

Medien für Naturfreunde mit den  
Themenschwerpunkten  
*Jagen und Angeln*

 **PAUL  
PAREY**  
ZEITSCHRIFTENVERLAG

MEDIA DATEN

2018

wild und hund

DEUTSCHE  
**JAGD**  
ZEITUNG



**JAGEN**  
WELTWEIT

**WILDE**  
NATUR

WEIDWERK  
NIESENBURG  
KORPUSBERG

**FISCH &  
FANG**  
Das Erlebnis  
Nassgen für  
Angler

**DER RAUBFISCH**  


PAUL PAREY ZEITSCHRIFTENVERLAG

# MARKENWELT



Wild und Hund, Wild und Hund Exklusiv, Deutsche Jagdzeitung, Jagen Weltweit, WILDE HUNDE, WEIDWERK, Fisch & Fang, Fisch & Fang Norwegen, Der Raubfisch, DVD, Film, Tablet, Specials, Online, Newsletter u.v.m.

# INHALT

Steckbrief Jagen/Angeln .....	04	Weidwerk in Mecklenburg-Vorpommern.....	14
Allgemeine Verlagsangaben.....	05	Fisch & Fang .....	15-16
Wild und Hund .....	06-08	Fisch & Fang Norwegen .....	17
Deutsche Jagdzeitung.....	09-10	Der Raubfisch .....	18-19
Jagen Weltweit .....	11-12	Beilagen & Formate .....	20-22
Wilde Hunde .....	13	AGB .....	23



## MARKTUMFRAGE JÄGER

# Jäger haben weit überdurchschnittliches Einkommen

Basis bildet die große Jägerstudie des Paul Parey Zeitschriftenverlages, Deutschlands größtem Medienhaus für jagdliche Zeitschriftenliteratur. Zur Teilnahme aufgerufen waren alle Leser der Zeitschriften Wild und Hund und Deutsche Jagdzeitung, die beide als auflagenstärkste Hefte bei Kauf- und Abo Jagdzeitschriften den Markt dominieren und zusätzlich mit dabei das Magazin für jüngere Jäger Wilde Hunde sowie Jagen weltweit, wichtigstes deutschsprachiges Heft für den international orientierten Jäger. Die Grundgesamtheit der etwa 115.000 Käufer erreicht mit einem LpE Wert von Ø 2,25 eine Bruttoleserschaft von ca. 258.000 Tsd. Personen.

9.276 passionierte Leser haben Online und schriftlich geantwortet. 7% jagende Frauen verbucht Wilde Hunde für sich, das entspricht dem Trend der wachsenden Frauenanteile in der ansonsten nach wie vor eindeutig starken Männerdomäne (93%-98% männliche Leser). Die Jäger zählen zu den gehobenen Schichten der Bevölkerung. 56% sind im Besitz der Hochschulreife bzw. eines Hochschulabschlusses. 32% arbeiten als Freiberufler, Leitende Angestellte, Geschäftsführer bzw. Inhaber oder Vorstände. Damit gehören sie zum Kreise derer, die in der Werbewirtschaft häufig zu den gesuchten Zielpersonen zählen, denn Ihnen wird eine hohe Persönlichkeitsstärke attestiert. Zudem sind Sie als Multiplikatoren oder Meinungs-



führer in ihrem eigenen Umfeld bekannt und werden häufig von Dritten um Rat gefragt. Im Schnitt verfügt der Waidmann über ein Haushaltsnettoeinkommen von stattlichen Ø 3.849,- Euro, das sind knapp 900 Euro mehr als im Bevölkerungsschnitt, den die Allensbacher Werbeträgeranalyse für die Gesamtbevölkerung über 14 Jahre mit 2.948,- Euro ausweist. Als Primus ist hier die Jagen weltweit zu nennen, mit einem sensationellen Nettoeinkommen im Haushalt von 4.884,- Euro. Über 63% der Jäger leben dort, wo sie der Natur am nächsten sind: im ländlichen Raum. Die Leser lieben ihre Jagdzeitschrift, sie lesen im Ø 157 intensive Minuten darin.

Am insgesamt glaubwürdigsten werden mit 86% die Zeitschriften beurteilt, weit vor Internet (34%), Zeitungen (18%), TV (9%) und Radio (3%). Jagd und Hund gehören zusammen. Ø 1,3 Hunde werden ins eigene Jagdrevier oder in den Pirschbezirk geführt. 61% der Wild und Hund -Leser und 59% Deutsche Jagdzeitungs -Leser gehören zu diesen besonders ambitionierten Jägern mit eigener Jagdmöglichkeit. Das Spektrum an Produkten für die Jagd ist groß. Zuletzt haben zwei Drittel der Befragten den Ausstattungskauf für ihr jagdliches Handwerkszeug, für den Hund, die funktionelle oder warme Kleidung für draußen im Fachhandel getätigt und ein Drittel nutzen dafür den Internet-Versandhandel. Des Jägers liebstes Fahrzeug ist ein Geländewagen, den 58% als meistgefahrenes Auto nutzen.

## MARKTUMFRAGE ANGLER

# Erfahrene Angler lesen Zeitschriften

2017 wurde die große Studie in Fisch & Fang und Der Raubfisch, sowie deren Web-Seiten durchgeführt. Insgesamt nahmen 5.627 Leser via Print- oder Onlinefragebogen teil. Die lesenden deutschen Angler sind bzgl. ihres Hobbies hoch ambitionierte und wissende Personen. Über die Hälfte geben an, ein bis mehrmals pro Woche zu angeln. Ein Drittel geht immerhin 2-3 mal im Monat ans Gewässer! 74% fahren „häufig bzw. ab und zu“ auch größere Strecken zum Angeln. Zweidrittel der Studienteilnehmer geben eine Angelerfahrung von mehr als 15 Jahren bis über 30 Jahre an. Sie geben sehr viel Geld für ihr Hobby aus, trotz des im Schnitt der Gesamtbevölkerung durchschnittlichen Einkommens (Ausgaben fürs Angeln: Ø 830 Euro in den letzten zwölf Monaten) und sind zu 70% (Fisch & Fang) und 64% (Der Raubfisch) aktive Vereinsmitglieder.

Für diese Zielgruppe stellt beispielsweise eine APP keine Alternative zum gedruckten Heft dar, bzw. wäre maximal als Ergänzung zum Heft akzeptabel. Mit der Studie ist bestätigt, dass Print und die eigene Heft-DVD bzw. die qualitativen journalistischen Angler-Magazine nach wie vor für sehr viele Angler unerlässlich bleiben. Das liegt gewiss auch an der einordnenden Funktion von journalistischer Redaktion, die im Gegensatz zum weitläufigen



Internet dem Leser ein sicheres Wissen und Orientierung in kompakter Weise haptisch bietet. Die Lesedauer der befragten Angelmagazine beträgt im Schnitt 151 Minuten. Eine untergeordnete Rolle hingegen spielen Facebook, Apps, Instagram, Foren. Beim Thema Angeln setzen die Sportfischer auf Zeitschriften (86%) und in geringerem Umfang auf die Nutzung von Youtube-Inhalten (54%).

Die befragten Angler sind im Vergleich zur Gesamtbevölkerung jünger, im Ø =42,8 Jahre (Ø Bevölkerung 48,6 Jahre, lt. Allensbacher Werbeträgeranalyse 2017). Mit 47% sind etwa die Hälfte in der Altersklasse 19-39 Jahre besonders jung. Bildung: Angler bilden ein breites Bildungsspektrum ausgewogen ab. 40% haben Hochschulreife, Abitur oder FH/Uni-Abschluss und 60% Haupt-/Realschulabschluss bzw. Berufsfachschule. Beruf: zwei Drittel sind Facharbeiter/Arbeiter, Beamte oder sonstige Angestellte, während 17% eine Position als Geschäftsführung, leitende Angestellte oder in Freien Berufen ausüben. Haushaltsnettoeinkommen: Ø= 2.825,- mtl. (zum vgl. Ø Bevölkerung 2.989,-, lt. Allensbacher Werbeträgeranalyse 2017). 35% verfügen über ein Haushaltsnettoeinkommen von 3.000,- bis unter 10.000,- Euro.

Quellen: Market Research Jägerstudie 2016/2017, AngelStudie 2017, Allensbacher Werbeträgeranalyse, IVW



MEDIADATEN 2018

# VERLAGSANGABEN

## Verlag

Paul Parey Zeitschriftenverlag GmbH  
Erich-Kästner-Str. 2, 56379 Singhofen,  
Telefon: +49 (0)2604/978-0 (Zentrale)  
Telefax: +49 (0)2604/978-190

## Anzeigen Print und Digital:

Telefon: +49 (0)2604/978-509 (Jagd)  
+49 (0)2604/978-511 (Angeln)  
E-Mail: [anzeigen@paulparey.de](mailto:anzeigen@paulparey.de)  
Internet: [www.paulparey.de](http://www.paulparey.de)

## Zahlungsbedingungen

Für gewerbliche Anzeigen bei Zahlung innerhalb 14 Tagen ab Rechnungsdatum 2% Skonto. Allgemeines Zahlungsziel 30 Tage nach Rechnungsdatum.

## Postbank Hamburg

BLZ: 200 100 20  
Konto-Nr.: 713 60 202  
IBAN: DE65 2001 0020 0071 3602 02  
SWIFT-BIC: PBNKDEFF

## Raiffeisenverband Salzburg

BLZ: 35000  
Konto-Nr.: 16011173  
IBAN: AT57 3500 000 1601 1173  
SWIFT-BIC: RVAAT2SXXX

## Geschäftsbedingungen

Für die Abwicklung von Anzeigenaufträgen gelten im Übrigen die „Allgemeinen Geschäftsbedingungen für Anzeigen und Fremdbeilagen in Zeitschriften“ sowie die zusätzlichen Geschäftsbedingungen des Verlages (siehe Seite 38).

## Anzeigenschluss/ Rücktrittsrecht

Kein Rücktrittsrecht nach Anzeigenschluss des gebuchten Titels. Für Advertorials und Sonderthemen gelten abweichende Preise und Anzeigenschlusstermine.

## Nassausische Sparkasse

BLZ: 510 500 15  
Konto-Nr.: 555 550 052  
IBAN: DE2 5105 0015 0555 5500 52  
SWIFT-BIC: NASSDE55XXX

## PostFinance AG Bern

Konto-Nr.: 91-427629-6  
IBAN: CH36 0900 000 9142 76296  
BIC: POFICHBEXX

### Chiffregebühren:

8 Euro, zzgl. MwSt.

### Preise:

Alle Preise in Euro und zzgl. MwSt.

### Mindestformate / Anzeigenteil

Mindestgröße im rubrizierten Anzeigenteil: 15 mm.

### Konzernrabatt:

Ab 51% Beteiligung.

### Platzierungsaufschlag:

10% für U2, U4, 1/3 gegenüber Editorial.

### Mittlervergütung

15% Mittlervergütung bei Buchung bzw. Faktura an die einkaufende Mediaagentur. Nachweis Handelsregisterauszug erforderlich.

### Prospektbeilagen

Technische Spezifikationen, Abwicklungs- und Lieferbedingungen siehe Seite 08.

### Konkurrenzausschluss:

Konkurrenzausschluss für Anzeigen, Beilagen bzw. Einhefter ist nicht möglich.

### Nachlässe bei 14-täglicher bzw. monatlicher Erscheinungsweise (innerhalb eines Abschlussjahres)

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

### Nachlässe bei 2-monatlicher Erscheinungsweise (innerhalb eines Abschlussjahres)

Malstaffel	Mengenstaffel
ab 3 Anzeigen 5%	ab 2 Seiten 5%
ab 4 Anzeigen 10%	ab 4 Seiten 10%
ab 5 Anzeigen 12%	ab 6 Seiten 15%
ab 6 Anzeigen 15%	ab 9 Seiten 20%

### Nachlässe bei quartalsweiser Erscheinung (innerhalb eines Abschlussjahres)

Bei Belegung sämtlicher Ausgaben eines Jahres:  
5% Mengenrabatt.



## **DAS JAGDMAGAZIN SEIT 1894**

WILD UND HUND ist eine Heimat für den passionierten, engagierten, anspruchsvollen, wertkonservativen und kultivierten Jäger. Jedes Heft atmet Einzigartigkeit, Authentizität und Aufrichtigkeit. Der Name von WILD UND HUND ist ihr Programm. An erster Stelle stehen Wild und die dazugehörige Jagdpraxis, sowie der dazu notwendige gut ausgebildete Hund.

WILD UND HUND informiert profund aus allen Bereichen der Jagd (Politik, Ausrüstung, Auslandsjagd, Jagdrecht, Handwerk und Kultur). Die kompetentesten Experten Deutschlands arbeiten für den Traditionstitel. Die Zeitschrift selbst ist Kulturträger, indem sie die bekanntesten zeitgenössischen Illustratoren beschäftigt und nach wie vor die jagdliche Belletristik in jedem Heft fördert. Kein anderes Heft auf dem Markt wird in der Politik derart beachtet wie WILD UND HUND. Durch seine über 120-jährige Tradition besitzt WILD UND HUND nicht nur jagdliche Kompetenz, sondern auch eine ungeheure Glaubwürdigkeit sowie das Vertrauen seiner Leser, die eine starke emotionale Bindung zum Blatt haben.

# WILD UND HUND

Druckauflage:	68.258 Ex.
Copypreis:	5,50 Euro
Frequenz:	14 täglich
DVD:	6 x jährlich
Reichweite*:	113.548 Leser
Leser-Blatt-Bindung**:	17,1 Jahre
Intensive Lesedauer**:	155 Minuten
Absolventen Uni. bzw. FH***:	39%
Inhaber, GF, Vorstand, Freie Berufe, Oberes Management, Leitende Angestellte****:	33%
Einkommen (Haushaltsnetto)*****:	4.059,-

- \* (Leser pro Exemplar 2,3 x Verbreitete Auflage), Market Research Jägerstudie 2017/ IVW II/2017
- \*\* Market Research Jägerstudie 2017
- \*\*\* (zum Vgl.: Ø Bevölkerung 16%,- It. Allensbacher Werbeträgeranalyse 17)
- \*\*\*\* (zum Vgl.: Ø Bevölkerung 17%,- It. Allensbacher Werbeträgeranalyse 17)
- \*\*\*\*\* (zum Vgl.: Ø Bevölkerung 2.989,- It. Allensbacher Werbeträgeranalyse 17)

## Online

Page Views*:	1.589.269
Unique User*:	192.686
FACEBOOK:	31.338
Youtube-Channel:	5.600

- \* Google Ad 8/2017

19  
5. Okt 17

DAS JAGDMAGAZIN SEIT 1894

**wild und hund**

DRÜCKJAGDTIPPS

Ihr persönliches Erfolgsrezept

8 X 57 IM PORTÄT

Eine Legende wird 130

RISIKO SCI W. EZZUCHT

Darum Risiko...

Wild und Hund  
Waidblick  
5/17

PREISE & TERMINE

PRINT



<b>Heft/Ausgabe</b>	<b>01</b> - 2018	<b>02</b> - 2018	<b>03</b> - 2018	<b>04</b> - 2018	<b>05</b> - 2018	<b>06</b> - 2018
<b>Anzeigenschluss</b>	01.12.2017	13.12.2017	05.01.2018	22.01.2018	05.02.2018	19.02.2018
<b>Erstverkaufstag</b>	04.01.2018	18.01.2018	01.02.2018	15.02.2018	01.03.2018	15.03.2018

<b>Heft/Ausgabe</b>	<b>07</b> - 2018	<b>08</b> - 2018	<b>09</b> - 2018	<b>10</b> - 2018	<b>11</b> - 2018	<b>12</b> - 2018
<b>Anzeigenschluss</b>	07.03.2018	21.03.2018	06.04.2018	19.04.2018	08.05.2018	24.05.2018
<b>Erstverkaufstag</b>	05.04.2018	19.04.2018	03.05.2018	17.05.2018	07.06.2018	21.06.2018

<b>Heft/Ausgabe</b>	<b>13</b> - 2018	<b>14</b> - 2018	<b>15</b> - 2018	<b>16</b> - 2018	<b>17</b> - 2018	<b>18</b> - 2018
<b>Anzeigenschluss</b>	11.06.2018	25.06.2018	09.07.2018	23.07.2018	13.08.2018	24.08.2018
<b>Erstverkaufstag</b>	05.07.2018	19.07.2018	02.08.2018	16.08.2018	06.09.2018	20.09.2018

<b>Heft/Ausgabe</b>	<b>19</b> - 2018	<b>20</b> - 2018	<b>21</b> - 2018	<b>22</b> - 2018	<b>23</b> - 2018	<b>24</b> - 2018
<b>Anzeigenschluss</b>	07.09.2018	21.09.2018	04.10.2018	19.10.2018	06.11.2018	22.11.2018
<b>Erstverkaufstag</b>	04.10.2018	18.10.2018	02.11.2018	15.11.2018	06.12.2018	20.12.2018

Textteil	S/W	2C/3C	4C
 ganze Seite	4.560 €	6.080 €	8.107 €
 halbe Seite	2.395 €	3.194 €	4.258 €
 drittel Seite	1.597 €	2.129 €	2.839 €
 viertel Seite	1.198 €	1.598 €	2.130 €

Technische Angaben siehe Seite 37

Anzeigenteil	S/W	2C	3C	4C
Gewerbliche Anzeigen	3,14 €	3,94 €	4,64 €	5,46 €
Jagdrevier Angebote	2,91 €	3,42 €	4,02 €	4,73 €
Jagdrevier Gesuche	2,14 €	2,52 €	2,97 €	3,49 €
Private Anzeigen	1,73 €	2,03 €	2,39 €	2,81 €

Preis je mm / Mindestformat 15 mm

# ONLINE

# DVD

Banner/Display	Preis
 Skyscraper	ab TKP 11€
 Rectangle	ab TKP 12€
 Superbanner	ab TKP 10€

Technische Angaben siehe Seite 37

Laufzeitpakete:  
Festplatzierung ab 300 €

Content Ad / Advertorial:  
ab 350 €  
(7 Tage Online inkl. Facebookpost)

[www.wildundhund.de](http://www.wildundhund.de)

Klassischer Werbespot, Jagdfilm mit Product Placement, Werbefilm von Hersteller:

- ab 6 Euro pro Sekunde
- Pauschalpreise auf Anfrage

Technische Produktion von Filmen kann verlagsseitig erfolgen.

**Bitte sprechen Sie uns an.**



**Anzeigenverkaufsteam:**

Telefon: +49(0)2604 / 978-509 · E-Mail: [anzeigen@paulparey.de](mailto:anzeigen@paulparey.de)

# **FÜR ALLE, DIE ES GENAU WISSEN WOLLEN**

„Seit über 20 Jahren gibt die WILD UND HUND-Redaktion zu jagdlichen Spezialthemen zwei Mal im Jahr ein Sonderheft heraus. Dabei bestechen nicht nur die hohe Kompetenz, die ausgewählten Autoren und Experten, sondern auch die hochwertige Aufmachung der Exklusivhefte. Seit 2009 wird meist zu den Heften auch eine DVD produziert, die den Nutzwert dieser Sammelhefte noch weiter erhöht. WILD UND HUND-Exklusiv ist ein Heft für Jäger, die es wissen wollen und einen hohen Anspruch an ihre jagdliche Qualifikation haben.“

## WILD UND HUND EXKLUSIV

Druckauflage:	15.000 Ex.
Copypreis:	9,90 Euro
Frequenz:	2 x jährlich
DVD:	2 x jährlich

## PREISE & TERMINE

# PRINT

Textteil	S/W	2C/3C	4C
 ganze Seite	1.848 €	2.465 €	3.286 €
 halbe Seite	924 €	1.232 €	1.643 €
 drittel Seite	616 €	821 €	1.095 €
 viertel Seite	463 €	617 €	822 €

Technische Angaben siehe Seite 37

Heft/Ausgabe	<b>51</b> - 2018	<b>52</b> - 2018
Anzeigenschluss	15.03.2018	14.09.2018
Erstverkaufstag	17.05.2018	15.11.2018

Anzeigenverkaufsteam:

Telefon: +49(0)2604 / 978-509 · E-Mail: [anzeigen@paulparey.de](mailto:anzeigen@paulparey.de)



**49**

**WILD UND HUND EXKLUSIV**

**DER BEWEGTE Schuss**

*In 6 Wochen fit für die Drückjagd*

**Training Technik Praxis**

*Plus: Schuss in der Waidzeit*

**Das ideale Training auf der Jagd**

G 40602

www.paulparey.de

## **JAGD, PRAKTISCH AUF DEN PUNKT GEBRACHT**

Erfrischend anders ist die DJZ. Monat für Monat wirbelt sie grünen Staub auf. Die DJZ ist stets nah am Leser, ist innovativ und emotional. Zudem setzt sie auf Jagdpraxis, aktuelle Reportagen und jegliche Ausrüstung, also Waffen, Munition, Optik, Bekleidung und vieles mehr. Die DJZ bietet ihren Abonnenten zudem monatlich eine DVD, die den Stammlesern 45 Minuten exklusive Filme aus der jagdlichen Praxis liefert. DJZ und DJZ-TV legen größten Wert darauf, stets die Freude an der Jagd zu vermitteln, Monat für Monat.

# DEUTSCHE JAGDZEITUNG

Druckauflage:	59.134 Ex.
Copypreis:	5,50 Euro
Frequenz:	12 x jährlich
DVD:	12 x jährlich
Reichweite*:	94.757 Leser
Leser-Blatt-Bindung**:	9,6 Jahre
Intensive Lesedauer**:	160 Minuten
Absolventen Uni. bzw. FH***:	30%
Inhaber, GF, Vorstand, Freie Berufe, Oberes Management, Leitende Angestellte****:	26%
Einkommen (Haushaltsnetto)*****:	3.417,-

- \* (Leser pro Exemplar 2,3 x Verbreitete Auflage), Market Research Jägerstudie 2017/ IVW II/2017  
\*\* Market Research Jägerstudie 2017  
\*\*\* (zum Vgl.: Ø Bevölkerung 16%,- It. Allensbacher Werbeträgeranalyse 17)  
\*\*\*\* (zum Vgl.: Ø Bevölkerung 17%,- It. Allensbacher Werbeträgeranalyse 17)  
\*\*\*\*\* (zum Vgl.: Ø Bevölkerung 2.989,- It. Allensbacher Werbeträgeranalyse 17)

## Online

Page Views*:	115.228
Unique User*:	45.939
FACEBOOK:	32.973
Youtube-Channel:	14.000

- \* Google Ad 8/2017

8/2017  
DEUTSCHE  
JAGD  
ZEITUNG  
www.djz.de

FALLEN-BAU  
Premium,  
Plastik, preiswert!

FLEISCHREIFUNG  
Nackt ins  
Kühlhaus

WILD VERSORGEN  
Ratgeber  
Arbeit

ERWILD-NACHSUCHEN

Erkenntnisse aus  
2.000 Stücken

DEUTSCHE  
JAGD  
ZEITUNG TV  
CHITSVOLLZ  
DVD  
VIDEO  
INFO-  
Programm  
gemäß  
§ 14  
JuSChG

DEUTSCHE  
JAGD  
ZEITUNG TV  
CHITSVOLLZ  
DVD  
VIDEO  
INFO-  
Programm  
gemäß  
§ 14  
JuSChG

8/2017 PROGRAMMÜBERSICHT

- Muffeljagd mit Überraschung
- Waffenreinigung mit dem Profi
- Auf Karibu in Grönland
- FJZ-Shop

PREISE & TERMINE

# PRINT



<b>Heft/Ausgabe</b>	<b>01</b> - 2018	<b>02</b> - 2018	<b>03</b> - 2018	<b>04</b> - 2018	<b>05</b> - 2018	<b>06</b> - 2018
<b>Anzeigenschluss</b>	21.11.2017	27.12.2017	23.01.2018	20.02.2018	20.03.2018	24.04.2018
<b>Erstverkaufstag</b>	27.12.2017	31.01.2018	28.02.2018	28.03.2018	25.04.2018	29.05.2018

<b>Heft/Ausgabe</b>	<b>07</b> - 2018	<b>08</b> - 2018	<b>09</b> - 2018	<b>10</b> - 2018	<b>11</b> - 2018	<b>12</b> - 2018
<b>Anzeigenschluss</b>	22.05.2018	19.06.2018	24.07.2018	21.08.2018	25.09.2018	23.10.2018
<b>Erstverkaufstag</b>	27.06.2018	25.07.2018	29.08.2018	26.09.2018	30.10.2018	28.11.2018

<b>Heft/Ausgabe</b>	<b>01</b> - 2019
<b>Anzeigenschluss</b>	20.11.2018
<b>Erstverkaufstag</b>	27.12.2018

Textteil	S/W	2C/3C	4C
 ganze Seite	3.165 €	4.220 €	5.627 €
 halbe Seite	1.583 €	2.111 €	2.814 €
 drittel Seite	1.055 €	1.407 €	1.876 €
 viertel Seite	791 €	527 €	703 €
 achtel Seite	395 €	527 €	703 €
mm- Anzeige	3,74 €	4,06 €	5,52 €

Anzeigenteil	S/W	2C	3C	4C
Rubriken	2,45 €	3,01 €	3,56 €	4,18 €
Jagdrevier Angebote	1,46 €	1,70 €	1,91 €	2,15 €

Preis je mm / Mindestformat 15 mm  
Technische Angaben siehe Seite 37

# ONLINE

Banner/Display	Preis
 Skyscraper	ab TKP 11€
 Rectangle	ab TKP 12€
 Superbanner	ab TKP 10€

Technische Angaben siehe Seite 37

Laufzeitpakete:  
Festplatzierung ab 200 €

Content Ad / Advertorial:  
ab 270 €  
(7 Tage Online inkl. Facebookpost)

[www.djz.de](http://www.djz.de)

**DEUTSCHE  
JAGDZEITUNG**

# DVD

Klassischer Werbespot, Jagdfilm mit Product Placement, Werbefilm von Hersteller:

- ab 6 Euro pro Sekunde
- Pauschalpreise auf Anfrage

Technische Produktion von Filmen kann verlagsseitig erfolgen.

**Bitte sprechen  
Sie uns an.**

**Anzeigenverkaufsteam:**

Telefon: +49(0)2604 / 978-509 · E-Mail: [anzeigen@paulparey.de](mailto:anzeigen@paulparey.de)



## **IM AUSLAND ZUHAUSE**

Über attraktive Jagdmöglichkeiten auf allen Kontinenten berichtet JAGEN WELTWEIT sechs Mal pro Jahr. Und dies nach dem Motto: Wer weltweit jagen will, muss JAGEN WELTWEIT lesen. JAGEN WELTWEIT bietet spannende und informative Beiträge mit Hintergrundfakten über Jagdreisen von den trockenen Wüsten Namibias bis zur schroffen Bergwelt Kanadas. Zudem werden dem Leser Servicethemen geboten, beispielsweise über Möglichkeiten, um auf Rehböcke in Europa oder Büffel in Afrika zu weidwerken. Es wird von Insidern dargestellt, wo und wann sowie zu welchen Kosten erfolgreiches Jagen möglich ist.



# JAGEN WELTWEIT

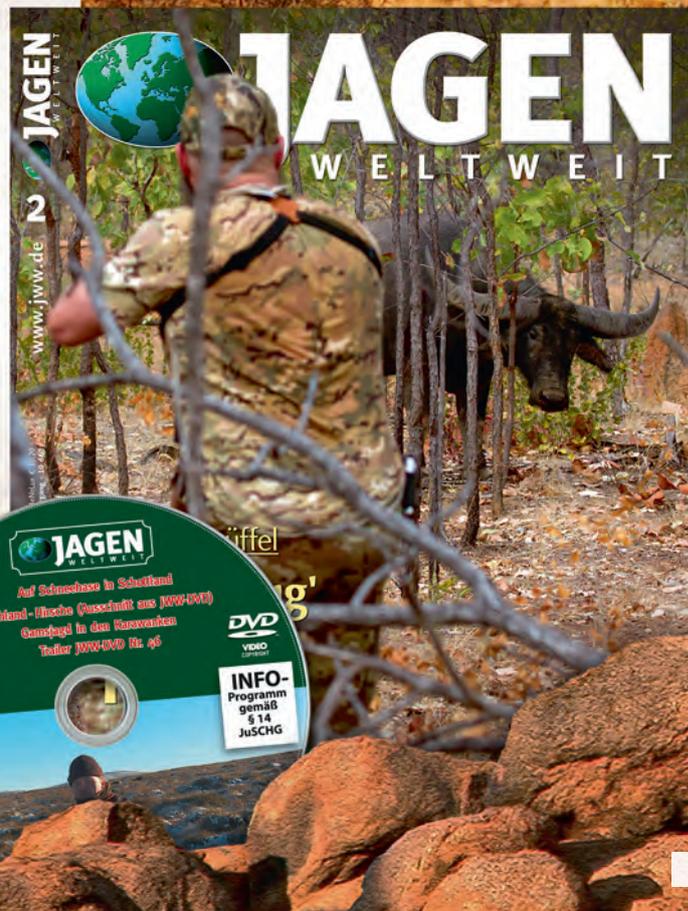
Druckauflage:	22.100 Ex.
Copypreis:	9,50 Euro
Frequenz:	6 x jährlich
DVD:	6 x jährlich
Reichweite*:	26.859 Leser
Leser-Blatt-Bindung**:	10,8 Jahre
Intensive Lesedauer**:	170 Minuten
Absolventen Uni. bzw. FH***:	43%
Inhaber, GF, Vorstand, Freie Berufe, Oberes Management, Leitende Angestellte****:	45%
Einkommen (Haushaltsnetto)*****:	4.884,-

- \* (Leser pro Exemplar 2,3 x Verbreitete Auflage), Market Research Jägerstudie 2017/ IVW II/2017
- \*\* Market Research Jägerstudie 2017
- \*\*\* (zum Vgl.: Ø Bevölkerung 16%,- It. Allensbacher Werbeträgeranalyse 17)
- \*\*\*\* (zum Vgl.: Ø Bevölkerung 17%,- It. Allensbacher Werbeträgeranalyse 17)
- \*\*\*\*\* (zum Vgl.: Ø Bevölkerung 2.989,- It. Allensbacher Werbeträgeranalyse 17)

## Online

Page Views:	19.480
Unique User:	7.376
FACEBOOK:	9.835
Youtube-Channel:	905

- \* Google Ad 8/2017



PREISE & TERMINE

PRINT



Heft/Ausgabe	01 - 2018	02 - 2018	03 - 2018	04 - 2018	05 - 2018	06 - 2018
Anzeigenschluss	07.12.2017	20.02.2018	03.04.2018	05.06.2018	07.08.2018	09.10.2018
Erstverkaufstag	26.01.2018	29.03.2018	25.05.2018	27.07.2018	28.09.2018	30.11.2018

Textteil	S/W	2C/3C	4C
 ganze Seite	2.405 €	2.734 €	3.451 €
 halbe Seite	1.227 €	1.394 €	1.759 €
 drittel Seite	818 €	930 €	1.174 €
 viertel Seite	613 €	696 €	880 €
 achtel Seite	307 €	348 €	439 €

Technische Angaben siehe Seite 37

# ONLINE

Banner/Display	Preis
 Skyscraper	ab TKP 11€
 Rectangle	ab TKP 12€
 Superbanner	ab TKP 10€

Technische Angaben siehe Seite 37

Laufzeitpakete:  
Festplatzierung ab 200 €

Content Ad / Advertorial:  
ab 270 €  
(7 Tage Online inkl. Facebookpost)

Jagdreise Weltkarte ab 150 Euro  
pro Jahr gewerblich, Eintrag  
Konzessionsgebiet, Werbetext,  
Verlinkung, Firmenlogo,  
Kontakt Daten

[www.jww.de](http://www.jww.de)

**JAGEN  
WELTEIT**

Anzeigenteil	S/W	2C	3C	4C
mm-Preis Textteil	2,59 €	2,91 €	3,27 €	3,66 €
mm-Preis Anzeigenteil	1,95 €	2,27 €	2,61 €	2,89 €

Preis je mm / Mindestformat 15 mm

# DVD

Klassischer Werbespot, Jagdfilm mit Product Placement, Werbefilm von Hersteller:

- ab 6 Euro pro Sekunde
- Pauschalpreise auf Anfrage

Technische Produktion von  
Filmen kann verlagsseitig  
erfolgen.

**Bitte sprechen  
Sie uns an.**



**Anzeigenverkaufsteam:**

Telefon: +49(0)2604 / 978-509 · E-Mail: [anzeigen@paulparey.de](mailto:anzeigen@paulparey.de)

## **ROCKSTAR DER JAGDMAGAZINE**

Modern, frisch und bildorientiert präsentiert sich die Zeitschrift für den Jäger von Morgen in Stil und Layout. Sie hilft ihr und ihm mit plakativ aufbereiteten Beiträgen die kniffligen Klippen in der Jagdpraxis zu überwinden und Neues auszuprobieren. Reportagen begleiten außergewöhnliche und aktive Jägerinnen und Jäger. Pirschen, Locken, Reizen - die aktive Jagd in der Natur stellt besondere Anforderungen an Ausrüstung und die Fähigkeiten des Jägers. Wer wissen will, wie Jagd zum Abenteuer wird, sollte die Zeitschrift für aktive, moderne Jäger nicht verpassen.

## WILDE HUNDE

Druckauflage: 22.000 Ex.  
Copypreis: 4,90 Euro  
Frequenz: 4 x jährlich

## PREISE & TERMINE

# PRINT

Textteil	S/W	2C/3C	4C
 ganze Seite	1.423 €	1.737 €	2.258 €
 halbe Seite	765 €	936 €	1.184 €
 drittel Seite	475 €	582 €	752 €
 viertel Seite	394 €	482 €	620 €
 achtel Seite	207 €	251 €	326 €
 U2-U4			2.690 €

Technische Angaben siehe Seite 37

Heft/Ausgabe	<b>02</b> - 2018	<b>03</b> - 2018
Anzeigenschluss	01.02.2018	03.05.2018
Erstverkaufstag	05.04.2018	05.07.2018

Heft/Ausgabe	<b>04</b> - 2018	<b>01</b> - 2019
Anzeigenschluss	07.08.2018	29.10.2018
Erstverkaufstag	04.10.2018	03.01.2019

Anzeigenverkaufsteam:

Telefon: +49(0)2604 / 978-509 · E-Mail: [anzeigen@paulparey.de](mailto:anzeigen@paulparey.de)



**4** Abenteuer Jagd OKTOBER - DEZEMBER 2017

**WILDE HUNDE**

**WILDE HUNDE**

**SURF ,N' TURF**  
**All-In-Braten & Räucherfisch**

**ANGELABENTEUER ÄGYPTEN**  
**Mumie, Barsch, korrupte Bullen**

**JÄGER JANN VIRNICH**

**Der Stecher aus'm Pott**

D - 4,90 € · A - 5,60 € · CH - 9,80 CHF · BRN/LLW - 5,80 € · F - 6,50 € - 88172

04  
11202035

**13**

# WEIDWERK in Mecklenburg- Vorpommern

Druckauflage: 11.000 Ex.  
 Copypreis: Für Mitglieder gratis  
 Frequenz: monatlich

## PREISE & TERMINE

# PRINT

Textteil	S/W	2C/3C	4C
 ganze Seite	914 €	1.095 €	1.460 €
 halbe Seite	456 €	547 €	730 €
 drittel Seite	304 €	365 €	486 €
 viertel Seite	228 €	274 €	365 €
 achtel Seite	114 €	136 €	182 €

Technische Angaben siehe Seite 37

Anzeigenteil	S/W	2C	3C	4C
gestaltete Anzeigen	0,92 €	1,17 €	1,38€	1,58€

Preis je mm / Mindestformat 15 mm

Heft/Ausgabe	01 - 2018	02 - 2018	03 - 2018
Anzeigenschluss	21.11.2017	27.12.2017	23.01.2018
Erstverkaufstag	27.12.2017	31.01.2018	28.02.2018

Heft/Ausgabe	04 - 2018	05 - 2018	06 - 2018
Anzeigenschluss	20.02.2018	20.03.2018	24.04.2018
Erstverkaufstag	28.03.2018	25.04.2018	29.05.2018

Heft/Ausgabe	07 - 2018	08 - 2018	09 - 2018
Anzeigenschluss	22.05.2018	19.06.2018	24.07.2018
Erstverkaufstag	27.06.2018	25.07.2018	29.08.2018

Heft/Ausgabe	10 - 2018	11 - 2018	12 - 2018
Anzeigenschluss	21.08.2018	25.09.2018	23.10.2018
Erstverkaufstag	26.09.2018	30.10.2018	28.11.2018

Heft/Ausgabe	01 - 2019
Anzeigenschluss	20.11.2018
Erstverkaufstag	27.12.2018

Anzeigenverkaufsteam:  
 Telefon: +49(0)2604 / 978-509 · E-Mail: [anzeigen@paulparey.de](mailto:anzeigen@paulparey.de)

**WEIDWERK**  
 IN  
**MECKLENBURG VORPOMMERN**

28. Jahrgang  
 Offizielles Mitteilungsblatt des Landesjagdverbandes  
 Anerkannter Naturschutzverband gemäß § 60 Bundesnaturschutzgesetz  
 Amtliche Mitteilungen der Jagdschörden  
 Nr. 9  
 September 2017

gesund & regional  
**LANDESWILD UND FISCHTAGE**  
 Mecklenburg-Vorpommern

Wildschwein am Spieß  
 Tipp der Jäger und Angler

- Regionale Wild- und Fischprodukte
- Tipps zum Zubereiten von Wild und Fisch
- Große Händlermeile

**09. Ludwigslust**  
 auf dem Schlossplatz

## **VON ANGLERN FÜR ANGLER GEMACHT...**

...so lautet das gute, alte Motto der FISCH & FANG-Redaktion. Deshalb „riecht“ unser Magazin ganz besonders nach Fisch. Die Angelpraxis wird eben groß geschrieben, und das seit nunmehr über 55 Jahren. Aber natürlich stellen wir auch die besten Reviere von nah bis fern sowie neues Angelgerät und -zubehör vor. Deutschlands erstes Anglermagazin ist aber nicht nur im Print führend, auch im Medium Film setzen wir seit 2003 die Maßstäbe. Mit FISCH & FANG ist man eben immer eine Ruten- spitze voraus.

# FISCH & FANG

Druckauflage:	97.734 Ex.
Copypreis:	5,90 Euro
Frequenz:	12 x jährlich
DVD:	12 x jährlich
Reichweite*:	125.155 Leser
Leser-Blatt-Bindung**:	11,2 Jahre
Intensive Lesedauer**:	157 Minuten
Anglererfahrung**:	26,1 Jahre
Angelhäufigkeit (1 bis mehrmals pro Woche)**:	54%

\* (Leser pro Exemplar 2,1 x Verbreitete Auflage), Market Research Anglerstudie 2017/ IVW II/2017

\*\* Market Research Anglerstudie 2017

## Online

Page Views*:	185.426
Unique User*:	97.638
FACEBOOK:	146.500
Youtube-Channel:	82.700

\* Google Ad 8/2017



PREISE & TERMINE

PRINT



<b>Heft/Ausgabe</b>	<b>01</b> - 2018	<b>02</b> - 2018	<b>03</b> - 2018	<b>04</b> - 2018	<b>05</b> - 2018	<b>06</b> - 2018
<b>Anzeigenschluss</b>	14.11.2017	12.12.2017	23.01.2018	20.02.2018	13.03.2018	17.04.2018
<b>Erstverkaufstag</b>	13.12.2017	17.01.2018	21.02.2018	21.03.2018	18.04.2018	23.05.2018

<b>Heft/Ausgabe</b>	<b>07</b> - 2018	<b>08</b> - 2018	<b>09</b> - 2018	<b>10</b> - 2018	<b>11</b> - 2018	<b>12</b> - 2018
<b>Anzeigenschluss</b>	15.05.2018	12.06.2018	10.07.2018	14.08.2018	25.09.2018	23.10.2018
<b>Erstverkaufstag</b>	20.06.2018	18.07.2018	15.08.2018	19.09.2018	24.10.2018	21.11.2018

<b>Heft/Ausgabe</b>	<b>01</b> - 2019
<b>Anzeigenschluss</b>	20.11.2018
<b>Erstverkaufstag</b>	12.12.2018

Textteil	S/W	2C/3C	4C
 ganze Seite	3.450 €	4.416 €	6.134 €
 halbe Seite	1.727 €	2.302 €	3.069 €
 drittel Seite	1.149 €	1.532 €	2.042 €
 viertel Seite	866 €	1.155 €	1.540 €
 achtel Seite	433 €	578 €	770 €

Technische Angaben siehe Seite 37

# ONLINE

Banner/Display	Preis
 Skyscraper	ab TKP 11€
 Rectangle	ab TKP 12€
 Superbanner	ab TKP 10€

Technische Angaben siehe Seite 37

Laufzeitpakete:  
Festplatzierung ab 200 €

Content Ad / Advertorial:  
ab 350 €  
(7 Tage Online inkl. Facebookpost)

[www.fischundfang.de](http://www.fischundfang.de)

Anzeigenteil	S/W	2C	3C	4C
Verkaufsangebote	2,50 €	3,00 €	3,00 €	3,50 €
Urlaub & Touristik	2,00 €	2,50 €	2,50 €	3,00 €
<b>Sonderseite Gesucht + Gefunden Format 65 mm b x 40 mm h, Festpreise</b>				
6x	45,00 €	60,00 €	60,00€	75,00 €
12x	42,00 €	57,00 €	57,00 €	72,00 €

Preis je mm / Mindestformat 15 mm

# DVD

Klassischer Werbespot, Angelfilm mit Product Placement, Werbefilm von Hersteller:

- ab 6 Euro pro Sekunde
- Pauschalpreise auf Anfrage

Technische Produktion von Filmen kann verlagsseitig erfolgen.

**Bitte sprechen Sie uns an.**



Anzeigenverkaufsteam:

Telefon: +49(0)2604 / 978-511 · E-Mail: [anzeigen@paulparey.de](mailto:anzeigen@paulparey.de)

# AUF INS ANGELPARADIES

Norwegen ist das mit Abstand beliebteste Angelreiseziel. Was liegt da näher, als den Fans dieses faszinierenden Landes und denen, die es noch werden wollen, ein Magazin mit DVD zu widmen: „Norwegen - das Magazin für Angeln und Meer“. Seit 2013 erscheint dieses Heft aus dem Paul Parey Zeitschriftenverlag, zweimal pro Jahr. Wie es FISCH & FANG-Leser gewohnt sind, setzen wir auch mit diesem Magazin voll und ganz auf Qualität. Das fängt bei den Fotos an und reicht über Revier-Reportagen und Praxis-Berichte mit echtem Mehrwert bis hin zu Filmen, die die Zuschauer ins Land der Fjorde entführen.

## NORWEGEN

Druckauflage:	25.000 Ex.
Copypreis:	9,90 Euro
Frequenz:	2 x jährlich
DVD:	2 x jährlich

Angelurlaub Norwegen  
(in den letzten 12 Monaten)\*: 23%

\* Market Research Anglerstudie 2017

## PREISE & TERMINE

# PRINT

Textteil	S/W	2C/3C	4C
 ganze Seite	1.139 €	1.518 €	2.024 €
 halbe Seite	569 €	759 €	1.012 €
 drittel Seite	380 €	506 €	675 €
 viertel Seite	285 €	380 €	506 €
 achtel Seite	142 €	190 €	253 €

Technische Angaben siehe Seite 37

Anzeigenteil	S/W	2C/3C	4C
Gewerbliche Anzeigen	1,20 €	1,50 €	2,00€

Preis je mm / Mindestformat 15 mm

Heft/Ausgabe	11 - 2018	12 - 2018
Anzeigenschluss	13.03.2018	05.09.2018
Erstverkaufstag	18.04.2018	24.10.2018

Anzeigenverkaufsteam:

Telefon: +49(0)2604 / 978-511 · E-Mail: [anzeigen@paulparey.de](mailto:anzeigen@paulparey.de)



Deutschland 9,90 € • Österreich 10,90 € • Schweiz 19,70 CHF • Belgien 11,90 € • Italien 12,90 €

Ausgabe 9

**NORWEGEN**  
FISCH&FANG  
**NORWEGEN**  
DAS MAGAZIN FÜR ANGLERN UND MEER

**Loppa**  
Traumziel für  
Rotbarsch  
und Heilbutt

Leng im Fokus  
Die besten Reviere  
und Methoden

Mit der Familie  
angeln

**FISCH&FANG**  
**NORWEGEN**  
DAS MAGAZIN FÜR ANGLERN UND MEER

INFO-  
Programm  
gemäß  
§ 14  
JUSCHG

DVD  
VIDEO

Ausgabe 9

1. Reviere Heilbutt  
2. Heilbutt  
3. Heilbutt  
4. Heilbutt  
5. Heilbutt  
6. Heilbutt  
7. Heilbutt  
8. Heilbutt  
9. Heilbutt  
10. Heilbutt  
11. Heilbutt  
12. Heilbutt

## AUF DEN „RAUBFISCH“- ZAHN GEFÜHLT

Seit zwei Jahrzehnten fühlen Autoren und Redaktion den Räubern auf die Zähne. DER RAUBFISCH geht damit unmittelbar auf die Wünsche der spezialisierten Freunde von Hecht, Barsch, Zander & Co. ein. Das Magazin mit Biss und DVD präsentiert dazu die aktuellen Trends in diesem Bereich, gibt fundierte Praxis- sowie Tourentipps in Worten, Fotos und bewegten Bildern wieder. Umfangreiche Testberichte unterstützen den ambitionierten Raubfischangler bei der Gerätewahl. Komplettiert wird jede Ausgabe durch die DVD, spannende Filmbeiträge steigern hier noch einmal die Lust auf das Hobby.

# DER RAUBFISCH

Druckauflage:	58.350 Ex.
Copypreis:	6,80 Euro
Frequenz:	6 x jährlich
DVD:	6 x jährlich
Reichweite*:	52.760 Leser
Leser-Blatt-Bindung**:	5,9 Jahre
Intensive Lesedauer**:	141 Minuten
Anglererfahrung**:	22 Jahre
Angelhäufigkeit (1 bis mehrmals pro Woche)**:	59%

\* (Leser pro Exemplar 2,2 x Verbreitete Auflage), Market Research Anglerstudie 2017/ IVW II/2017

\*\* Market Research Anglerstudie 2017

## Online

Page Views*:	20.393
Unique User*:	10.270
FACEBOOK:	29.055
Youtube-Channel:	27.280

\* Google Ad 8/2017

Deutschland 4,90 € Österreich 5,60 € Schweiz 2,80 € Italien 6,50 € Bulgarien 5,80 € Spanien 6,50 € 4171

raubfisch.de

# DER RAUBFISCH

Das Magazin mit Biss und DVD

September | Oktober 2017

## SPÄTE ZANDER

Wobler oder Gummifisch, was fängt nachts besser?

BLECH  
UNGS

### 1. Zander im Holz

Mit dem Köfi an versunkenen Bäumen fischen

05|17

INFO-Programm gemäß § 14 JuSchG

DVD VIDEO

SITZ  
FISCHEN

- Matze Kochs liebste Rutenaktion beim Hechtansitz
- Kunstköderporträt: Balzer Print Sha
- Hechte auf Fünen: Ein Tag Fliegenfischen mit Omar Gade
- Expertenipp: So flutscht der Backing-Knoten garantiert durch die Ringe

PREISE & TERMINE

PRINT



Heft/Ausgabe	01 - 2018	02 - 2018	03 - 2018	04 - 2018	05 - 2018	06 - 2018
Anzeigenschluss	21.11.2017	16.01.2018	20.03.2018	22.05.2018	24.07.2018	18.09.2018
Erstverkaufstag	04.01.2018	01.03.2018	03.05.2018	05.07.2018	06.09.2018	02.11.2018

Textteil	S/W	2C/3C	4C
 ganze Seite	1.504 €	2.005 €	2.673 €
 halbe Seite	768 €	1.025 €	1.366 €
 drittel Seite	512 €	683 €	911 €
 viertel Seite	384 €	513 €	683 €
 achtel Seite	192 €	257 €	342 €

Technische Angaben siehe Seite 37

# ONLINE

Banner/Display	Preis
 Skyscraper	ab TKP 11€
 Rectangle	ab TKP 12€
 Superbanner	ab TKP 10€

Technische Angaben siehe Seite 37

Laufzeitpakete:  
Festplatzierung ab 200 €

Content Ad / Advertorial:  
ab 270 €  
(7 Tage Online inkl. Facebookpost)

[www.raubfisch.de](http://www.raubfisch.de)

Anzeigenteil	S/W	2C	3C	4C
Gewerbliche Anzeigen	1,69 €	2,25 €	2,25 €	3,00€

Preis je mm / Mindestformat 15 mm

# DVD

Klassischer Werbespot, Angelfilm mit Product Placement, Werbefilm von Hersteller:

- ab 6 Euro pro Sekunde
- Pauschalpreise auf Anfrage

Technische Produktion von Filmen kann verlagsseitig erfolgen.

**Bitte sprechen Sie uns an.**



Anzeigenverkaufsteam:

Telefon: +49(0)2604 / 978-511 · E-Mail: [anzeigen@paulparey.de](mailto:anzeigen@paulparey.de)

19

**DER RAUBFISCH**

MEDIADATEN 2018

# BEILAGEN





## Beilagen

Beilagen je Tausend	Abo od. Teilaufgabe	Gesamtaufgabe
bis 25g	125 €	115 €
bis 30 g	130 €	120 €
bis 35 g	145 €	135 €
bis 40 g	150 €	140 €
bis 45 g	165 €	150 €
bis 50 g	170 €	155 €

## Einhefter

Beilagen je Tausend	Abo od. Teilaufgabe	Gesamtaufgabe
2-seitig	109 €	99 €
4-seitig	139 €	129 €
8-seitig	189 €	159 €
12-seitig	225 €	189 €
16-seitig	299 €	229 €

**Mindestabnahmemenge:** 10.000 Expl., Teilaufgabenzuschlag von 10%.

### Paketbeilage Parey Shop:

Beilagen-/Flyerbelegung in die Warenaussendungen des Paul Parey Shops. 285,- € je Tausend, Mindestabnahmemenge 4.000 Exemplare. Nicht rabattfähig. Abrechnung an einkaufende Mediaagentur zum um 15% erhöhten Grundpreis.

### Bitte beachten:

Auf Anfrage sind selbstverständlich alle printüblichen Formate und Sonderformate buchbar.

## Wild und Hund Exklusiv, Wilde Hunde

### Beilagen

Gesamtaufgabe bis 25 Gramm 2.199 €  
 - Konkurrenzausschluss ist nicht möglich!

## Weidwerk Mecklenburg-Vorpommern

### Beilagen

Gesamtaufgabe bis 25 Gramm 1.310 €  
 - Konkurrenzausschluss ist nicht möglich!

## Fisch & Fang Norwegen Magazin

### Beilagen

Gesamtaufgabe bis 25 Gramm 3.100 €  
 - Konkurrenzausschluss ist nicht möglich!

Beilagen bzw. Einhefter in Wild und Hund Exklusiv, Wilde Hunde, Weidwerk in Mecklenburg-Vorpommern, Norwegen Magazin zum Festpreis bzw. höhere Gewichte auf Anfrage.

## TECHNISCHER LEITFADEN

## MEDIEN

**Gewünschte PDF-Version:** 1.3 (Acrobat 4)

**Empfohlenes Farbprofil:** ISO Coated v2 (ECI)

**Halbtonauflösung:** mindestens 300 dpi  
(auch für verflachte Transparenzen)

**Druckverfahren:** Bogen-/Rollenoffset

**Raster:** Inhalt = 10 Mikron, Umschlag = 25 Mikron

**Maximaler Farbauftrag:** Inhalt = 300%, Umschlag = 350%

**Farbskala:** Euroskala DIN 16539, Spotfarben auf Anfrage

**Druckfolge:** schwarz, cyan, magenta, gelb

**Heftformate:** 210 mm breit x 280 mm hoch

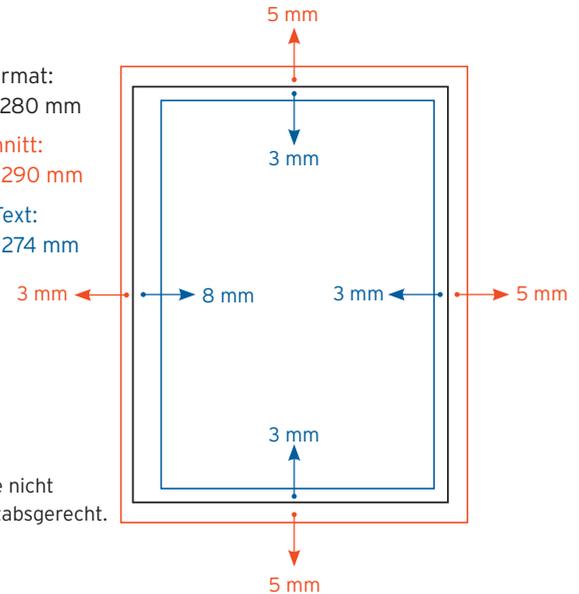
## Maße Einhefter

Endformat:  
210 x 280 mm

Beschnitt:  
218 x 290 mm

Bild/Text:  
199 x 274 mm

Skizze nicht  
maßstabgerecht.



Der Einhefter besteht aus einem Bogen = geschlossener Kopf  
Der Einhefter besteht aus mehreren Bögen = Vorklammern mit einer großen Klammer

## Anliefern von Beilagen, Einheftern

Der Anliefertermin entspricht grundsätzlich dem Anzeigenschluss.

Anlieferung bitte nur auf Einwegpaletten, Euro-Paletten werden nicht getauscht!

**Satzspiegel:** 186 mm breit x 253 mm hoch

**Beschnittzugabe:** 5 mm je angeschnittener Seite

### **Mindestabstand zum Endformat:**

Anzeigen im Satzspiegel jeweils 3 mm

Anzeigen im Beschnitt, Anzeigen auf U2, U3 sowie Einhefter  
8 mm auf der Bundseite, ansonsten 3 mm, unerwünschter  
Beschnitt von Text- oder Bildmaterial wird somit vermieden!

### **Proof:**

Für eine einwandfreie Reproduktion ist ein Proof/Ausdruck bzw.  
ein Softproof (JPG) zwingend erforderlich.

### **Online Banner:**

Sonderformate auf Anfrage. Anlieferung als Jpeg, GIF, SWF.  
Max. 150 KB sowie gewünschte URL für die Verlinkung.

### **Newsletter Banner:**

Anlieferung als Jpeg, GIF. Statisch max. 150 KB, 8 Tage vor  
Versand. Format: 640 x 213 Pixel.

### **Druckunterlagen per E-Mail:**

anzeigen@paulparey.de

### **Druckunterlagen per Post:**

Anlieferung per CD/DVD über den Postweg an:  
Paul Parey Zeitschriftenverlag GmbH  
Anzeigenabteilung  
Erich-Kästner-Str. 2  
56379 Singhofen

### **Anlieferungsadresse wird bei Auftragsbestätigung mitgeteilt**

Die Beilagen müssen transportsicher verpackt sein, d. h.: mit Deckel,  
Schrumpffolie und Stahlbändern, nur auf Einwegpaletten.

Jede Palette sollte einen gut sichtbar angebrachten Palettenschein  
mit folgenden Angaben haben: Sendungsbeschreibung: ..., für Objekt:  
..., Ausgabe: ..., Kunde ..., Stückzahl pro Palette: ..., evtl. Codierung: ...

### **Spätestens am Tag des Versandes:**

Bekanntgabe folgender Daten:

verbindliches Anlieferdatum, gedruckte Menge, Stückzahl pro  
Palette, Brutto- und Nettogewicht pro Palette, evtl. Codierung.  
Ausgefüllte Speditionspapiere an den Verlag übersenden.

### **Ansprechpartner der einzelnen Titel:**

Wild und Hund / Wilde Hunde: Petra Keul / Uta Christ  
Telefon: +49 (0) 2604/978-516, Fax: -6516  
E-mail: petra.keul@paulparey.de

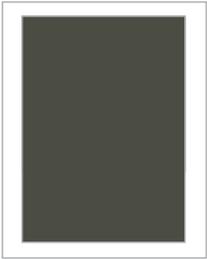
Deutsche Jagdzeitung / Jagen Weltweit: Peter Zins  
Telefon: +49 (0) 2604/978-526, Fax: -6526  
E-mail: peter.zins@paulparey.de

Fisch und Fang / Der Raubfisch: Katja Schork  
Telefon: +49 (0) 2604/978-533, Fax: -6533  
E-mail: katja.schork@paulparey.de

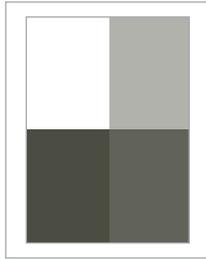
Übersendung von fünf Belegmustern an die Verlagsadresse,  
z. Hd. dem zuständigen Ansprechpartner.

## ANZEIGEN IM SATZSPIEGEL

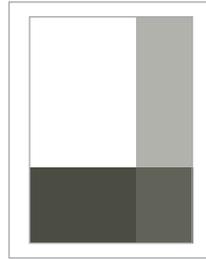
Breite x Höhe in mm



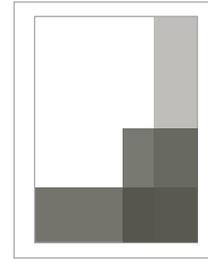
1/1 Seite: 186 x 253



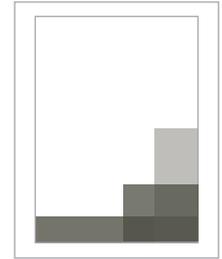
1/2 Seite hoch: 91 x 253  
1/2 Seite quer: 186 x 125



1/3 Seite hoch: 58 x 253  
1/3 Seite quer: 186 x 82



1/4 Seite hoch: 43 x 253  
1/4 Seite quer: 186 x 60  
1/4 Seite 2-spaltig: 91 x 125

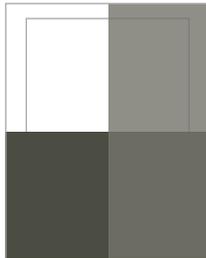


1/8 Seite hoch: 43 x 120  
1/8 Seite quer: 186 x 30  
1/8 Seite 2-spaltig: 91 x 60

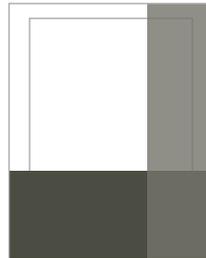
## ANZEIGEN IM BESCHNITT



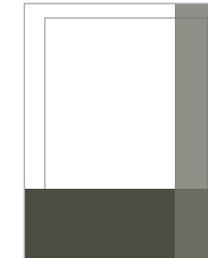
1/1 Seite: 210 x 280



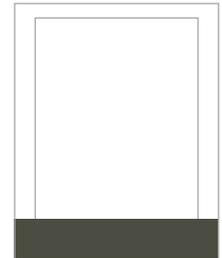
1/2 Seite hoch: 102 x 280  
1/2 Seite quer: 210 x 139



1/3 Seite hoch: 70 x 280  
1/3 Seite quer: 210 x 96



1/4 Seite hoch: 57 x 280  
1/4 Seite quer: 210 x 74



1/8 Seite: 210 x 44

## ONLINE BANNER



**Wallpaper**  
728 x 90 px  
160 x 600 px



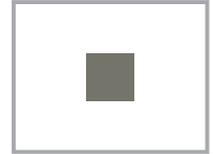
**Skyscraper**  
120 x 600 px  
160 x 600 px



**Rectangle Ad**  
300 x 250 px



**Bigsize Banner**  
728 x 90 px



**Content Ad**  
Advertorial bzw.  
Pressemitteilung  
Online



- 1 „Anzeigenauftrag“ im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungstreibenden oder sonstigen Inserenten in einer Druckschrift und oder Tonträger 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 höhere Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht.
- 5 Bei der Errechnung der Abnahmemengen werden Text-Millimeterzeilen 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 zu erkennen 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 Musters der Beilage und deren Billigung bindend. Beilagen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils 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 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 gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Weitergehende Ansprüche sind 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 Verlages für Schäden wegen des Fehlens zugesicherter Eigenschaften bleibt unberührt. Im kaufmännischen Geschäftsverkehr haftet der Verlag darüber hinaus auch nicht für die grobe Fahrlässigkeit von Erfüllungsgehilfen, in den übrigen Fällen ist gegenüber Kaufleuten die Haftung für grobe Fahrlässigkeit dem Umfang nach auf den vorhersehbaren 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 Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.

12 Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach der Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.

13 Falls der Auftraggeber keine Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung per sofort, möglichst aber 14 Tage nach Veröffentlichung der Anzeige übersandt. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen vom Empfang der Rechnung anlaufenden 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 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.

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 die Anfertigung bestellter Druckunterlagen sowie 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 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 tatsächlich verbreitete) Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisminderung berechtigter Mangel, wenn sie bei einer Auflage bis zu 50.000 Exemplaren 20 v.H. bei einer Auflage bis zu 100.000 Exemplaren 15 v.H. 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** Bei Ziffernanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Eilbriefe auf Ziffernanzeigen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet. Die Eingänge auf Ziffernanzeigen werden vier Wochen aufbewahrt. Zeitschriften, die in dieser Frist nicht abgeholt sind, werden vernichtet. Wertvolle Unterlagen sendet der Verlag zurück, ohne dazu verpflichtet zu sein. Dem Verlag kann einzelvertraglich als Vertreter das Recht eingeräumt werden, die eingehenden Angebote anstelle und im erklärten Interesse des Auftraggebers zu öffnen. Zur Weiterleitung von geschäftlichen Angeboten und Vermittlungsangeboten ist der Verlag nicht verpflichtet.

**19** Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber auf dem einfachen Postweg zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages.

**20** Die durch den Lieferanten der Paul Parey Zeitschriftenverlag GmbH mit Überlassung des Beitrags (Text/Grafik/ Foto/Film/Anzeige) und aller künftigen Beiträge eingeräumten Nutzungsrechte werden ab Überlassung um das einfache, zeitlich und räumlich unbeschränkte Recht erweitert, den Beitrag unverändert, unter Bearbeitung bzw. sonstiger Umgestaltung auf alle Nutzungsarten nutzen zu können.

Im Umfang der Einräumung dieses einfachen Rechts bleibt der Lieferant in der Lage, den Beitrag selbst zu nutzen oder Dritten Rechte daran einzuräumen. Umgestaltungen des Beitrags sind ggf. vor allem technisch bzw. zu Layoutzwecken notwendig und werden unter Berücksichtigung der berechtigten geistigen und persönlichen Interessen des Lieferanten am Beitrag vorgenommen.

Nach diesen Maßgaben erstreckt sich die Rechteinräumung auch auf alle elektronische Medien (z.B. Internet, E-Paper, Online-Archiv, CD-ROM, DVD, USB-Stick) bzw. Ausgaben in allen Sprachen zu allen Zwecken, einschließlich der Nutzung zu Werbezwecken, und umfasst das Vervielfältigungs-, das Verbreitungs- und Ausstellungsrecht sowie das Recht zur öffentlichen Wiedergabe, vor allem das Recht zur öffentlichen Zugänglichmachung. Die Paul Parey Zeitschriftenverlag GmbH ist befugt, die Rechte auf Dritte zu übertragen bzw. Dritten einzelne dieser Rechte einzuräumen.

Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages. Als Gerichtsstand gilt Montabaur vereinbart, sofern das Gesetz nichts anderes vorschreibt.

Zusätzliche Geschäftsbedingungen des Verlages

a) Die Werbungsmittel und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in 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 gelten sinngemäß auch für Aufträge über Beikleber, Beihefter oder technische Sonderausführungen jeder Art sowie Bild- und Tonträgern. Jeder Auftrag wird erst nach schriftlicher Bestätigung durch den Verlag rechtsverbindlich.

c) Preisänderungen (Preiserhöhungen, Änderungen der Rabattstaffel, Preiserhöhungen) gelten vom Tag des Inkrafttretens der neuen Preisliste an, dies gilt auch für laufende Abschlüsse. Bei Preiserhöhungen steht dem Werbungstreibenden das Recht der Entscheidung über die Fortführung des Auftrages zu.

d) Bei Betriebsstörungen oder in Fällen höherer Gewalt, Arbeitskampf, Beschlagnahme, Verkehrsstörungen, allgemeiner Rohstoff- oder Energieverknappung und dergl. – 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 Anzeigen, wenn das Verlagsobjekt mit 80% der garantierten (bzw. bei Fehlen einer garantierten Auflage der normalerweise verkauften) Auflage vom Verlag ausgeliefert worden ist, auch wenn die Auslieferung verspätet erfolgt ist. Bei geringeren Verlagsauslieferungen wird der Rechnungsbetrag im gleichen Verhältnis gekürzt, in dem die garantierte (bzw. normalerweise) verkaufte Auflage zur tatsächlich ausgelieferten Auflage steht.

e) Der Auftraggeber trägt allein die Verantwortung für Inhalt und Gestaltung der Anzeige und für die rechtliche Zulässigkeit des dem Verlag zur Verfügung gestellten Text- und Bildmaterials. Der Verlag ist, abgesehen von Waffenangebots-Anzeigen, zu einer Kontrolle speziell des Inhalts auf rechtliche Zulässigkeit bzw. auf eine mögliche Verletzung der Rechte Dritter nicht verpflichtet. Der Auftraggeber hält den Verlag von allen Ansprüchen Dritter frei, die diesen aus der Ausführung des Anzeigenauftrages gegen den Verlag erwachsen. Erscheinen stornierte Anzeigen, so stehen auch dem Auftraggeber daraus keinerlei Ansprüche gegenüber dem Verlag zu.

g) Zusätzliche mündliche Vereinbarungen erhalten erst durch die schriftliche Bestätigung der Anzeigen-Abteilung Gültigkeit.

h) Beilagen für Zeitschriften müssen spätestens 8 Tage vor dem vereinbarten Beilegetermin dem Verlag vorliegen. Bei nicht rechtzeitig eingetroffenen Beilagen sind die entstandenen Kosten zu ersetzen.

i) Bei fermündlich aufgegebenen Bestellungen und Änderungen übernimmt der Verlag keine Haftung für die Richtigkeit der Wiedergabe. Abbestellungen, Änderungen müssen schriftlich erfolgen und spätestens zum Anzeigenschluß bzw. Rücktrittstermin der betreffenden Ausgabe dem Verlag vorliegen. Für bereits gesetzte Anzeigen werden Satzkosten berechnet.

j) Im Rahmen der Geschäftsbeziehungen bekannt gewordene Daten werden mit Hilfe der EDV bearbeitet und gespeichert. Alle Kundendaten werden vertraulich und im Rahmen der datenschutzrechtlichen Bestimmungen behandelt. Die ausführliche Datenschutzerklärung nach Maßgabe der DSGVO finden Sie unter [www.paulparey.de/datenschutz](http://www.paulparey.de/datenschutz).

## Ihre Ansprechpartner für Beratung und Service

# 2018

### Gesamt-Anzeigenleiter

Ulrich Merkt  
Telefon: +49 (0)2604/978-501  
Telefax: +49 (0)2604/978-6501  
E-Mail: [ulrich.merkt@paulparey.de](mailto:ulrich.merkt@paulparey.de)

### Verkaufsleiter Jagd

Kevin Cornwell  
Telefon: +49 (0)2604/978-509  
Telefax: +49 (0)2604/978-6509  
E-Mail: [kevin.cornwell@paulparey.de](mailto:kevin.cornwell@paulparey.de)

### Verkaufsleiterin Angeln

Fabiane Jacobs  
Telefon: +49 (0)2604/978-511  
Telefax: +49 (0)2604/978-6511  
E-Mail: [fabiane.jacobs@paulparey.de](mailto:fabiane.jacobs@paulparey.de)



Paul Parey Zeitschriftenverlag GmbH Erich-Kästner-Straße 2, 56379 Singhofen  
Telefon +49 (0)26 04/9 78-0 Telefax +49 (0)26 04/9 78-502 Internet: [www.paulparey.de](http://www.paulparey.de)