

Mediadaten Nr. 20 | gültig 2012



3. Quartal 2011

2012

Ökosysteme erhalten



Wildnis schützen



Landschaft bewahren



Mit über 175.000 Mitgliedern und Förderern ist der Bund Naturschutz (BN, Landesverband Bayern des BUND) der größte Natur- und Umweltschutzverband Bayerns. Gegründet 1913, setzt sich der BN seit fast 100 Jahren für den Erhalt einer vielfältigen, gesunden und lebenswerten bayerischen Heimat ein. Eine große Stärke des BN ist seine Verwurzelung im ganzen Land. Ein Netzwerk von über 750 BN-Gruppen schützt flächendeckend bedrohte Tiere, Pflanzen und Landschaften.



Zugleich vertritt der BN-Landesverband die Interessen seiner Mitglieder in Politik, Verwaltung und Wirtschaft. Die Jugendorganisation JBN ist Bayerns größter Jugendumweltverband. So konnte der BN bis heute folgende Ergebnisse verbuchen:

- Mitgründung der Nationalparks Bayerischer Wald und Berchtesgaden
- Bewahrung der frei fließenden Donau vor Staustufen und Kanalisierung
- Wiedereinbürgerung von Wildkatze und Biber
- Initiierung des „Grünen Bandes“ in Deutschland und Europa
- Etablierung Bayerns als gentechnikfreie Zone und als Musterland der Erneuerbaren Energien

Magazin



Das Magazin **Natur+Umwelt** informiert die Mitglieder des BN seit 1918 über die Arbeit des Verbandes und über alle Bereiche des Natur- und Umweltschutzes.

Laut Leserbefragung ist das Magazin für die BN-Mitglieder das wichtigste Medium im Bereich des Natur- und Umweltschutzes.

Das moderne Magazin bietet seinen Lesern

- Hintergründe zu aktuellen Umweltthemen
- Spannende Naturberichte
- Porträts engagierter Persönlichkeiten
- Ratgeber für gesundes, umweltgerechtes Leben
- Großformatige Bilder der schönsten Tiere und Pflanzen
- Altersgerechte Beiträge für Kinder und Jugendliche
- Abwechslungsreiche Bildungsangebote
- Berichte über die BN-Arbeit in allen Regionen Bayerns

Herausgeber BN – Bund Naturschutz in Bayern e. V.
Dr.-Johann-Maier-Straße 4
93049 Regensburg
www.bund-naturschutz.de

Anzeigenverwaltung Runze & Casper Werbeagentur GmbH
Linienstraße 214, 10119 Berlin
Tel. 030 | 280 18-0, Fax -300
www.runze-casper.de

Druckauflage 104.000 Exemplare | IVW 3/11

Distribution 99.641 Exemplare über den Postvertrieb. Hiervon werden insgesamt 1.127 Exemplare an die gesamte Presse in Bayern sowie an bayerische Abgeordnete verteilt und in Arztpraxen (hauptsächlich Regensburg und Straubing) ausgelegt. 2.859 Exemplare gehen an Neumitglieder, Infostände sowie als Mitgliederwerbung.

Heftformat 210 mm x 280 mm

Satzspiegelformat 188 mm x 242 mm

Erscheinungsweise 4 x jährlich

Erscheinungstermine 25.05.2012 | 17.08.2012 | 16.11.2012

Anzeigenschlüsse 05.04.2012 | 06.07.2012 | 05.10.2012

Druckunterlagen-schlüsse 12.04.2012 | 10.07.2012 | 09.10.2012

Rabatte

Mengenstaffel	Malstaffel
ab 2 Seiten 5 %	ab 2 Anzeigen 3 %
ab 3 Seiten 10 %	ab 3 Anzeigen 5 %
ab 4 Seiten 15 %	ab 4 Anzeigen 10 %

Sonderrabatt Mitgliedern und Förderern gewähren wir einen Sonderrabatt.

Sonderplatzierungen

2. Umschlagseite	€ 3.600,-
4. Umschlagseite	€ 3.800,-

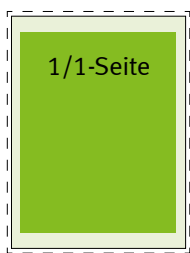
Druckunterlagen Druckfähige PDF-Dateien, Anzeigen im Anschnittformat + 5 mm Beschnitt

Druckverfahren Rollenoffset

Zahlungsbedingung Alle Preise in Euro zzgl. gesetzlicher Mehrwertsteuer. Zahlung nach Rechnungserhalt ohne Abzug

Rücktrittsrecht Nur schriftlich zwei Wochen vor Anzeigenschluss

Preise und Formate



188 x 242 mm
210 x 280 mm

€ 3.485,-



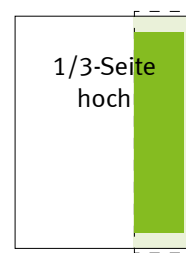
92 x 242 mm
103 x 280 mm

€ 1.850,-



188 x 119 mm
210 x 138 mm

€ 1.850,-



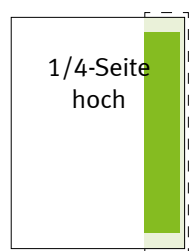
60 x 242 mm
67 x 280 mm

€ 1.230,-



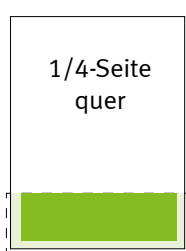
188 x 78 mm
210 x 90 mm

€ 1.230,-



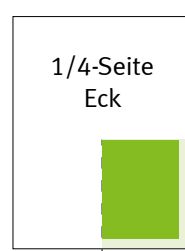
43 x 242 mm
49 x 280 mm

€ 920,-



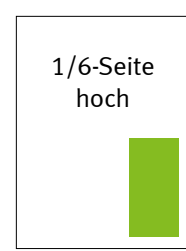
188 x 57 mm
210 x 67 mm

€ 920,-



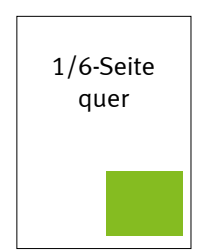
92 x 119 mm
103 x 138 mm

€ 920,-



60 x 119 mm

4c € 610,- s/w € 320,-



92 x 78 mm

Anschnittformate mit zusätzlich 5 mm Beschnittzugabe

Satzspiegelformate

Beilagen

sind der Zeitschrift lose beigefügte Drucksachen. Sie werden verarbeitungsfertig vom Auftraggeber angeliefert.

- Preis € 82,-/Tsd.

Mindestpapiergewicht	100 g/m ² (Einzelblatt)
Mindestformat	105 mm x 148 mm
Höchstformat	200 mm x 260 mm
Mindestauflage	25.000 Exemplare

Beihefter

sind fest in die Zeitschrift integrierte Drucksachen/Prospekte. Sie werden verarbeitungsfertig vom Auftraggeber angeliefert und mit der geschlossenen Seite zum Bund beigelegt.

- Preis 4 Seiten | € 87,-/Tsd.
8 Seiten | € 97,-/Tsd.

Unbeschnittenes Anlieferungsformat:

Vorderer Schenkel	215 x 315 mm
Hinterer Schenkel	225 x 315 mm
Kopfbeschnitt	5 mm
Fußbeschnitt	30 mm

Beikleber

sind verarbeitungsfertige vom Auftraggeber angelieferte Produkte, die auf einer Trägeranzeige aufgeklebt werden und durch Interessenten abgelöst werden können.

Beigeklebte Postkarten

Postkarten bis 10 g	€ 50,- /Tsd.
Booklets bis 20 g	€ 68,- /Tsd.

Platzierung der Trägeranzeige, nach technischen Möglichkeiten

Format je Postkarte:	Hochformat 90 mm x 140 mm Querformat 140 mm x 90 mm
----------------------	--

Bei mehrseitigen Produkten muss die geschlossene Kante parallel zur Heftmitte stehen.

Anlieferung

von Beilagen und Beiheftern an die Druckerei erfolgt frei Haus innerhalb von 10 Werktagen vor Erscheinungstermin. Portokosten für Beileger und Beihefter werden zusätzlich berechnet und sind weder AE- noch rabattfähig.

Zielgruppe

Lese- und Konsumverhalten

Die LeserInnen sind zu

- 51 % Männer und 49 % Frauen,
- über 50 % sind zwischen 30 und 50 Jahre alt,
- über 40 % sind älter als 50 Jahre,
- 51 % von ihnen haben großes Interesse an Werbung.

Diese LeserInnen sind eine interessante Zielgruppe, besonders für die Anbieter von hochwertigen, nachhaltigen Produkten und Dienstleistungen.

Nach eigenen Angaben sind die LeserInnen

- sehr qualitätsbewusst,
- außerordentlich kaufkräftig: 22,5 % verfügen über mehr als € 3.500,- monatliches Nettoeinkommen,
- überdurchschnittlich gebildet: 45 % haben einen Hochschulabschluss.

Das Magazin wird von ca. 175.000 Menschen je Ausgabe gelesen.

Konsumverhalten und Interessen

Der Konsum der Leser ist nachhaltig orientiert:

- 61 % kaufen Lebensmittel mit Biosiegel.
- 39 % interessieren sich für ökologische Einkaufshilfen.
- 18 % interessieren sich für Mobilitätsangebote.
- 14 % interessieren sich für ökologisch orientierte Versicherungen.

Weitere Themen, die für die Leser von großem Interesse sind:

• Natur- und Tierschutz	19,8 %
• Naturheilkunde	17,5 %
• Reisen	16,6 %
• Ökostrom	15,2 %
• Ökologische Geldanlagen	11,0 %

Besonders das Reisen hat einen hohen Stellenwert:

- 28 % verreisen 1 x im Jahr
- 32 % verreisen 2 x im Jahr
- 16 % verreisen 3 x im Jahr

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen in Zeitungen und Zeitschriften

1. „Anzeigenauftrag“ im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung zum Zwecke der Verbreitung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbebetreibenden in einer Druckschrift.
2. Anzeigenaufträge sind im Zweifel innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzuwickeln. 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 befugt, innerhalb der in Nummer 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 Rückerstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht oder wenn der Auftraggeber im Falle von Preiserhöhungen, statt ein ihm vorbehaltendes oder später eingeräumtes Rücktrittsrecht auszuüben, den Vertrag zu den neuen Preislisten bis zur Erreichung des ursprünglich vereinbarten Auftragswertes fortsetzt.
5. Betr. Textzeilenanzeigen. Unzutreffend.
6. Für die Aufnahme von Anzeigen in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder bestimmten Plätzen der Druckschrift wird keine Gewähr geleistet, es sei denn, dass der Auftraggeber die Gültigkeit des Auftrages ausdrücklich davon abhängig gemacht hat.
7. Absatz betr. Textzeilenanzeigen. Unzutreffend. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ kenntlich gemacht.
8. Der Verlag behält sich vor, Anzeigen- und Beilagenaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen Grundsätzen des Verlages abzulehnen. Dies gilt auch für Aufträge, die an ein Schalter der Geschäftsstellen, bei Annahmestellen oder bei 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 der 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 Beilage ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. Der Verlag gewährleistet die drucktechnisch einwandfreie Wiedergabe der Anzeige.

10. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Weitergehende Haftungen für den Verlag sind ausgeschlossen. Reklamationen müssen innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnungen und Belegen geltend gemacht werden. Für Fehler bei telefonischen Übermittlungen jeder Art übernimmt der Verlag keine Haftung.
11. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Sendet der Auftraggeber den ihm rechtzeitig übermittelten Probeabzug nicht fristgemäß zurück, so gilt die Genehmigung zum Druck als erteilt.
12. Sind keine besonderen Größenvorschriften angegeben, so wird die tatsächliche Abdruckhöhe der Preisberechnung zugrunde gelegt.
13. Absatz betr. Rechnungsbeträge bei Zeitungen. Unzutreffend. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine kürzere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.
14. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen in Höhe von mindestens 3 % über dem jeweiligen Diskontsatz der Deutschen Bundesbank 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 Konkursen und Zwangsvergleichen entfällt jeglicher Nachlass. Bei Vorliegen eines wichtigen Grundes 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 offen stehender 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 Anzeigenausschnitt. Wenn Art und Umfang des Anzeigenauftrages es rechtfertigen, werden mindestens zwei Kopfbelege oder vollständige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Aufnahmebescheinigung des Verlages.
16. Kosten für erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen und Lieferungen besteller Druckstücke, Matern und Zeichnungen hat der Auftraggeber zu bezahlen.
17. Aus einer Auflagenminderung kann nur dann Anspruch auf Preisminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die in der Preisliste oder auf andere Weise zugesicherte durchschnittliche Auflage oder – wenn eine Auflage nicht zugesichert ist – die durchschnittliche verkaufte Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisminderung berechtigender Mangel, wenn sie bei einer Auflage von bis zu 50.000 Exemplaren 2 v. H., bei einer Auflage von bis zu

- 100.000 Exemplaren 15 v. H., bei einer Auflage von bis zu 500.000 Exemplaren 10 v. H., bei einer Auflage von über 500.000 Exemplaren 5 v. H. beträgt. Darüber hinaus sind etwaige Preisminderungs- und Schadenersatzansprüche 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. Betr. Maternaufbewahrung. Unzutreffend.
20. Erfüllungsort und Gerichtsstand für beide Teile ist, soweit das Gesetz zwingend nichts anderes vorsieht, der Sitz des Verlages.

Zusätzliche Geschäftsbedingungen des Verlages

- a) Der Werbungsmitteiler und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich mit ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungstreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Mittlungsvergütung darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.
- b) Die allgemeinen und die zusätzlichen Geschäftsbedingungen des Verlages, die Auftragsbestätigung und die jeweils gültige Preisliste sind für jeden Auftrag maßgebend. Der erteilte Anzeigenauftrag wird erst nach schriftlicher Bestätigung durch den Verlag rechtsverbindlich.
- c) Eine Änderung der Anzeigenpreisliste gilt ab Inkrafttreten auch für die laufenden Aufträge.
- d) Wenn für konzernangehörige Firmen die gemeinsame Rabattierung beansprucht wird, ist die schriftliche Bestätigung einer mindestens 75-prozentigen Kapitalbeteiligung der Muttergesellschaft erforderlich.
- e) 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.
- f) Bei Betriebsstörungen oder Eingriffen durch höhere Gewalt (z. B. Streik, Beschlagnahme u. dgl.) hat der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen, wenn die Aufträge mit 80 % der garantierten verkauften Auflage erfüllt sind. Geringere Leistungen sind nach dem Tausender-Seitenpreis gemäß der im Tarif garantierten verkauften Auflage zu bezahlen.
- g) Sind etwaige Mängel bei den Druckunterlagen nicht sofort erkennbar, sondern werden dieselben erst beim Druckvorgang deutlich, so hat der Auftraggeber bei ungenügendem Abdruck keine Ansprüche.
- h) Die Pflicht zur Aufbewahrung von Druckunterlagen endet 3 Monate nach Erscheinen der jeweiligen Anzeige, sofern nicht ausdrücklich eine andere Vereinbarung getroffen worden ist.
- i) Die Übersendung von mehr als 2 Farbvorgaben, die nicht termingerechte Lieferung der Druckunterlagen, und der Wunsch nach einer von der Vorlage abweichenden Druckwiedergabe können Auswirkungen auf Platzierung und Druckqualität verursachen und schließen spätere Reklamationen aus. Der Verlag muss sich die Berechnung entstehender Mehrkosten vorbehalten.