

Slow Food

Das Magazin

Wissen, was man isst.
100 Seiten Informationen aus der
Slow Food Perspektive.

Mediadaten 2012

20. Jahrgang 2011
gültig ab 1. Januar 2012

Mit diesen Mediadaten verlieren
alle früheren Preislisten ihre
Gültigkeit.

Slow Food – Zeitschrift der
Slow Food Bewegung
in Deutschland

Herausgeber
Slow Food Deutschland e. V.
www.slowfood.de



TERMINE			
Thema LANDWIRTSCHAFT	01_12	Genussreise Hohenlohe	Anzeigenschluss 16.12.11
		Saison Muscheln	Druckunterlagenschluss 22.12.11
		Trend Gin	erscheint am 26. Januar 2012
Thema 20 JAHRE SLOW FOOD DEUTSCHLAND	02_12	Genussreise Braunschweiger Land	Anzeigenschluss 24.02.12
		Saison Knoblauch	Druckunterlagenschluss 01.03.12
		Trend Ayurveda	erscheint am 27. März 2012
Thema SCHAFE & LÄMMER	03_12	Genussreise Schweden	Anzeigenschluss 19.04.12
		Saison Erdbeeren	Druckunterlagenschluss 26.04.12
		Trend Heuküche	erscheint am 25. Mai 2012
Thema TERRA MADRE	04_12	Genussreise Chiemgau	Anzeigenschluss 21.06.12
		Saison Pflaumen	Druckunterlagenschluss 28.06.12
		Trend Räuchern	erscheint am 27. Juli 2012
Thema WURST	05_12	Genussreise Nordhessen	Anzeigenschluss 28.08.12
		Saison Sellerieknolle	Druckunterlagenschluss 04.09.12
		Trend Mehr Fett!	erscheint am 27. September 2012
Thema FESTE FEIERN	06_12	Genussreise Frankfurt	Anzeigenschluss 23.10.12
		Saison Porree	Druckunterlagenschluss 30.10.12
		Trend Trüffel überall	erscheint am 27. November 2012

Das Slow Food Magazin orientiert sich an den Empfehlungen und Richtlinien des Zentralausschusses der Werbewirtschaft und des Deutschen Presserats. Das bedeutet strikte Trennung von redaktionellen Inhalten und Werbung. Die Beauftragung von Anzeigen beinhaltet keinen Anspruch auf redaktionelle Berücksichtigung.

VERBREITUNG / VERTRIEB

Druckauflage 28.000 Exemplare

Verbreitete Auflage 27.100 Exemplare

13.000 Exemplare mit Postzeitungsvertrieb an die Mitglieder und Abonnenten von Slow Food.

11.500 Exemplare an über 800 Fördermitglieder in Deutschland zur kostenlosen Mitgabe.

2.350 Exemplare als Verteilexemplare für die regionalen und lokalen 78 Convivien

250 Exemplare für Medien und Multiplikatoren

Mindestens 900 Exemplare für Event-Verteilungen

Termine

Verbreitete Auflage regional nach Postleitzahlgebieten

0	3,6 %
1	6,7 %
2	9,1 %
3	7,7 %
4	8,3 %
5	9,6 %
6	12,7 %
7	17,8 %
8	14 %
9	10,5 %

Format (Breite x Höhe)			Preise in Euro netto zzgl. der gesetzl. MwSt.			
	Satzspiegel	Anschnitt (+ 3 mm Beschnitt)	1x	2x	4x	6x
U M S C H L A G						
U4	175 x 252 mm	210 x 297 mm	1.700	1.600	1.500	1.400
U2 + U3	175 x 252 mm	210 x 297 mm	1.600	1.500	1.400	1.300
I N N E N T E I L						
1/1 Seite	175 x 252 mm	210 x 297 mm	1.420	1.310	1.200	1.090
1/2 Seite	hoch: 85 x 252 mm quer: 175 x 125 mm	hoch: 100 x 297 mm quer: 210 x 145 mm	950	920	890	850
1/3 Seite	hoch: 53 x 252 mm quer: 175 x 82 mm	hoch: 70 x 297 mm quer: 210 x 102 mm	790	760	730	690
1/4 Seite	hoch: 85 x 125 mm	quer: 210 x 82 mm	700	670	640	600
1/8 Seite	175 x 25 mm	–	350	320	290	270
B E I L A G E N (nicht rabattfähig)						
Liefertermin: 2 Wochen vor Erscheinen.						
Gesamt- auflage	Format bis höchstens 210 x 285 mm		Gewicht bis 25 g je weitere 10 g		6.000 600	
Teilauflagen (mindestens 2.000 Stück)	Format bis höchstens 210 x 285 mm		Gewicht bis 25 g je weitere 10 g		230 pro 1.000 Stück 23 pro 1.000 Stück	
Postkarten auf Träger- anzeige	Postkarten: DIN A6, 150 g/qm (Andere Einkleber auf Anfrage.) Trägeranzeige: Mindestformat 1/1 Seite		Mindestmenge: 12.000 Stück		105 pro 1.000 Stück	

HERAUSGEBER

Slow Food Deutschland e. V.

Geschäftsstelle

Luisenstr. 45, 10117 Berlin,
Tel 030. 24 62 59-39, Fax 030. 24 62 59-41,
www.slowfood.de, info@slowfood.de

Vereinsregister Münster VR 4429

Vorstand: Dr. Ursula Hudson, amt. Vorsitzende

Dr. Rupert Ebner, Schatzmeister

Dr. Hanns-E. Kniepkamp, Beisitzer

V.i.S.d.P. Dr. Ursula Hudson

Preise

REDAKTION

Martina Tschirner, Ziekowstr. 164, 13509 Berlin,
Tel 030. 49 99 74-49, martina.tschirner@slowfood.de,
redaktion@slowfoodmagazin.de

ANZEIGEN

Denise Cézanne-Güttich
Rotdornstr. 2, 41352 Korschenbroich
Tel 02182. 578 39-73 und 0172. 821 00 95
cezanne@slowfoodmagazin.de

Dietrich Engler Medienberatung
Löwengasse 27 k, 60385 Frankfurt am Main
Tel 069. 96 20 17 77 und 0160. 98 90 24 39
Fax 069. 94 59 84 21
engler@slowfoodmagazin.de

RUBRIKEN	
Schwerpunktthema	Informationen aus der Slow Food Perspektive zu einem Thema, ca. 20 – 24 Seiten
Magazin	Kurze Meldungen aus der Lebensmittelbranche, Veranstaltungs-, Kino- und Webtipps, Kurioses, ca. 4 Seiten
Genussreise	Ausführliche Vorstellung kulinarisch interessanter Reiseziele. Sorgfältig überprüfte Adressen zu Restaurants, Übernachtungs- und Einkaufsmöglichkeiten in der Randspalte, ca. 7 – 9 Seiten
Saison	Warenkunde, Tipps zu Ernte und Einkauf, Verwendung, Aufbewahrung und Nährwertgehalt, ca. 3 Seiten
Trend	Was steckt hinter aktuellen Trends? Informationen und Tipps zum Weiterlesen, ca. 2 – 3 Seiten
Wein	Hintergrundinformationen aus der Weinwelt, Heinzelmanns Geschmackslabor, ca. 8 Seiten
Wissen und Genießen	Themen aus der Slow Food Perspektive wie die Vorstellung neuer Produkte, internationale Küche, Porträts, Kinderseite.
bio und slow	Vorstellung von Genusshandwerkern
Buchtipps	Bücher, die die Redaktion empfehlen kann, ca. 2 Seiten
Gastrotipps	Restaurants mit Bezug zur Region, ca. 2 – 3 Seiten
Im Zeichen der Schnecke	Slow Food und Terra Madre sind weltweite Netzwerke im Sinne von "gut, sauber und fair". Meldungen und Berichte von den Aktivitäten auf internationaler, nationaler und regionaler Ebene.
Convivientermine	Termininformationen zu Veranstaltungen von Slow Food Deutschland oder der Convivien von Slow Food Deutschland.

CHARAKTERISTIK

Slow Food ist ein Forum für Genießer mit Verantwortung. Renommierte AutorInnen schreiben zu aktuellen Themen aus den Bereichen nachhaltige Lebensmittelproduktion, ökologischer Landbau & Biodiversität, Kulinarik & Gastronomie, Weinbau & Weinkultur, regionale Küche, gesunde Kinderernährung.

THEMENSETZUNGEN

Slow Food behandelt pro Ausgabe ein Schwerpunktthema und hat feste Rubriken. Das Magazin enthält Termininformationen, Buchbesprechungen. Kritiken und önologische Empfehlungen runden die Berichterstattung ab.

Profil

LESERINNEN UND LESER

Menschen, die Genuss mit dem Interesse an den Bedingungen der Lebensmittelproduktion verbinden, die mehr über die Produzenten wissen wollen, sich für eine faire Entlohnung stark machen und die Vielfalt des Genießens bewahren wollen.

Haupt-Zielgruppe 30- bis 59jährig, 36 % selbständig, Nettoeinkommen und Bildungsstand (gemessen an der Gesamtbevölkerung) überdurchschnittlich hoch.

Nutzung Ca. 40 % nutzen es 30 Minuten und länger. Dabei wird das Magazin in der Mehrzahl der Haushalte von 2 – 3 Personen gelesen.

TECHNISCHE DATEN	
Endformat	210 x 297 mm
Satzspiegel	175 x 252 mm
Farben	komplett vierfarbig
DRUCKUNTERLAGEN	
Farbe	Farbmodus CMYK, Euroskala Coated v2 für gestrichenes Papier. Farbsättigung insgesamt (alle 4 Kanäle zusammen) nicht mehr als 310%
Andruck / Proof	erwünscht. Ohne geeignete Farbprüfunterlagen übernehmen wir keine Haftung für die Farbverbindlichkeit.
Größe / Beschnitt	Beschnitt immer rundherum anlegen, 3 mm bei Anzeigen mit Anschnitt, 1 mm bei Satzspiegel-Anzeigen Eine Linie um die Anzeige wird automatisch im Layout angelegt und sollte vom Kunden nicht extra angelegt werden.
Formate	<p>pdf oder tif mit mindestens 300dpi Auflösung PDF: grundsätzlich müssen alle Texte in Pfade (die heißen in anderen Programmen evt. auch Kurven, Vektoren, Zeichenwege) umgewandelt werden. Bloßes Einbetten ist nicht ausreichend.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Farbraum: CMYK • Auflösung: 300 dpi • Bitte keine Transparenzen! • Eindeutiger Überfüllungsschlüssel • Keine LZW-Kompression • Keine Transferfunktion (Gradationskurven) <p>Wir empfehlen, eine PDF X1A per Distiller zu erzeugen. Mit einem Acrobat-Preflight können Sie mögliche Probleme erkennen.</p> <p>Sollten Sie sich unsicher in der Erstellung einer pdf-Datei sein, liefern Sie bitte die Druckdaten als 356dpi tif-Datei.</p>
Achtung	Für Druckfehler, die durch Nichtbeachtung der angegebenen Vorgaben entstehen, übernehmen wir keine Haftung.

DATENÜBERTRAGUNG

LAYOUT

Druckreife Anzeigendaten bitte direkt per E-Mail an layout@slowfoodmagazin.de

Bitte schreiben Sie dazu, an wen wir uns für Rückfragen wenden können, und geben Sie das gebuchte Format mit an (z. B. 1/2-Seite hoch, Anschnitt). **Benennen Sie die Daten bitte unverwechselbar, z. B. „Kundenname_Ausgabe_Format.pdf“**

Größere Daten (ab 10 MB) und Farbprüfunterlagen schicken Sie bitte per Post:

Caroline Gärtner, Urbanstr. 26, 10967 Berlin
layout@slowfoodmagazin.de

Daten

GESTALTUNG

Wenn Sie Ihre Anzeige von uns gestalten lassen möchten, so berechnen wir 40 Euro pro Stunde zuzüglich Mehrwertsteuer.

Ihre Rückfragen beantworten wir gerne unter layout@slowfoodmagazin.de

GESCHÄFTSBEDINGUNGEN

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. Bei der Errechnung der Abnahmemengen werden Text-Millimeter dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.
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. Textteil-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.
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. Dies gilt auch für Aufträge, die bei Geschäftsstellen, Annahmestellen oder Vertretern aufgegeben werden. Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Modells 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. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.
9. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und 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.
10. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder bei unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanlage, 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 Ersatzanlage 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 nur für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit des Verlegers, seines gesetzlichen Vertreters und seines Erfüllungshelfen. 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 Erfüllungshelfern; in den übrigen Fällen ist gegenüber Kaufleuten die Haftung für grobe Fahrlässigkeit dem Umfang nach auf den voraussehbaren Schaden bis zur Höhe des betreffenden Anzeigentelgs 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, möglichst 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 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 ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offestehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen, ohne dass hieraus dem Auftraggeber irgendwelche Ansprüche gegen den Verlag erwachsen.
15. Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages werden Anzeigenauschnitte, 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 Druckunterlagen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.
17. Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdruckschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage oder – wenn eine Auflage nicht genannt ist – die durchschnittlich verkaufte (bei Fachzeitschriften gegebenenfalls die durchschnittliche tatsächlich verbreitete) Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisminderung berechtigter Mangel, wenn sie 20 Prozent beträgt. Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preisminderungsansprüche 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.
18. Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages.
19. Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages. Gerichtsstand ist der Sitz des Verlages. Soweit Ansprüche des Verlegers 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

- a) Der Verlag wendet bei Entgegennahme und Prüfung der Anzeigentexte die geschäftsübliche Sorgfalt an, haftet aber nicht, wenn er von den Auftraggebern irreführt wird.
- b) Voraussetzung für eine Provisionszahlung an Werbungsmittel ist, dass der Auftrag unmittelbar vom Werbemittel erteilt wird und Text bzw. Druckunterlagen auch von ihm geliefert werden.
- c) Nicht sofort erkennbare Mängel der Druckunterlagen, die erst beim Druckvorgang deutlich werden, begründen für den Auftraggeber keinen Anspruch auf Zahlungsminderung oder Ersatz wegen ungenügenden Abdrucks.
- d) Änderungen oder Stornierungen sind schriftlich mit genauer Angabe des Textes und der Ausgabe spätestens bis zum Anzeigenschluffertag, bei Beilagenaufträgen vier Wochen vor Erstverkaufstag zu übermitteln. Bei Abstellung gehen ggf. bereits entstandene Herstellungs- oder Vorbereitungskosten zu Lasten des Auftraggebers.
- e) Unterläuft bei der Wiederholung einer Anzeige der gleiche Fehler wie in der ersten Veröffentlichung, so sind Ansprüche auf Zahlungsminderung oder Ersatz ausgeschlossen, wenn der Auftraggeber nach der ersten Veröffentlichung nicht sofort reklamiert hat.
- f) Für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit von Text und Bild der Anzeige übernimmt der Auftraggeber die Haftung, er hat den Verlag von Ansprüchen Dritter freizustellen. Der Auftraggeber ist verpflichtet, die Kosten der Veröffentlichung einer Gegendarstellung, die sich auf tatsächliche Behauptungen der veröffentlichten Anzeige bezieht, zu erstatten, und zwar nach Maßgabe der jeweils gültigen Preisliste.
- g) Der Verlag behält sich vor, für Anzeigen in Sonderbeilagen oder Kollektiven Sonderpreise festzusetzen.
- h) Die allgemeinen und zusätzlichen Geschäftsbedingungen des Verlages gelten sinngemäß auch für Aufträge über Beikleber, Beifehler oder technische Sonderausführungen. Jeder Auftrag wird erst nach schriftlicher Bestätigung durch den Verlag rechtsverbindlich.
- i) Der Verlag behält sich vor, in der Zeitung erscheinende Anzeigen auch im Internet zu veröffentlichen bzw. veröffentlichen zu lassen.