Landwirtinnen und Landwirte, 60 % sind zwischen 30 und 50 Jahre alt. 76 % lesen den Anzeigenteil häufig.

■ Auf der Suche nach neuen Ideen und Konzepten setzen sich Bioland-Landwirte intensiv mit Innovationen auseinander.

■ Das bioland-Fachmagazin ist auf Messen, Feldtagen, Veranstaltungen und Seminaren präsent: zum Beispiel auf den Öko-Feldtagen, den DLG-Feldtagen, auf der Biofach, der IGW, Agritechnica, EuroTier und auf Fachtagungen. Mit jeder Veranstaltung erreicht die Publikation weitere neue Leserinnen und Leser.

## Folgende Themenbereiche sind für bioland-Leser von Interesse:

- *Technikzubehör*
- *Gemüse- und Obstanbau*
- *Stallbau und Stalleinrichtungen*
- *Futtermittel*
- *Naturheilkunde*
- *Saatgut*
- *Pflanzenstärkungs- und Düngemittel*
- *Ladenzubehör*

Die Aufmerksamkeit für Anzeigen-Werbung ist groß: 76 % der Leser interessieren sich dafür und 56 % reagieren auf Werbung. Die Anzeigen im redaktionellen Teil und im Marktplatz, der wie ein Branchenverzeichnis genutzt wird, werden besonders intensiv wahrgenommen.

## Auflagenstruktur

### DRUCKAUFLAGE

13.200 Exemplare

### DISTRIBUTION

12.200 Exemplare über den Postversand  
1.000 Exemplare über Bioland-Landesverbände, Tagungen und Messen  
Für die Mitglieder des Bioland-Verbandes ist der Bezug des bioland-Fachmagazins im Mitgliederbeitrag enthalten.

### ERSCHEINUNGORT

Mainz

### ERSCHEINUNGSWEISE

monatlich/12 mal im Jahr

### VERBREITUNGSGEBIET

Deutschland, Österreich, Schweiz, Südtirol (u. a.)

### BEZUGSPREISE

im Jahresabonnement Print- oder eMagazin 61,00 € (Inland) und 77,80 € (Ausland); Print- und eMagazin 91,00 €; Studenten-Abo 32,00 € (Inland) und 48,80 € (Ausland-einfacher Postweg); Einzelheft 5,90 € (Inland) zzgl. Versandkosten (Ausland); Probe-Abo 12,00 € inkl. Versandkosten

# eMAGAZIN

## bioland-Fachmagazin als eMagazin!



Seit Juli 2022 gibt es das bioland-Fachmagazin nicht nur als Print-Ausgabe, sondern es kann auch vollumfänglich, d. h. inkl. Anzeigen, digital gelesen werden. 200 unserer Leser haben sich bereits für das digitale Abo entschieden.

Anzeigen, die eine aktive/verlinkbare URL (Webadresse www....) und/oder E-Mailadresse enthalten, sind über diese verlinkt auf die jeweilige Firmenwebseite bzw. zum E-Mailprogramm des Lesers.

### Weitere Vorteile des eMagazins für Leser und Anzeigenkunden:

- überall und immer verfügbar
- Zugriff aufs Archiv mit Volltextsuche
- vertiefendes Fachwissen im Download-Bereich
- frisches Wissen mit den News aus allen Rubriken
- geplant: persönliche Bibliothek | Artikelzusammenstellung
- Einzelartikel kostenpflichtig abrufbar von 60 Cent bis 1,90 EUR
- Einzelausgabe 5.90 EUR

## Stöbern Sie doch mal im Jahrgang 2023 – kostenfrei!

Unter [emagazin.bioland.de](http://emagazin.bioland.de) können Sie mit der Abo-Nummer **Mediadaten2024** **KOSTENLOS** schmökern!



Klicken Sie in der Login-Maske zuerst auf „Abo aktivieren“.



Geben Sie dann unter „Abo-Nr.“ den Code **Mediadaten2024** ein und schon können Sie alle aktuellen Ausgaben 2023 einsehen (neue Hefte werden sukzessive hinzugefügt).

# TITELTHEMEN

## → Titelthemen 2024★

AUSGABE	THEMA	INHALT
Januar	Fortschritt mit Bio	Politischer Faktencheck zur Halbzeit der Legislaturperiode: Viele Programme sollen die ökologische Land- und Lebensmittelwirtschaft auf 30 Prozent bringen – wie läuft die Umsetzung?
Februar	Vegan im Trend <i>Biofach-Ausgabe</i>	Vegane Produkte sind in der Breite der Bevölkerung angekommen. Die veränderten Konsumgewohnheiten beeinflussen den Markt und die landwirtschaftliche Praxis, indem beispielsweise Alternativen in der Fruchtfolge an Bedeutung gewinnen.
März	Bewässerung	Wasser wird für alle Sektoren der Landwirtschaft zum zunehmend knappen Gut. Investitionen zur Aufbewahrung von Wasser ohne Verdunstung und zur sparsamen Dosierung sind existenziell, Bioland-Bäuerinnen und -Bauern übernehmen die Verantwortung für die Wasserqualität und -quantität.
April	Wiederkäuerfütterung	Rinder, Schafe und Ziegen sind in der Lage, Grünland zu verwerten und daraus Milch und Fleisch zu erzeugen. Landschaftspflege ist ein zusätzlicher Effekt der Weidehaltung, der im Klimawandel zählt. – Was brauchen die Tiere außer dem Weidegrün, um gesund und leistungsfähig zu bleiben?
Mai	Regionale Wertschöpfungsketten	Die Außer-Haus-Verpflegung bietet viel Potenzial dafür, mehr Bio-Produkte im Markt unterzubringen. AHV-Küchen benötigen allerdings vorverarbeitete Produkte, für die es regionaler Verarbeitungsstrukturen bedarf. Vorbildliche Lösungsansätze und Finanzierungsmodelle erhöhen die Wertschöpfung!
Juni	Nährstoffkreisläufe schließen	Die Kreislaufwirtschaft ist eines der Bioland-Prinzipien. Jedoch gibt jeder Hof mit den verkauften Produkten auch Nährstoffe ab, die wieder ersetzt werden müssen. Insbesondere der Gemüsebau hat einen hohen Nährstoffbedarf. – Bioland arbeitet an konkreten Lösungen, um Kreisläufe zu schließen und wertvolle Stoffe zu erhalten.
Juli	Umbau der Tierhaltung	Bio-Tierhalter arbeiten kontinuierlich an Konzepten mit Mobilställen, Freilauf- oder Weidehaltung. Ein wichtiges Motiv dafür ist das Tierwohl. Politisch ist auch der Umbau der konventionellen Tierhaltung gewünscht. Ist dies für die Bio-Tierhaltung hilfreich?
August	Klimagerechter Obstbau	Bio-Obsterzeuger sind durch den Klimawandel mit neuen Herausforderungen konfrontiert. Beispielsweise treten neue Schädlinge auf, gegen die neue und resistente Arten und Sorten Alternativen im Anbau sein können.
September	Ökologische Pflanzenzüchtung	Öko-Züchtung arbeitet zukunftsgerichtet, wobei der Klimawandel die entscheidende Herausforderung ist. Bio-Landwirte brauchen Sorten, die sich auf dem Feld und am Markt bewähren.
Oktober	Urlaub auf dem Bauernhof	Dieser Betriebszweig stellt besondere Herausforderungen an die Betriebsleitung: so müssen beispielsweise auch die Vermarktungsansätze zum Konzept passen. Wir tragen Erfahrungen von Betrieben zusammen, die schon länger im Geschäft sind.
November	Stallbau im Klimawandel <i>EuroTier-Ausgabe</i>	Die Tierhaltung muss Emissionen reduzieren; dafür arbeiten Techniker und Wissenschaftler schon an Lösungen. Auch der Schutz der Tiere vor Hitze ist ein wichtiger Aspekt. – Wie müssen sich die Ställe verändern, um diese Ziele zu erreichen?
Dezember	Klimagerechter Ackerbau	Landwirtschaftliche Flächen können wichtige Beiträge zum Klimaschutz leisten: Agri-PV-Anlagen können der Stromerzeugung dienen, Moore CO <sub>2</sub> speichern. Für die landwirtschaftlichen Betriebe müssen sich diese Anstrengungen aber auch lohnen. Agroforst ist eine gute Anpassungsmaßnahme, wenn auch planungs- und pflegeintensiv.

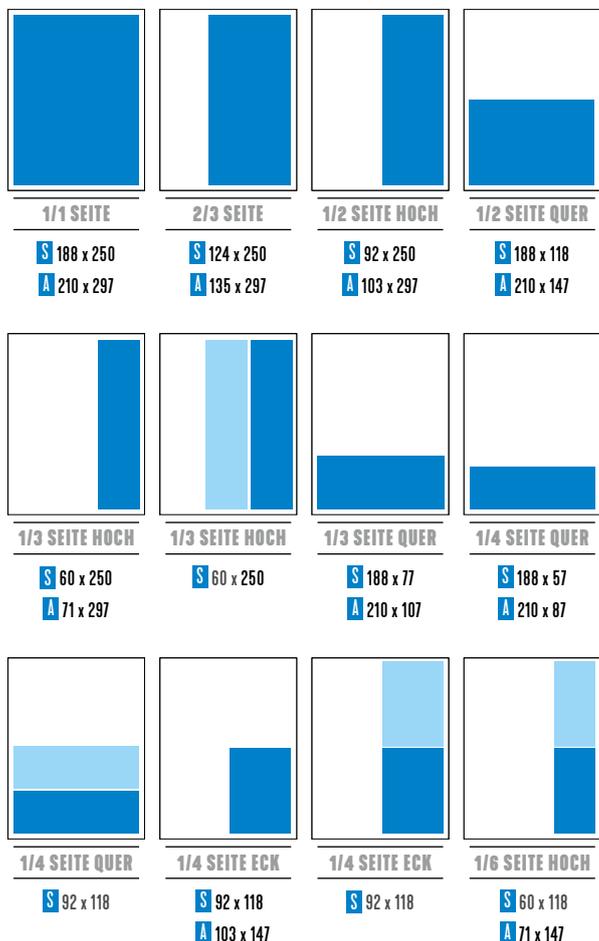
**\*THEMEN UNTER VORBEHALT/ÄNDERUNGEN MÖGLICH!**

# TEXTTEIL

## Formatgrößen

in mm, Breite x Höhe

S Satzspiegelformat  
A Anschnittformat



**FRÜHBUCHERRABATT FÜR 2024**  
 Bis 30.11.2023 gewähren wir Ihnen gerne 7,5 % auf Ihre verbindliche Anzeigenbuchung mit allen Informationen zu Ausgabe, Format, Farbe und Platzierungswunsch.

## Textteilanzeigen

Anzeigen im redaktionellen Teil

Textteilanzeigen sowie die Seite 2 (U2) und die hintere Umschlagseite (U4) sind sehr gefragte Positionen, die nur in begrenzter Anzahl zur Verfügung stehen. Buchen Sie den gewünschten Platz für Ihre Anzeige daher so früh wie möglich und denken Sie in diesem Zusammenhang bitte auch an die **Biofach (Februar-Ausgabe)**, und die **EuroTier (November-Ausgabe)**! Die geplanten Sonderseiten zu diesen Messen haben Marktplatzcharakter, erscheinen aber im redaktionellen Bereich.

Bei der Platzierung der Textteilanzeigen orientieren wir uns so weit wie möglich an Ihrem Wunsch. Ihre Anzeige wird immer bestmöglich im Umfeld des Artikels und in der jeweiligen Rubrik (z. B. Tierhaltung, Markt & Management etc.) auf einer rechten oder linken Seite gesetzt. Die endgültige Entscheidung über den Satz obliegt dem Verlag, der sich auch vorbehält, mehrere Anzeigen auf einer Seite zu platzieren.

### → Anzeigen im Textteil

GRÖSSE in Seitenteilen	FORMAT Satzspiegel (mm)		FORMAT Anschnitt (mm)*		PREISE in Euro			
	BREITE	HÖHE	BREITE	HÖHE	S/W	2-FARBIG	3-FARBIG	4-FARBIG
1/1 (U2)	-	-	210	297	-	-	-	2.970,-
1/1	188	250	210	297	1.410,-	1.625,-	1.950,-	2.615,-
2/3 hoch	124	250	135	297	1.170,-	1.365,-	1.625,-	2.240,-
1/2 hoch	92	250	103	297	940,-	1.110,-	1.335,-	1.790,-
1/2 quer	188	118	210	147	940,-	1.110,-	1.335,-	1.790,-
1/3 hoch	60	250	71	297	810,-	930,-	1.135,-	1.475,-
1/3 quer	188	77	210	107	810,-	930,-	1.135,-	1.475,-
1/4 quer	188	57	210	87	640,-	730,-	885,-	1.170,-
1/4 eck	92	118	103	147	640,-	730,-	885,-	1.170,-
1/6 hoch	60	118	71	147	495,-	560,-	675,-	910,-

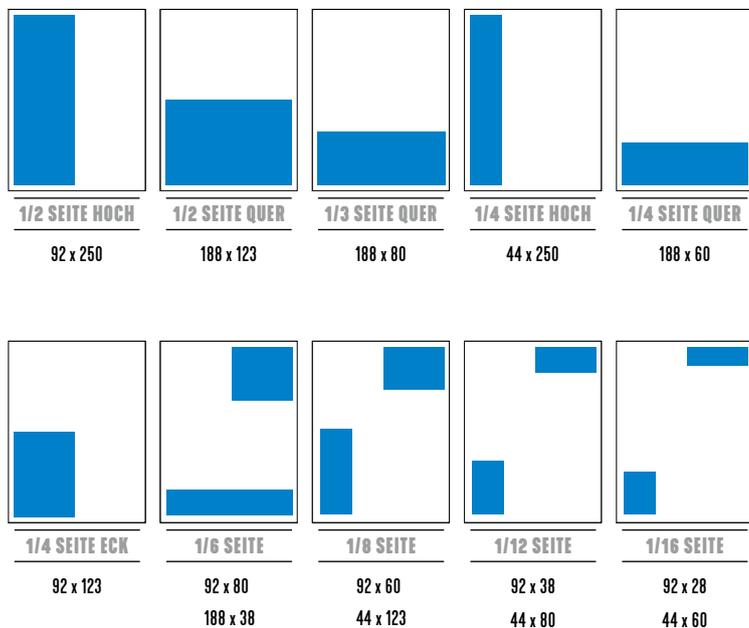
ALLE PREISE VERSTEHEN SICH ZUZÜGLICH DER GESETZLICHEN MEHRWERTSTEUER. PREISÄNDERUNGEN BLEIBEN VORBEHALTEN. ES GILT DIE AM ERSCHINUNGSTAG GÜLTIGE PREISLISTE.

\*ANSCHNIITTFORMAT + 5 MM BESCHNITT RUNDUM

# SONDERSEITEN IM TEXTTEIL

## Formatgrößen in mm, Breite x Höhe

Alle Formate nur im Satzspiegelformat



## Sonderseiten Biofach & EuroTier

Anlässlich besonders interessanter Themen, zum Beispiel zu den Vorberichten der Biofach oder zur EuroTier, richten wir Anzeigen-Sonderseiten ein, auf denen mehrere Unternehmen ihre Produktwerbung platzieren können.

Der Leser sieht dort mehrere Anbieter einer bestimmten Branche auf einen Blick und in Zusammenhang mit dem entsprechenden Inhalt, was als sehr vorteilhaft empfunden wird. Für den Anzeigenkunden liegt der Vorteil in der Einbindung in den redaktionellen Bereich der Zeitschrift zu geringeren Preisen im Vergleich zu einer Textteilanzeige (Platzierung i. d. R. allein auf einer Doppelseite).

Die Anzeigen-Sonderseite im Textteil stellt somit eine Mischform zwischen Textteilanzeige und dem Anzeigenteil „Marktplatz“ dar, in dem sich ausschließlich Anzeigen befinden.

Die Anzeigenpreise reflektieren diese Zwischenstellung.

### → Anzeigen auf Sonderseiten

GRÖSSE in Seitenteilen	FORMAT Satzspiegel (mm)		PREISE in Euro		
	BREITE	HÖHE	S/W	2/3-FARBIG	4-FARBIG
1/2 hoch	92	250	860,-	1.220,-	1.580,-
1/2 quer	188	123	860,-	1.220,-	1.580,-
1/3 quer	188	80	660,-	1.055,-	1.210,-
1/4 hoch	44	250	515,-	710,-	930,-
1/4 quer	188	60	515,-	710,-	930,-
1/4 eck	92	123	515,-	710,-	930,-
1/6 quer	188	38	380,-	535,-	695,-
1/6 eck	92	80	380,-	535,-	695,-
1/8 hoch	44	123	335,-	490,-	610,-
1/8 eck	92	60	335,-	490,-	610,-
1/12 hoch	44	80	255,-	370,-	435,-
1/12 quer	92	38	255,-	370,-	435,-
1/16 hoch	44	60	240,-	325,-	380,-
1/16 quer	92	28	240,-	325,-	380,-

ALLE PREISE VERSTEHEN SICH ZUZÜGLICH DER GESETZLICHEN MEHRWERTSTEUER. PREISÄNDERUNGEN BLEIBEN VORBEHALTEN. ES GILT DIE AM ERSCHEINUNGSTAG GÜLTIGE PREISLISTE.

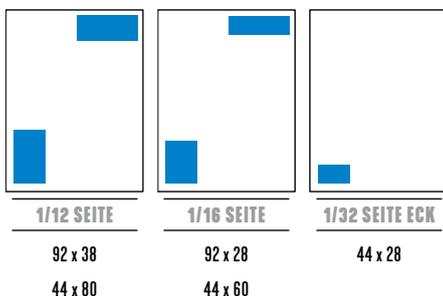
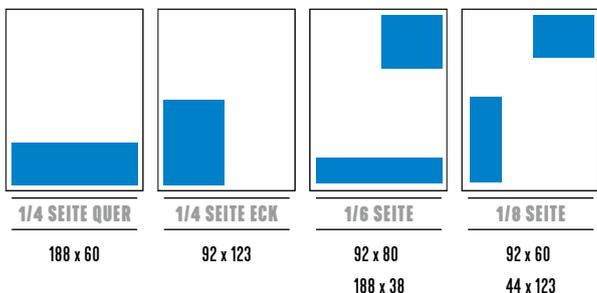
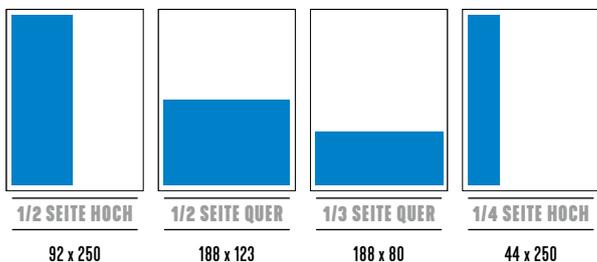


# MARKTPLATZ & STELLENMARKT

## Formatgrößen

in mm, Breite x Höhe

**S** alle Formate nur im Satzspiegelformat



### Kleinanzeigen

#### GEWERBLICH

bis 132 Zeichen: 43,00 €  
Zusätzliche 33 Zeichen: 10,60 €

#### PRIVAT

bis 132 Zeichen: 21,50 €  
Zusätzliche 33 Zeichen: 5,50 €

#### STELLENANZEIGEN

bis 132 Zeichen: 18,80 €  
Zusätzliche 33 Zeichen: 4,80 €

**CHIFFREGEBÜHR** 8,- €

### → Anzeigen im Marktplatz

GRÖSSE in Seitenteilen	FORMAT Satzspiegel (mm)		PREISE in Euro		
	BREITE	HÖHE	S/W	2/3-FARBIG	4-FARBIG
1/1 (U4)*	210	297	-	-	2.615,-
1/1 (U3)*	210	297	-	-	2.475,-
1/2 hoch	92	250	705,-	815,-	1.065,-
1/2 quer	188	123	705,-	815,-	1.065,-
1/3 quer	188	80	540,-	625,-	810,-
1/4 hoch	44	250	420,-	480,-	625,-
1/4 quer	188	60	420,-	480,-	625,-
1/4 eck	92	123	420,-	480,-	625,-
1/6 quer	188	38	310,-	350,-	470,-
1/6 eck	92	80	310,-	350,-	470,-
1/8 hoch	44	123	255,-	295,-	395,-
1/8 eck	92	60	255,-	295,-	395,-
1/12 hoch	44	80	205,-	230,-	295,-
1/12 quer	92	38	205,-	230,-	295,-
1/16 hoch	44	60	185,-	215,-	255,-
1/16 quer	92	28	185,-	215,-	255,-
1/32 quer	44	28	160,-	185,-	215,-

ALLE PREISE VERSTEHEN SICH ZUZÜGLICH DER GESETZLICHEN MEHRWERTSTEUER. PREISÄNDERUNGEN BLEIBEN VORBEHALTEN. ES GILT DIE AM ERSCHENUNGSTAG GÜLTIGE PREISLISTE.

\*ANSCHNITTFORMAT + 5 MM BESCHNITT RUNDUM

### → Anzeigen im Stellenmarkt

GRÖSSE in Seitenteilen	FORMAT Satzspiegel (mm)		PREISE in Euro		
	BREITE	HÖHE	S/W	2/3-FARBIG	4-FARBIG
1/1 (U3)*	210	297	-	-	1.410,-
1/2 hoch	92	250	705,-	815,-	855,-
1/2 quer	188	123	705,-	815,-	855,-
1/3 quer	188	80	540,-	625,-	650,-
1/4 hoch	44	250	420,-	480,-	500,-
1/4 quer	188	60	420,-	480,-	500,-
1/4 eck	92	123	420,-	480,-	500,-
1/6 quer	188	38	310,-	350,-	370,-
1/6 eck	92	80	310,-	350,-	370,-
1/8 hoch	44	123	255,-	295,-	320,-
1/8 eck	92	60	255,-	295,-	320,-
1/12 hoch	44	80	205,-	230,-	255,-
1/12 quer	92	38	205,-	230,-	255,-
1/16 hoch	44	60	185,-	215,-	225,-
1/16 quer	92	28	185,-	215,-	225,-

ALLE PREISE VERSTEHEN SICH ZUZÜGLICH DER GESETZLICHEN MEHRWERTSTEUER. PREISÄNDERUNGEN BLEIBEN VORBEHALTEN. ES GILT DIE AM ERSCHENUNGSTAG GÜLTIGE PREISLISTE.

\*ANSCHNITTFORMAT + 5 MM BESCHNITTKANTEN

# STELLENMARKT & SONDERFORMATE

## Der bioland-Stellenmarkt

Hier treffen Sie Ihre Zielgruppe!

Betriebsleiter, Verkaufsprofis, Nachwuchskräfte gesucht? Ihre Stellenanzeige im bioland-Fachmagazin trifft auf ambitionierte und kompetente Menschen aus der Bio-Branche.

### Wir bieten Ihnen:

- eine herausgehobene Platzierung Ihrer Stellenanzeige im Stellenmarkt
- günstigere Preise für 4-farbige Druckvorlagen (siehe Seite 6 unten)

Selbstverständlich können Sie Ihre Stellenangebote und -gesuche auch als Kleinanzeige aufgeben.



## Mehr Aufmerksamkeit durch besondere Formate

Zusätzlich zu den üblichen Anzeigenformaten bieten wir Ihnen zahlreiche besondere Werbemöglichkeiten. Ob Beilagen, aufgespendete Antwortkarten oder Warenproben – solche Werbeformate fallen auf und animieren den Leser, sich intensiver mit dem Produkt auseinanderzusetzen. Sie werden dabei als originelle, sympathische und informative Werbung begrüßt.

Nutzen Sie folgende Möglichkeiten als Erweiterung für Ihre klassische Kampagne oder um Highlights zu setzen, zum Beispiel bei Neueinführungen oder Aktionen.

### Wir beraten Sie gerne.

Manchmal muss es der spezielle Auftritt sein. Wir helfen dabei, diesen individuellen Auftritt zu finden und entwickeln in enger Zusammenarbeit mit dem Kunden eine speziell gestaltete Anzeige.

#### → Sonderformat Breitbandanzeige



1/1 SEITE QUER, 4C, ANSCHNITT 2.815,- €

Format: 376 mm breit x 118 mm hoch  
Volumen: 1/1 Seite, rabattfähig

#### → Sonderformat L-Anzeige



4C, ANSCHNITT 2.025,- €

Format: 1 68 mm breit x 297 mm hoch  
2 142 mm breit x 97 mm hoch

# BEILEGER & BEIHEFTER

## Beilagen

Beilagen sind der Zeitschrift lose beigefügte Drucksachen. Sie können verarbeitungsfertig vom Auftraggeber angeliefert oder auf Anfrage durch uns hergestellt werden. **Leporellos (Beileger im Zick-Zack-Falz) können aus technischen Gründen nicht beigelegt werden!**

Die linke lange Seite eines Beilegers muss geschlossen sein.

### MINDESTPAPIERGEWICHT

135 g/qm (Einzelblatt),  
80 g/qm (ab 4 Seiten).

### MINDESTFORMAT

105 mm x 148 mm

### HÖCHSTFORMAT\*

200 mm x 290 mm

\*Bei Lieferung von Beilagen über dem Höchstformat trägt der Kunde die Kosten für das Kuvertieren der Gesamtauflage (€ 1.200,00 zzgl. MwSt.).

bis 25 g	182,- €/Tsd.
über 25 bis 30 g	191,- €/Tsd.
über 30 bis 40 g	197,- €/Tsd.
über 40 bis 50 g	207,- €/Tsd.
über 50 bis 60 g	217,- €/Tsd.
über 60 bis 70 g	231,- €/Tsd.
über 70 bis 80 g	243,- €/Tsd.

HÖHERE GEWICHTE NUR NACH RÜCKSPRACHE



## Beihefter

Beihefter sind fest in die Zeitschrift integrierte Drucksachen/Prospekte. Sie können verarbeitungsfertig vom Auftraggeber angeliefert oder auf Anfrage durch uns hergestellt werden.

### MINDESTPAPIERGEWICHT

80 g/qm (ab 4 Seiten)

### MINDESTFORMAT

105 mm x 148 mm (mit Nachfalz)

### HÖCHSTFORMAT

210 mm x 297 mm (mit Nachfalz)

4 Seiten	2.615,- €/Gesamtauflage
bis 8 Seiten	4.190,- €/Gesamtauflage
bis 16 Seiten	8.630,- €/Gesamtauflage

UMFANGREICHERE BEIHEFTER AUF ANFRAGE

## Belegung

- Gesamtauflage
- Aboauflage
- Teilauflagen nach Postleitzahlen oder anderen Sortierungen ab 2.000 Exemplaren möglich

Abrechnung pro angefangenes Tausend

Bei zahlreichen Beilagen in einer Ausgabe wird die Gesamtauflage im Kuvert verschickt. Die Kosten werden nach Gewicht, Umfang und Stückzahl der Beilage anteilig auf alle Beilagenkunden umgelegt.

## Anlieferung

Die Anlieferung der Beilagen und Beiheftern sollte 14 Werktage vor Erscheinungstermin erfolgen.

## Portomehrkosten

Portomehrkosten fallen bei jeder dieser Werbemaßnahmen an. Die Kosten werden individuell nach Gewicht und Anzahl berechnet.

## Es gibt viele Möglichkeiten, eine Beilage zu gestalten



→ **Beilagen mit Warenproben bis 25 g**

187,- €/Tsd.



→ **CD-Rom-Beilagen in geschl. Hülle bis 25 g**

187,- €/Tsd.



→ **Postkarten-Beilage**

138,- €/Tsd.



→ **Booklet- und Poster-Beilagen**

nach Gewicht

# RABATTE & KONDITIONEN

## → Rabatte nach Malstaffel

3–4 Anzeigen in 12 Monaten	5 %
5–8 Anzeigen in 12 Monaten	8 %
9–11 Anzeigen in 12 Monaten	10 %
12 Anzeigen in 12 Monaten	15 %

## Frühbucherrabatt für 2024

Wir gewähren Ihnen 7,5 % auf Ihre Anzeigen im Jahr 2024, sofern uns Ihr verbindlicher Auftrag mit allen Informationen zu Ausgabe, Format, Farbe und Platzierungswunsch bis 30.11.2023 vorliegt.

## Agenturen

Vom Auftraggeber personell und wirtschaftlich unabhängigen Agenturen gewähren wir einen Rabatt von 15 % (Gewerbeanmeldung vorausgesetzt).

## Sonderrabatte für einmalige Ereignisse und Projekte

Bei besonderen Anlässen (z. B. Firmenjubiläen, Charity-Projekte) können Sie Anzeigen, die das entsprechende Ereignis bewerben, mit einmaligem Sonderrabatt buchen. Wir unterbreiten Ihnen gerne ein individuelles Angebot.



## Präambel

Bitte haben Sie Verständnis dafür, dass wir aus Rücksicht auf unsere Kunden jegliche Rabattform konsequent nur für zukünftige Erscheinungstermine und nicht rückwirkend gewähren können. Vielen Dank.

Für Kleinanzeigen erhalten Sie nach Erscheinen eine Rechnung. Korrekturabzüge von Kleinanzeigen sind nicht möglich. Auf Wunsch Belegheft je 5,- € (im Ausland zzgl. Versandkosten).

## Platzierungszuschläge

Es werden keine Zuschläge erhoben. Platzierungswünsche werden nach Möglichkeit berücksichtigt.

## Farbzuschläge

Gelten für Normfarben nach Eurokala und werden voll rabattiert. Für den Druck von Sonderfarben, die durch Zusammendruck nicht erreichbar sind, werden entstehende Mehrkosten berechnet. Diese Kosten sind nicht rabattfähig. Geringe Tonwertabweichungen sind im Toleranzbereich des Offset-Druckverfahrens begründet.

Preise verstehen sich zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer. Preisänderungen bleiben vorbehalten. Es gilt die am Erscheinungstag gültige Preisliste.

## Geschäftsbedingungen

Für die Abwicklung von Aufträgen gelten die aktuellen Geschäftsbedingungen.

## Zahlungskonditionen

14 Tage nach Rechnungserhalt ohne Abzug von Skonto. (Rechnungsversand erfolgt am Erscheinungstag). Bankeinzug/Lastschriftverfahren und andere Zahlungsweisen bedürfen besonderer Vereinbarung. Verzugszinsen werden in der Höhe der banküblichen Zinsen für Dispositions-Kredite berechnet.

## Rücktrittstermine

Stornierungen sind bis zu einer Woche vor Anzeigenschluss ohne Berechnung einer Stornogebühr möglich. Für Stornierungen in der Woche vor Anzeigenschluss erheben wir eine Stornogebühr von 50 % des Nettopreises; bei Stornierungen nach Anzeigenschluss muss der volle Anzeigenpreis entrichtet werden.

Abweichend hiervon gilt für Beilagen-, Beihefter-, Postkarten- und Sonderformat-Buchungen: Stornierungen sind bis vier Wochen vor Anzeigenschluss des Hauptmediums möglich. Für Stornierungen nach Beginn dieser Frist bis zum Anzeigenschluss fällt eine Stornogebühr von 50 % des Nettopreises an; bei Stornierungen nach Anzeigenschluss ist der volle Preis zu entrichten.

Portomehrkosten für Beilagen, Beihefter und Beikleber: Zusätzlich berechnet werden die zum Zeitpunkt des Erscheinens geltenden Portomehrkosten. Diese sind nicht rabattierfähig.

BANKVERBINDUNG: GLS Bank Bochum  
IBAN DE95 4306 0967 1090 7191 00  
BIC GENODEM1GLS

# DATEN

HEFTFORMAT: 210 mm x 297 mm

SEITENZAHL: 68 Seiten

SATZSPIEGEL: 184 mm x 240 mm

BESCHNITTZUGABE: + 5 mm rundum

DRUCKVERFAHREN: Rollenoffset, Rückendrahtheftung

UMSCHLAG & PAPIER: 170 g/qm (Umschlag), 80 g/qm (Innenteil) 100 % Recycling matt gestrichen.

RASTERWEITE: 70 Linien/cm

RASTERPUNKTFORM: Runder Punkt

ANFANGS-/ENDTON: Der erste druckende Ton liegt bei ca. 1 %, der letzte bei max. 96 %.

PAPIERFÄRBUNG: Aufgrund der Papierfärbung, mit 67er Weiße, von 5 % Grundtönung sollten Spitzlichter punktfrei gehalten werden, damit die Bilder nicht verflachen; laut Herstellerangabe entspricht die Grundfärbung 12 % Yellow, 8 % Cyan und 6 % Magenta.

KONTRAST: Es ist auf eine kontrastreiche Wiedergabe zu achten. Die Tonwertbereiche Mittelton zu 3/4 Ton und Tiefe sollten Kontrast aufweisen, denn durch die Papiereigenschaften verflachen diese Bereiche.

LITHOAUFBAU: Die Reproduktion sollte mit einem Unbuntanteil (max. 30 %) und einer guten Schwarzdurchzeichnung aufgebaut sein.

DRUCKKREIHENFOLGE: Magenta, Cyan, Yellow, Schwarz

PLATTENKOPIE: CTP

FLÄCHENDECKUNG: Max. 230 % – 280 %

PROOFS ODER KONTROLLAUSDRUCKE: Um Fehler zu vermeiden, ist es bei der Übermittlung der digitalen Daten unbedingt erforderlich, dass folgende Unterlagen zur Kontrolle vorliegen:

- S/W: Ausdruck
- FARBIG: Einen mit den digitalen Daten identischen, farbverbindlichen Proof oder Farbausdruck. (ISO LWC improved)

HINWEIS: Aufgrund der Herstellungsweise des Papiers können leichte Farbabweichungen entstehen, die aber keinen Grund für eine Reklamation darstellen.

**Ohne entsprechenden Ausdruck oder Farbproof kann keine Gewähr für die Vollständigkeit der belichteten Daten und des Druckergebnisses übernommen werden.**

ClimatePartner  
**klimaneutral  
gedruckt**

## Datenformate

PDF/X-3 mit eingebetteten Schriften, Farb-/Graustufenbilder in 300 dpi.

Offene Dateien (InDesign 8.0) mit verwendeten Bildern und Schriften, wenn diese nicht als Outline oder Kurven umgewandelt wurden.

Platzierte EPS-, Tiff- und andere Dateien (ebenfalls mit den enthaltenen Schriften)

## Datenlieferung

PER E-MAIL AN  
 heidi.holzapfel@bioland.de

DIGITALE DATEN PER CD AN  
 Bioland Verlags GmbH  
 Kaiserstr. 18  
 55116 Mainz

PER FTP-SERVER  
 Zugangsdaten auf Anfrage bei Frau Holzapfel,  
 Tel.: 06131/23979-36.

### → Tonwertzuwachs:

Kontrollfeld	40 %	80 %	Volltondichte
Cyan	22 %	16 %	1,10
Magenta	22 %	16 %	1,10
Yellow	22 %	16 %	0,95
Schwarz	22 %	16 %	1,35



# AGB

## FÜR ANZEIGEN UND FREMDBEITRÄGE IN ZEITUNGEN UND ZEITSCHRIFTEN

1. Anzeigenauftrag im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbetreibenden oder sonstigen Interessenten in einer Druckschrift zum Zwecke 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, die der Verlag nicht zu vertreten hat, nicht erfüllt, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, dem Verlag den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass zu erstatten. Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Verlags beruht.

5. Aufträge für Anzeigen und Fremdbeilagen, die erklärtermaßen ausschließlich in bestimmten Nummern, bei 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. Textteilanzeigen sind Anzeigen, die mindestens mit einer Anzeigenseite an den Text angrenzen! Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.

6. Der Verlag ist berechtigt, Anzeigenaufträge, auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses, nach sachgemäßem Ermessen abzulehnen. Dies gilt insbesondere, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt, vom Deutschen Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde, deren Veröffentlichung für den Verlag wegen des Inhalts, der Herkunft, der Gestaltung oder der technischen Form unzumutbar ist oder Beilagen durch Format oder

Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung erwecken oder Fremdanzeigen enthalten. Ferner ist der Verlag als Herausgeber der Verbandszeitschrift des Bioland e.V. nach freiem Ermessen berechtigt, Anzeigen abzulehnen, die den Interessen, Werten und Zielen des Bioland e.V. entgegenstehen. 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. Die Ablehnung eines Auftrags wird dem Auftraggeber in Textform schnellstmöglich mitgeteilt. Der Auftrag gilt jedoch erst mit Bestätigung in Textform als angenommen.

7. Für die rechtzeitige Lieferung geeigneter, einwandfreier Druckunterlagen oder der Beilagen 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.

8. 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 Auftrags. Schadensersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsabschluss und unerlaubter Handlung sind auch bei telefonischer Auftragserteilung ausgeschlossen; Schadensersatzansprüche 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 Verlags für Schaden wegen des Fehlens zugesicherter Eigenschaften bleibt unberührt. Im kaufmännischen Geschäftsverkehr haftet der Verlag darüber hinaus auch nicht für grobe Fahrlässigkeit von Erfüllungsgehilfen, die nicht leitende Angestellte sind; 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 vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.

9. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch und nur für Textteilanzeigen 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 Probeabzugs gesetzten Frist mitgeteilt werden.

10. Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, nächstrealisierbare Anzeigengröße der Berechnung zugrunde gelegt. Preisänderungen bleiben vorbehalten. Es gilt die am Erscheinungstag gültige Preisliste.

11. Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung am Tag des Erscheinens, spätestens aber 14 Tage 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 Einzelfall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.

12. 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 Vorauszahlung 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 ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

13. 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 Verlags über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.

14. Kosten für die Anfertigung bestellter Druckstücke, Matern und Zeichnungen sowie vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.

15. Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres, die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durch-

# AGB & KONTAKT

schnittliche Auflage, oder wenn eine Auflage nicht genannt ist, die durchschnittlich verkaufte Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preiserminderung berechtigender Mangel, wenn sie bei einer Auflage bis zu 50.000 Exempl. 20 v.H., bei einer Auflage bis zu 100.000 Exempl. 15 v.H., bei einer Auflage bis zu 500.000 Exempl. 10 v.H., bei einer Auflage über 500.000 Exempl. 5 v.H. beträgt. Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preiserminderungsansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Vertrag zurücktreten konnte.

16. Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrags.

17. Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen der Gerichtsstand des Verlages. Soweit Ansprüche des Verlages nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nichtkaufleuten nach deren Wohnsitz. Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auf-

traggebers, auch bei Nichtkaufleuten, zum Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragsschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand des Verlages vereinbart.

## ZUSÄTZLICHE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN DES VERLAGES

a) Die Werbemittel und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbetreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Mittlungsvergütung darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden. Diese Mittlungsvergütung (AE-Provision) kann nur von Agenturen beansprucht werden, die personell und wirtschaftlich vom Auftraggeber unabhängig sind.

b) Die allgemeinen und die zusätzlichen Geschäftsbedingungen des Verlages gelten sinngemäß auch für Aufträge über Beikleber, Beihefter oder technische Sonderausführungen. Jeder Auftrag wird erst nach schriftlicher Bestätigung durch den Verlag rechtsverbindlich.

c) Bei Neuaufnahme einer Geschäftsverbindung behält sich der Verlag vor, Vorauszahlung

zum Anzeigenschlusstermin zu verlangen.

d) Der Auftraggeber trägt allein die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Insertion zur Verfügung gestellten Text und Bildunterlagen. Dem Auftraggeber obliegt es, den Verlag von Ansprüchen Dritter freizustellen, die diesen aus der Ausführung des Auftrags, auch wenn er storniert sein sollte, gegen den Vertrag erwachsen. Der Verlag ist nicht verpflichtet, Aufträge und Anzeigen daraufhin zu prüfen, ob durch sie Rechte Dritter beeinträchtigt werden.

e) Bei Betriebsstörungen oder in Fällen höherer Gewalt, Arbeitskampf, Beschlagnahme, Verkehrsstörungen, allgemeiner Rohstoff oder Energieverknappung und dergleichen – sowohl im Betrieb des Verlages als auch in fremden Betrieben, derer sich der Verlag zur Erfüllung seiner Verbindlichkeiten bedient – hat der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen, wenn das Verlagsobjekt mit 80% der im Durchschnitt der letzten vier Quartale verkauften oder auf andere Weise zugesicherten Auflage vom Verlag ausgeliefert worden ist. Bei geringeren Verlagsauslieferungen wird der Rechnungsbetrag im gleichen Verhältnis gekürzt, in dem die garantierte verkaufte oder zugesicherte Auflage zur tatsächlich ausgelieferten Auflage steht.

# bioland

klar | kritisch | konstruktiv

## Kontakt

### ORGANSCHAFT

Verbandsorgan von Bioland e.V.  
ISSN 0173 9832

### HERAUSGEBER & VERLAG

Bioland Verlags GmbH  
Kaiserstr. 18  
55116 Mainz  
Geschäftsführung: Niklas Wawrzyniak

### REDAKTION

Brigitte Stein (verantwortlich)  
Tel.: 06131/23979-31  
Reyhaneh Eghbal (-34) / Niklas Wawrzyniak (-32)  
Eileen Nicolai (-07) / Gabriele Storm (-08)  
Fax: 06131/23979-40  
redaktion@bioland.de

### IHRE ANSPRECHPARTNERIN FÜR ANZEIGEN

Heidi Holzapfel  
Tel.: 06131/23979-36  
Fax: 06131/23979-40  
heidi.holzapfel@bioland.de

### ABONNEMENTVERWALTUNG & VERTRIEB

Susanne Kriebel  
Tel.: 06131/23979-35  
Fax: 06131/23979-40  
abo@bioland.de

### WEITERE INFORMATIONEN

www.bioland-fachmagazin.de