

Mediadaten 2012

| Anzeigen-Preisliste Nr. 25 | Gültig ab 01.01.2012



VERLAG W. WÄCHTER



1	Verlagsangaben	2
2	Titelporträt	3
3	Anzeigenpreise und -formate, Mantel	4
4	Themen und Termine	5
5	Gute Gründe	6
6	Mehr gute Gründe	7
7	Anzeigenpreise und -formate, Berlin	8
8	Anzeigenpreise und -formate, Regional	9
9	Kombi für Haus und Garten	10
10	Anzeigenpreise und -formate, Kombi	11
11	Sonderwerbformen	12
12	Preise Beihefter/Beilagen	14
13	gartenfreunde.de	15
14	Technische Angaben	15
15	Geschäftsbedingungen	16

Informationen zu allen unseren Titeln finden Sie unter www.waechter.de.



1 Verlagsangaben

Verlag

Verlag W. Wächter GmbH
Elsasser Straße 41, 28211 Bremen
www.waechter.de
E-Mail info@waechter.de

Büro Bremen

Verlag W. Wächter GmbH
Elsasser Straße 41, 28211 Bremen
Telefon 04 21/3 48 42-0
Telefax 04 21/3 47 67 66

Büro Berlin

Verlag W. Wächter GmbH
Bismarckstraße 108, 10625 Berlin
Telefon 0 30/3 18 69 01-0
Telefax 0 30/3 12 82 04

Bankverbindungen

Sparkasse in Bremen
Kto.-Nr. 100 4217 (BLZ 290 501 01)
Postbank Hamburg
Kto.-Nr. 53 077-200 (BLZ 200 100 20)

Zahlungsbedingungen

Zahlbar ohne Skonto sofort nach
Erhalt der Rechnung.
Alle Preise verstehen sich zzgl.
gesetzlicher Mehrwertsteuer.

Anzeigen

Gartenfreund (Mantel), Kombi für Haus und Garten



Alexander Neetzow
Anzeigenleitung

Telefon 04 21/3 48 42-24
Telefax 04 21/3 47 67 66
E-Mail neetzow@waechter.de

Gartenfreund (Regional Berlin)



Gerd Schneider-Chomse
Verkaufsleitung

Telefon 0 30/3 18 69 01-13
Telefax 0 30/3 12 82 04
E-Mail schneider@waechter.de

Gartenfreund (Regional ohne Berlin)



Rita Kropp
Anzeigenberatung,
Auftragsabwicklung

Telefon 04 21/3 48 42-14
Telefax 04 21/3 47 67 66
E-Mail kropp@waechter.de

Nielsen 3b und 4 (Bayern/Baden-Württemberg)



MVV Münchenner
Verlagsvertretung
Elfie Rusch
Karla Köhler



Wernher-von-
Braun-Str. 10A
85640 Putzbrunn
Telefon 0 89/46 50 21
Telefax 0 89/46 88 55
E-Mail rusch.e@t-online.de

2 Titelporträt



Für organisierte Intensiv- und Hobbygärtner

Über eine **halbe Million** aktive Hobbygärtner lesen den Gartenfreund, dessen verbreitete Auflage bei über 235.000 Exemplaren monatlich liegt. Die Abonnenten sind Mitglieder von Kleingärtnervereinen.

Der Gartenfreund wird von konsumfreudigen, einkommensstarken „Best Agern“ gelesen, die regelmäßig in Pflege und Instandhaltung ihres Gartens investieren und diesen in ihrer Freizeit sehr intensiv nutzen.

Die **Zeitschrift für den Garten und die Freizeit im Garten** bietet **praxis- und nutzwertbezogene** redaktionelle Beiträge, zielgruppenrelevante Sonderthemen und berichtet über Aktivitäten in Verband und Verein.

Die redaktionellen Schwerpunkte liegen auf den Themen

- Gartengeräte, Gartentechnik
- Bodenpflege, Düngung und Pflanzenschutz
- Gartengestaltung und -pflege
- Obst-, Gemüse- und Ziergarten

Weitere Interessengebiete der Bezieher liegen in den Bereichen

- Reisen
- Auto
- Gesundheit



Auflage

Druckauflage:	238.061
verbreitete Auflage:	235.452
verkaufte Auflage:	233.179
abonnierte Auflage:	232.222

3 Anzeigenpreise und -formate Gartenfreund, Mantel

Größe in Seitenteilen	Satzspiegelformat in mm Breite x Höhe	Preise in EUR				angeschnittene Anzeigen in mm* Breite x Höhe
		s/w	2-farbig	3-farbig	4-farbig	
1/1	180 x 256	8.688,-	10.860,-	13.030,-	13.899,-	210 x 297
3/4 quer	180 x 184	6.519,-	8.148,-	9.775,-	10.424,-	210 x 205
2/3 quer	180 x 167	5.793,-	7.241,-	8.688,-	9.267,-	210 x 190
1/2 hoch quer	89 x 256 180 x 128	4.345,-	5.431,-	6.519,-	6.952,-	105 x 297 210 x 145
3/8 zweispaltig	89 x 184	3.262,-	4.076,-	4.892,-	5.216,-	*zuzügl. 3 mm Beschnitt Alle Preise verstehen sich zuzüglich gesetzlicher Mehrwertsteuer. Preisliste Nr. 25 gültig ab 1.1.2012
1/3 quer	180 x 84	2.899,-	3.623,-	4.345,-	4.637,-	
1/4 einspaltig zweispaltig blattbreit	43 x 256 89 x 128 180 x 62	2.175,-	2.718,-	3.262,-	3.478,-	
3/16 einspaltig zweispaltig	43 x 185 89 x 92	1.634,-	2.041,-	2.449,-	2.611,-	
1/8 einspaltig zweispaltig blattbreit	43 x 128 89 x 62 180 x 30	1.090,-	1.361,-	1.634,-	1.740,-	
1/16 einspaltig zweispaltig	43 x 62 89 x 30	546,-	684,-	821,-	874,-	
1/32 einspaltig	43 x 30	277,-	345,-	413,-	441,-	
mm-Preis für nicht formatgerechte Anzeigen 1-spaltig (43 mm): 9,95 EUR Mindesthöhe: 10 mm mm-Preis für Anzeigen im redaktionellen Text 1-spaltig (43 mm): 17,00 EUR Mindesthöhe: 10 mm Farbzuschläge: 2-farbig +25% 3-farbig + 50% 4-farbig + 60%						

Rabatte

Malstaffel

3 Anzeigen	3 %	1 Seite	5 %
6 Anzeigen	5 %	3 Seiten	10 %
9 Anzeigen	10 %	6 Seiten	15 %
12 Anzeigen	15 %	12 Seiten	20 %
24 Anzeigen	20 %		

Mengenstaffel

Die Mal- und Mengenstaffelrabatte werden für Abnahmen innerhalb eines Abschlusszeitraumes von 12 Monaten gewährt.

Bei Abschlusserteilung werden die Rabatte sofort auf der Rechnung berücksichtigt. Ohne Abschluss erfolgt die Rabattabrechnung per Dezember auf das Kalenderjahr.

Verbreitete Auflage

235.452 Exemplare
(IVW II/2011)



4 Themen und Termine

Monat für Monat bietet der Gartenfreund seiner Leserschaft ausführliche Themenbeiträge aus dem Garten- und Freizeit-Bereich:

Der Gartenkalender – Beiträge zu Zier-, Obst- und Gemüsegarten und den jeweils anfallenden Tätigkeiten – gehört ebenso wie Beiträge zum aktuellen Pflanzenschutz zu den monatlichen Standards. Hinzu kommen Specials und Sonderthemen wie beispielsweise Neue Sorten, Blumenzwiebeln und Knollengewächse, Baumschnitt oder Heckenpflege.

Vielfältig ist die Thematik im Bereich der Gartentechnik und -ausstattung: Hier reichen die Beiträge von Kübelpflanzen über Gewächshäuser und Frühbeete bis hin zu Wassergarten und Bewässerungssystemen sowie Tipps für Heimwerker oder rund um die Terrasse.

Sprechen Sie uns für weitere inhaltliche Details und Sonderthemen gern an!

Sonderthemen 2012

Monat	Sonderthemen	Anzeigenschluss	Druckunterlagen	Erscheinungstermin
Januar	Neue Sorten – Bunt Gemüse	01.12.	06.12.	31.12.
Februar	Bewässerungstechnik	02.01.	05.01.	31.01.
März	50 plus – Alles, was das Leben „leichter“ macht	01.02.	06.02.	29.02.
April	Rasen	01.03.	06.03.	31.03.
Mai	Gesundheit aus dem Garten: Heilkräuter und -pflanzen	02.04.	04.04.	30.04.
Juni	Stauden – Da blüht uns was	02.05.	04.05.	31.05.
Juli	Licht im Garten	01.06.	05.06.	30.06.
August	Platzsparendes für Garten und Balkon	02.07.	05.07.	31.07.
September	Lauben-Vielfalt – Was bietet der Markt?	01.08.	06.08.	31.08.
Oktober	Mobile Energie – Akku-Power für den Garten	03.09.	06.09.	29.09.
November	Weihnachtsgeschenke, die Gartenfreunden Freude machen	01.10.	04.10.	31.10.
Dezember	Spezial-Substrate	02.11.	06.11.	30.11.

Termine 2012

Die Termine der Januar-Ausgabe liegen in 2011

5 Gute Gründe – Kleingärten sind im Trend!

Der Megatrend „Grün“ ist nicht neu. Seit einigen Jahren werden auch Kleingärten wieder verstärkt nachgefragt. Sie sind die grünen Oasen im Betonschwung der Großstädte und sind gefragter denn je. Insbesondere in Ballungsräumen wie Berlin oder Hamburg. Hier heißt das Motto „Schrebergarten statt Eigenheim und Garten“.

Der Zielgruppentitel

Der Gartenfreund ist der **auflagenstärkste Zielgruppen-Titel** für die organisierten Intensiv- und Hobbygärtner in Deutschland.

Eindeutiger Marktführer

Über eine halbe Million Kleingärtner lesen monatlich den Gartenfreund. Die IVW-geprüfte verbreitete Auflage beträgt über 235.000 Exemplare.

Deutschland ist Hochburg der Kleingärtner

Deutschland ist so stark von Kleingärten geprägt, wie kaum ein zweites Land in Europa. Der europäische Verband vertritt über 3 Millionen Kleingärtnerfamilien und Hobbygärtner aus 14 Ländern – davon über eine Million in Deutschland.

Große Kleingärten – intensiv genutzt

Die Kleingärten sind durchschnittlich 366 m² groß. Davon werden durchschnittlich 36 Prozent für den Obst- und Gemüseanbau genutzt. Rasen und Wiese nehmen 24 Prozent der Fläche ein. Ein liebevoll gepflegter und **intensiv bewirtschafteter bunter Garten-Mix**.

Werben ohne Streuverluste

Wer in Deutschland Intensiv- und Hobbygärtner bewerben will, kommt am Gartenfreund nicht vorbei. Jeder Leser gärtner und investiert in sein Hobby. Jede Beilage und jeder Beihefter erreicht die Zielgruppe ohne Streuverluste. Welche andere Zeitung oder Zeitschrift kann das bieten?

Einkommensstarke „Best Ager“

Das **Durchschnittsalter** unserer Leserinnen und Leser liegt bei **56 Jahren**. Eine Traumziel-

gruppe: Die „Generation 50 plus“ hat ein höheres frei verfügbares Einkommen als jüngere Zielgruppen.

Starke Leser-Blatt-Bindung

Fast 70 Prozent lesen länger als eine Stunde in jeder Ausgabe. Rund 70 Prozent nehmen das Heft drei- oder mehrmals zur Hand. Und: 98 Prozent beachten Anzeigen.

Grün, Garten und mehr

Neben Grün und Garten sind die Interessen der Leserinnen und Leser vielschichtig – ob Auto, Reisen, gesunde Ernährung, Heimwerken oder die Familie. Die **große Verbundenheit zu Garten und Natur gepaart mit hoher Kaufkraft** machen Gartenfreunde zu einer **doppelt interessanten Zielgruppe**.

6 Mehr gute Gründe

Der Gartenfreund erscheint mit einer einheitlichen Mantelausgabe, in die neun regionale Ausgaben integriert sind. Das Flaggschiff ist der Berliner Gartenfreund mit einer IWW-geprüften verbreiteten Auflage von 70.000 Exemplaren. Alle Regionalausgaben sind separat buchbar. Hier ein paar gute Gründe für die Ausgabe Berlin:

Einmal Olympiastadion bitte

Mit einer verbreiteten Auflage von über 70.000 Exemplaren können die Empfänger locker das Berliner Olympiastadion füllen – nur ein paar wenige Plätze bleiben noch. Sie bilden einen **Querschnitt durch die Berliner Bevölkerung**, vom jungen Akademiker, der Grün und Garten für seine Familie schätzt, bis zur verwitweten älteren Dame. Sie sind Mütter, Väter, Omas und Opas – und vielfältig, über ihre grüne Oase hinaus, interessiert.

Treue Anzeigenkunden

Unsere Anzeigenkunden sind sehr treu. Eine Auswertung von rund 230 aktuellen Partnern ergab, dass von diesen **fast 25 Prozent seit über sieben Jahren durchgehend präsent** sind. Über 40 Prozent sind seit 2006, also seit mehr als fünf Jahren werblich im Gartenfreund aktiv.

Würden sie über solche Zeiträume in Werbung investieren, wenn sie nicht wüssten, dass diese bei den Leserinnen und Lesern ankommt?

Durch mehrere Hände

In der Regel leben die Leserinnen und Leser in Zweipersonen-Haushalten (64 Prozent); bei weiteren 21 Prozent ist die Zahl der im Haushalt lebenden noch größer. Der Gartenfreund „wandert“ durch mehrere Hände: 2,24 Personen lesen im Schnitt das Heft, was einer Leserschaft von etwa 160.000 **Grün-, Haus- und Garteninteressierten** entspricht.

Anzeigenpreise der Ausgabe Berlin und aller weiteren Regionalausgaben finden Sie auf den Folgeseiten.

Auflagen im Vergleich

Die Auflage vom Gartenfreund ist mit über 70.000 Exemplaren nicht nur höher als die der Berliner Stadtmagazine, sie übertrifft die Berliner Teilaufgaben führender Publikumszeitschriften:

(Teil-)Auflagen ausgewählter Berliner Stadtmagazine und Publikumszeitschriften:

Zitty – das Hauptstadtmagazin ¹	34.676
Tip – Berlinmagazin ¹	40.203
Stern – Teilbelegung Berlin ²	41.000
Spiegel – Teilbelegung Berlin ³	65.501
Brigitte – Teilbelegung Berlin ⁴	33.000

1 = Quelle: IWW, verbreitete Auflage II/2011

2 = Quelle: Gruner + Jahr AG & Co. KG, Preisliste 2011, durchschnittliche Druckauflage

3 = Quelle: Spiegel Verlag, Preisliste 2011, verkaufte Auflage

4 = Quelle: Gruner + Jahr AG & Co. KG, Preisliste 2011, durchschnittliche Druckauflage

7 Anzeigenpreise und -formate Gartenfreund, Berlin

Größe in Seitenteilen	Satzspiegelformat in mm Breite x Höhe	Preise in EUR				angeschnittene Anzeigen in mm* Breite x Höhe
		s/w	2-farbig	3-farbig	4-farbig	
1/1	181 x 260	1.985,-	2.478,-	2.975,-	3.174,-	210 x 297
3/4 hoch quer	135 x 260 181 x 185	1.490,-	1.862,-	2.233,-	2.382,-	152 x 297 210 x 205
2/3 quer	181 x 170	1.326,-	1.656,-	1.985,-	2.119,-	210 x 190
1/2 hoch quer	89 x 260 181 x 128	995,-	1.243,-	1.490,-	1.591,-	106 x 297 210 x 145
3/8 zweispaltig dreispaltig	89 x 185 135 x 128	747,-	935,-	1.119,-	1.194,-	*zuzügl. 3 mm Beschnitt
1/3 quer	181 x 84	666,-	830,-	996,-	1.064,-	Alle Preise verstehen sich zuzüglich gesetzlicher Mehrwertsteuer.
1/4 einspaltig zweispaltig blattbreit	43 x 260 89 x 128 181 x 62	502,-	628,-	747,-	800,-	
3/16 einspaltig zweispaltig dreispaltig	43 x 185 89 x 92 135 x 62	375,-	474,-	567,-	600,-	Preisliste Nr. 25 gültig ab 1.1.2012
1/8 einspaltig zweispaltig blattbreit	43 x 128 89 x 62 181 x 30	255,-	319,-	379,-	408,-	
1/16 einspaltig zweispaltig	43 x 62 89 x 30	132,-	164,-	196,-	207,-	
1/32 einspaltig	43 x 30	69,-	89,-	104,-	110,-	

mm-Preis für nicht formatgerechte Anzeigen 1-spaltig (43 mm): 2,55 EUR Mindesthöhe: 10 mm
 mm-Preis für Anzeigen im redaktionellen Text 1-spaltig (43 mm): 4,10 EUR Mindesthöhe: 10 mm
Farbzuschläge: 2-farbig +25% | 3-farbig + 50% | 4-farbig + 60%

Rabatte

Malstaffel

3 Anzeigen	3 %
6 Anzeigen	5 %
9 Anzeigen	10 %
12 Anzeigen	15 %
24 Anzeigen	20 %

Mengenstaffel

1 Seite	5 %
3 Seiten	10 %
6 Seiten	15 %
12 Seiten	20 %

Die Mal- und Mengenstaffelrabatte werden für Abnahmen innerhalb eines Abschlusszeitraumes von 12 Monaten gewährt.

Bei Abschlusserteilung werden die Rabatte sofort auf der Rechnung berücksichtigt. Ohne Abschluss erfolgt die Rabattabrechnung per Dezember auf das Kalenderjahr.



Verbreitete Auflage

70.087 Exemplare
(IVW II/2011)



8 Anzeigenpreise und -formate Gartenfreund, Regional

Größe in Seitenteilen	Satzspiegelformat in mm Breite x Höhe	Preise in EUR (schwarz/weiß)									angeschnittene Anzeigen in mm* Breite x Höhe	
		Farbzuschläge: 2-farbig + 25%, 3-farbig + 50%, 4-farbig + 60%										
		Schleswig-Holstein 14.446 Expl.	Hamburg 32.967 Expl.	Niedersachsen 22.553 Expl.	Braunschweig 15.840 Expl.	Bremen 15.731 Expl.	Westfalen 44.978 Expl.	Berlin 70.087 Expl.	Sachsen 16.149 Expl.	Sachsen-Anhalt 2.701 Expl.		
1/1	181 x 260	1.162,-	1.445,-	1.249,-	721,-	812,-	1.792,-	1.985,-	992,-	146,-	210 x 297	
3/4 hoch quer	135 x 260 181 x 185	872,-	1.087,-	938,-	543,-	611,-	1.344,-	1.490,-	745,-	110,-	152 x 297 210 x 205	
2/3 quer	181 x 170	776,-	964,-	834,-	482,-	543,-	1.196,-	1.326,-	663,-	96,-	210 x 190	
1/2 hoch quer	89 x 260 181 x 128	582,-	723,-	626,-	362,-	408,-	898,-	995,-	497,-	73,-	106 x 297 210 x 145	
3/8 zweispalt. dreispalt.	89 x 185 135 x 128	438,-	543,-	473,-	273,-	310,-	675,-	747,-	376,-	55,-	*zuzügl. 3 mm Beschnitt Alle Preise verstehen sich zuzüglich gesetzlicher Mehrwertsteuer. Preisliste Nr. 25 gültig ab 1.1.2012	
1/3 quer	181 x 84	392,-	482,-	418,-	244,-	273,-	602,-	666,-	333,-	48,-		
1/4 einspalt. zweispalt. blattbreit	43 x 260 89 x 128 181 x 62	293,-	362,-	317,-	185,-	204,-	452,-	502,-	252,-	37,-		
3/6 einspaltig zweispalt. dreispalt.	43 x 185 89 x 92 135 x 62	221,-	270,-	239,-	137,-	158,-	340,-	375,-	190,-	28,-		
1/8 einspaltig zweispalt. blattbreit	43 x 128 89 x 62 181 x 30	149,-	181,-	162,-	95,-	106,-	229,-	255,-	128,-	18,-		
1/6 einspalt. zweispalt.	43 x 62 89 x 30	77,-	91,-	84,-	49,-	53,-	116,-	132,-	65,-	10,-		
1/32 einspaltig	43 x 30	41,-	46,-	44,-	28,-	30,-	58,-	69,-	36,-	6,-		
mm-Preis für nicht formatgerechte Anzeigen 1-spaltig (43 mm)		1,70	1,90	1,80	1,15	1,25	2,40	2,55	1,50	0,25		

Rabatte

Malstaffel	Mengenstaffel
3 Anzeigen 3 %	1 Seite 5 %
6 Anzeigen 5 %	3 Seiten 10 %
9 Anzeigen 10 %	6 Seiten 15 %
12 Anzeigen 15 %	12 Seiten 20 %
24 Anzeigen 20 %	

Die Mal- und Mengenstaffelrabatte werden für Abnahmen innerhalb eines Abschlusszeitraumes von 12 Monaten gewährt.

Bei Abschlusserteilung werden die Rabatte sofort auf der Rechnung berücksichtigt. Ohne Abschluss erfolgt die Rabattabrechnung per Dezember auf das Kalenderjahr.

IWW II/2011
verbreitet



9 Kombi für Haus und Garten



Mit der **Anzeigenkombi für Haus und Garten** – Siedlung und Eigenheim plus Gartenfreund (Gesamtauflage) – erreichen Sie monatlich über **eine dreiviertel Million Leser: aktive Haus-, Klein- und Hobbygärtner** – bei **Kombibuchung mit einem Preisvorteil von etwa 5 Prozent**.

Die Bezieher des Monatstitels Siedlung und Eigenheim sind Besitzer von Ein- und Zweifamilienhäusern mit großen Gärten (Ø 440 qm²). Die Haus- und Gartenzeitschrift bietet den Leserinnen und Lesern ausführliche redaktionelle Beiträge rund um die Themen Haus, Wohnung, Garten und Natur.



Regionale Verbreitung der Kombi

Regionalausgaben		Gartenfreund	
		abonnierte Auflage	verbreitete Auflage
Nielsen I	Schleswig-Holstein	14.196	14.446
	Hamburg	32.795	32.967
	Bremen	15.381	15.731
	Niedersachsen	22.413	22.553
	Braunschweig	<u>15.647</u>	<u>15.840</u>
		100.432	101.537
Nielsen II	Westfalen	44.678	44.978
Nielsen IV	Bayern (Siedlung und Eigenheim)	81.794	82.935
Nielsen V + VI	Berlin Sachsen-Anhalt	68.950	70.087
		2.188	2.701
Nielsen VII	Sachsen	15.974	16.149

	abonnierte Auflage	verbreitete Auflage
Gartenfreund + Siedlung und Eigenheim	232.222	235.452
Kombi für Haus und Garten	314.016	318.387

10 Anzeigenpreise und -formate Kombi für Haus und Garten

(Gartenfreund, Siedlung und Eigenheim)

Größe in Seitenteilen	Satzspiegelformat in mm	Preise in EUR				angeschnittene Anzeigen in mm* Breite x Höhe
		s/w	2-farbig	3-farbig	4-farbig	
1/1	181 x 260	10.285,-	12.855,-	15.422,-	16.450,-	210 x 297
3/4 quer	181 x 185	7.714,-	9.641,-	11.567,-	12.339,-	210 x 205
2/3 quer	181 x 170	6.857,-	8.569,-	10.285,-	10.968,-	210 x 190
1/2 hoch quer	89 x 260 181 x 128	5.143,-	6.429,-	7.715,-	8.228,-	106 x 297 210 x 145
3/8 zweispaltig dreispaltig	89 x 185 135 x 128	3.858,-	4.824,-	5.785,-	6.173,-	*zuzügl. 3 mm Beschnitt
1/3 quer	181 x 84	3.433,-	4.287,-	5.143,-	5.486,-	Alle Preise verstehen sich zuzüglich gesetzlicher Mehrwertsteuer.
1/4 einspaltig zweispaltig blattbreit	43 x 260 89 x 128 181 x 62	2.574,-	3.219,-	3.860,-	4.117,-	
3/16 einspaltig zweispaltig dreispaltig	43 x 185 89 x 92 135 x 62	1.933,-	2.415,-	2.896,-	3.090,-	
1/8 einspaltig zweispaltig blattbreit	43 x 128 89 x 62 181 x 30	1.290,-	1.611,-	1.934,-	2.061,-	Preisliste Nr. 25 gültig ab 1.1.2012
1/16 einspaltig zweispaltig	43 x 62 89 x 30	646,-	807,-	970,-	1.032,-	
1/32 einspaltig	43 x 30	326,-	409,-	488,-	522,-	

mm-Preis für nicht formatgerechte Anzeigen 1-spaltig (43 mm): 11,65 EUR Mindesthöhe: 10 mm
 mm-Preis für Anzeigen im redaktionellen Text 1-spaltig (43 mm): 20,00 EUR Mindesthöhe: 10 mm
 Farbzuschläge: 2-farbig +25% | 3-farbig + 50% | 4-farbig + 60%

Rabatte

Malstaffel

3 Anzeigen	3 %	1 Seite	5 %
6 Anzeigen	5 %	3 Seiten	10 %
9 Anzeigen	10 %	6 Seiten	15 %
12 Anzeigen	15 %	12 Seiten	20 %
24 Anzeigen	20 %		

Mengenstaffel

Die Mal- und Mengenstaffelrabatte werden für Abnahmen innerhalb eines Abschlusszeitraumes von 12 Monaten gewährt.

Bei Abschlusserteilung werden die Rabatte sofort auf der Rechnung berücksichtigt. Ohne Abschluss erfolgt die Rabattabrechnung per Dezember auf das Kalenderjahr.

Preisvorteil bei Belegung der Kombination

Verbreitete Kombiauflage

318.387 Exemplare (IVW II/2011)



11 Sonderwerbeformen



... und mehr: Über Möglichkeiten und Konditionen, z.B. auch in Kombination mit unserem Internetportal gartenfreunde.de, informieren wir Sie gern individuell. Gartenfreunde.de verzeichnet monatlich etwa 1 Mio. Page Impressions und 100.000 Besucher.

12 Preise Beihefter/Beilagen

	Beihefter (pro Tausend)	Beilagen (pro Tausend)
Preise	bis 4 Seiten 80,00 EUR bis 8 Seiten 82,00 EUR bis 12 Seiten 85,00 EUR bis 16 Seiten 87,00 EUR Größere Umfänge gern auf Anfrage.	bis 25 g: 80,00 EUR Für jede weiteren angefangenen 5 g: 2,90 EUR Höheres Gewicht gern auf Anfrage. Postkarten-Beilage pro Tsd. Stück: 49,00 EUR
Formate	Mindestformat: 140 x 105 mm Maximalformat: 210 x 297 mm Beschnittzugaben Heftformat: Kopfbeschnitt 6 mm, Vorder- und Fußbeschnitt min. 3 mm	Mindestformat: 140 x 105 mm Maximalformat: 200 x 297 mm
Papiergewicht	bis 4 Seiten: mind. 90 g/m ² 8 und mehr Seiten: 70 g/m ² Niedrigere Grammaturen sind vorher mit dem Verlag abzustimmen.	bis 4 Seiten 90 g/m ² 8–16 Seiten 70 g/m ² Bei Postkarten: mind. 150 g-Papier
Postgewichtsgebühren für Beihefter, Beilagen und Beikleber	Gewichtsabhängige Portokosten sind weder rabatt- noch AE-fähig. Sie berechnen sich wie folgt: bis 10 g 3,20 EUR pro Tsd. bis 20 g 6,60 EUR pro Tsd. bis 30 g 10,20 EUR pro Tsd. bis 40 g 13,60 EUR pro Tsd. bis 50 g 17,00 EUR pro Tsd. Höheres Gewicht gern auf Anfrage.	
Belegungsmöglichkeiten Gartenfreund Mantel u. Regionalausgaben	Gesamt- oder Teilauflagen (neun Regionalausgaben sind differenziert belegbar). Mindestauflage: 17.000 Stück. Bitte beachten Sie einen Verarbeitungszuschuss von 1,5 % zusätzlich zur gebuchten Auflage.	
Technische Hinweise	Der Verlag benötigt spätestens drei Wochen vor Erscheinen mindestens 10 verbindliche Originalmuster, um die Verarbeitungstauglichkeit prüfen zu können. Muster an: Verlag W. Wächter GmbH, Elsasser Str. 41, 28211 Bremen	
Anliefertermin	Spätestens bis zum 10. des Vorerscheinungsmonats an Druckerei.	
Anlieferung	Jede Palette ist mit Bestimmungshinweis wie folgt deutlich zu versehen: Zeitschriftentitel, ggf. Regionalausgabe, Heftnummer (Monat). Vogel Druck und Medienservice GmbH & Co. KG, Warenannahme, Leibnizstr. 5, 97204 Höchberg	

Über Konditionen, Möglichkeiten und Termine für personalisierte Sonderwerbeformen/Selective Binding, Titelwerbung, Ad Specials, Sonderformate, Panoramadruck oder andere Werbeformen informieren wir Sie gern individuell.

13 gartenfreunde.de



Medien sinnvoll kombinieren

Seit 1996 betreibt der Verlag W. Wächter die Website www.gartenfreunde.de als Informations- und Diskussionsplattform. Im Bereich Garten eine der reichweitenstärksten Websites im deutschsprachigen Raum mit monatlich etwa 100.000 Besuchern und etwa 1 Million Page Impressions.

Mit der Verknüpfung von Print- und Online-Werbung entwickeln wir auf die Bedürfnisse und Wünsche des Partners zugeschnittene Kombinationen und Formate. Erfolgreich eingesetzt werden u. a. Leser- und Verbraucherwettbewerbe, Bezugsquellen-Verzeichnisse, regelmäßige Newsletter

und Online-Umfragen oder Bewegtbild in Form von Videoteasern.

Sprechen Sie uns für ein individuelles Angebot an!

14 Technische Angaben

Technische Daten

Erscheinungsweise:
monatlich zum Ende des Vormonats

Heftformat:
210 mm breit, 297 mm hoch

Satzspiegel:
180 mm breit, 256 mm hoch

Druckverfahren:
Rollentoffsetdruck

Raster:
60er (150 lpi)

Druckvorlagen:
nur in digitaler Form, Fotos,
Reinzeichnungen, reprofähige Vorlagen.

Farbskala:
Euroskala

Datenübertragung

FTP	Zugangsdaten auf Anfrage
E-Mail	dtp@waechter.de
Datenträger	CD-ROM oder DVD

Bitte eine Nachricht mit einer Kopie
der an den Verlag übertragenen Daten
an 0 30/31 50 10 66 faxen!

Datenformate für Anzeigen

PDF
Als Standarddateiformat empfehlen wir PDF
in Version 1.3 (als PDF/X), höhere Versionen
nach Absprache. Nur CMYK-Farben, unsepariert.
Datei ohne Kennwortschutz.

EPS
Vektor-EPS, Illustrator 8 kompatibel,
Schriften in Pfade, nur CMYK Farben.
Andere Dateiformate nur nach voriger Absprache.

Datenübermittlung/ technische Rückfragen an

Verlag W. Wächter GmbH
Abteilung DTP
Bismarckstraße 108
10625 Berlin

Telefon 0 30/318 69 01-25
Telefax 0 30/31 50 10 66
E-Mail dtp@waechter.de

15 Allgemeine Geschäftsbedingungen

1. „Anzeigenauftrag“ im Sinn der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungsleitenden oder sonstigen Inserenten in einer Druckschrift zum Zweck der Werbung.

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 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-Millimeteranzeigen 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.

7. Textteil-Anzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens drei Seiten an redaktionellen Text und nicht an andere Anzeigen angrenzen. Anzeigen, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.

8. Der Verlag behält sich vor, Anzeigen – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – abzulehnen, insbesondere wenn

- deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder deren Veröffentlichung für den Verlag wegen des Inhalts, der Gestaltung, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist oder
- Anzeigen Werbung Dritter oder für Dritte enthalten.

Aufträge für andere Werbemittel sind für den Verlag erst nach Vorlage des Musters und dessen Billigung bindend. Soweit der Verlag von seinem Ablehnungsrecht in Bezug auf Werbemittel, die Werbung Dritter oder für Dritte enthalten (Verbundwerbung), keinen Gebrauch macht, bedürfen diese in jedem Einzelfall der vorherigen schriftlichen Annahmeerklärung des Verlages. Diese berechtigt den Verlag zur Erhebung eines Verbundaufschlages. Die Ablehnung einer Anzeige oder eines anderen Werbemittels 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 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 gesetzte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Schadensersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsabschluss und unerlaubter Handlung sind – auch bei telefonischer Auftragserteilung – ausgeschlossen. Schadens-

ersatzansprüche 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. Die gilt nicht 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 Erfüllungshelfen; 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 Probeabzugs 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 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 offstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

Zusätzliche Geschäftsbedingungen des Verlages

a) Sofern nicht ausdrücklich eine andere Vereinbarung getroffen ist, treten neue Tarife bei Preispassungen auch für laufende Aufträge sofort in Kraft; dies gilt gegenüber Nicht-Kaufleuten nicht bei Aufträgen, die innerhalb von vier Monaten nach Vertragsabschluss abgewickelt werden sollen.

b) Im Falle höherer Gewalt erlischt jede Verpflichtung des Verlages auf Erfüllung von Aufträgen und Leistung von Schadenersatz. Insbesondere wird auch kein Schadenersatz für nicht veröffentlichte oder nicht rechtzeitig veröffentlichte Anzeigen geleistet. Bei Betriebsstörungen oder Eingriffen durch höhere Gewalt, z. B. Streik, Beschlagnahme und dgl. – sowohl im Betrieb des Verlages als auch in fremden Betrieben, deren sich der Verlag zur Erfüllung seiner Verbindlichkeiten bedient – hat der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen, wenn die Aufträge mit 80 % der zugesicherten Auflage verbreitet worden sind.

c) Bei fernmündlich aufgegebenen Bestellungen und Änderungen übernimmt der Verlag keine Haftung für die Richtigkeit der Wiedergabe.

d) Sind etwaige Mängel bei den Druckunterlagen des Auftraggebers nicht sofort erkennbar, so hat der Auftraggeber bei ungenügendem Abdruck keine Ansprüche. Das gleiche gilt bei Fehlern in wiederholt erscheinenden Anzeigen,

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 vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen der Druckvorlage hat der Auftraggeber zu tragen.

17. Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preiserminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt 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 durchschnittlich verbreitete) 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 Exemplaren mindestens 20 v. H.,
- bei einer Auflage bis zu 100 000 Exemplaren mindestens 15 v. H.,
- bei einer Auflage bis zu 500 000 Exemplaren mindestens 10 v. H.,
- bei einer Auflage über 500 000 Exemplaren mindestens 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.

18. Betr. Ziffernanzeigen. Unzutreffend.

19. Druckerunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung der Druckerunterlagen endet acht Wochen nach der erstmaligen Veröffentlichung der Anzeige oder des anderen Werbemittels, sofern nicht schriftlich eine andere Vereinbarung getroffen worden ist.

20. Erfüllungsort und Gerichtsstand für beide Teile ist, soweit das Gesetz zwingend nichts anderes vorsieht, der Sitz des Verlages.

wenn der Auftraggeber nicht vor Drucklegung der nächstfolgenden Anzeige auf Fehler hinweist.

e) Nicht termingerechte Lieferung der Druckunterlagen und der Wunsch nach einer von der Auflage abweichenden Druckwiedergabe können Auswirkungen auf Platzierung und Druckqualität verursachen und schließen spätere Reklamationen aus. Der Verlag muss sich die Berechnung entstehender Mehrkosten vorbehalten.

f) Die Urheberrechte an den vom Verlag gratis oder gegen Entwurfskostenbeiträge erstellten Anzeigenentwürfen und Texten, Signets und dergleichen dürfen nur für die Insertion in Titeln des Verlages verwendet werden. Bei Zweifelsbehandlung werden die üblichen und angemessenen Kosten für einen grafischen Entwurf in Rechnung gestellt.

g) Werbeagentur und Werbungsmitler sind verpflichtet, sich mit ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen an die Preisliste des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Mittelvergütung darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.

h) Zu Beginn einer neuen Geschäftsverbindung behält der Verlag sich vor, Vorauszahlungen bis zum Anzeigenschluss zu verlangen.