

Medien für Naturfreunde mit den
Themenschwerpunkten
Jagen und Angeln

MEDIA DATEN

2020

wildhund

DIZ
DEUTSCHE
BROUZEITUNG

 **JAGEN**
WELTWEIT

WILDE
SONNEN

WEIDWERK
WILDSCHNAPPE
WILDSCHNAPPE

WILD

**FISCH&
FANG**
Das Erlebnis:
Wassersport
Angeln

RAUBFISCH

PAREY | GO
ABENTEUER JAGEN & ANGELN

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 Jäger/Angler	4-5	Der Raubfisch	17
Wild und Hund	6-7	WILD Magazin	18-19
Wild und Hund Exklusiv	8	Beilagen/Einhefter	20-21
Weidwerk in Mecklenburg-Vorpommern	9	Online	22
Deutsche Jagdzeitung	10-11	Film	24
Jagen Weltweit	12	PareyGo	25
Wilde Hunde	13	Formate/Technischer Leitfaden	26-27
Fisch & Fang	14-15	Verlagsangaben	28-29
Fisch & Fang Norwegen	16	AGB	30-31



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 105.000 Käufer erreicht mit einem LpE Wert von Ø 2,3 eine Bruttolieserschaft von ca. 241.000 Tsd. Personen.

8.026 passionierte Leser haben online und schriftlich geantwortet. 11% 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. 57% sind im Besitz der Hochschulreife bzw. eines Hochschulabschlusses. 42% 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 Meinungsführer in ihrem eigenen Umfeld bekannt und werden häufig von Dritten um Rat gefragt. Im Schnitt verfügt der Waidmann über ein Haushaltsnettoeinkommen von stattlichen Ø 4.466,- Euro, das sind knapp

1.400 Euro mehr als im Bevölkerungsschnitt, den die Allensbacher Werbeträgeranalyse für die Gesamtbevölkerung über 14 Jahre mit 3.068,- Euro ausweist. Als Primus ist hier die Jagen Weltweit zu nennen, mit einem sensationellen Nettoeinkommen im Haushalt von 5.517,- 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 147 intensive Minuten darin.

Jägerinnen und Jäger sind ganz besonders an den Themen rund um Jagdpraxis, Ausrüstung und Hunde interessiert. Außerdem rangieren in der Gunst weit oben Wildbiologie, Verwertung bzw. Kochrezepte, Filme und jagdrechtliche Zusammenhänge.

Jagdlich informiert wird sich in Zeitschriften (49%) und im Internet (86%). Etwa ein Drittel nutzt außerdem das jährliche Messegeschehen, um sich umfangreicher über Themen zu informieren. Am insgesamt glaubwürdigsten allerdings werden mit 86% die Zeitschriften beurteilt, weit vor Zeitungen (26%), Internet (25%), TV (12%) und Radio (5%). 41% der befragten Leser schauen sich zudem jagdliche Inhalte auch in verschiedenen Youtube-Kanälen an.

Jagd und Hund gehören zusammen. Ø 1,3 Hunde werden ins eigene Jagdrevier oder in den Pirschbezirk geführt. 67% von Wild und Hund und 59% Deutsche Jagdzeitungs-Leser zählen zu den besonders ambitionierten Jägern mit eigener Pacht oder Eigenjagd.



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 Angel-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.



Heimat der guten Jagd

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 125-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.

www.wildundhund.de

Print

Druckauflage:	63.713 Ex.
Copypreis:	5,90 Euro
Frequenz:	14 täglich
DVD:	6 x jährlich
Reichweite*:	105.280 Leser
Leser-Blatt-Bindung**:	16,9 Jahre
Intensive Lesedauer**:	141 Minuten
Absolventen Uni. bzw. FH***:	42%
Inhaber, GF, Vorstand, Freie Berufe, Oberes Management, Leitende Angestellte****:	...33%
Einkommen (Haushaltsnetto)*****:	4.466,- €

* (Leser pro Exemplar 2,3 x Verbreitete Auflage), Market Research
Jägerstudie 2018/2019 / IVW II/2019

** Market Research Jägerstudie 2018/2019

*** (zum Vgl.: Ø Bevölkerung 17%,- It. Allensbacher Werbeträgeranalyse 18)

**** (zum Vgl.: Ø Bevölkerung 17%,- It. Allensbacher Werbeträgeranalyse 18)

***** (zum Vgl.: Ø Bevölkerung 3.068,- It. Allensbacher Werbeträgeranalyse 18)

Online

Page Views*:	2.749.391
Unique User*:	297.154
FACEBOOK:	40.863
Youtube-Channel:	7.662

* Google Ad Sense 8/2019

Ausgabe <i>issue</i>	01 - 2020	02 - 2020	03 - 2020	04 - 2020	05 - 2020	06 - 2020
Anzeigenschluss <i>advertising deadline</i>	02.12.2019	12.12.2019	13.01.2020	27.01.2020	10.02.2020	24.02.2020
Erstverkaufstag <i>publishing date</i>	02.01.2020	16.01.2020	06.02.2020	20.02.2020	05.03.2020	19.03.2020

Ausgabe <i>issue</i>	07 - 2020	08 - 2020	09 - 2020	10 - 2020	11 - 2020	12 - 2020
Anzeigenschluss <i>advertising deadline</i>	09.03.2020	20.03.2020	08.04.2020	23.04.2020	07.05.2020	19.05.2020
Erstverkaufstag <i>publishing date</i>	02.04.2020	16.04.2020	07.05.2020	20.05.2020	04.06.2020	18.06.2020

Ausgabe <i>issue</i>	13 - 2020	14 - 2020	15 - 2020	16 - 2020	17 - 2020	18 - 2020
Anzeigenschluss <i>advertising deadline</i>	03.06.2020	22.06.2020	13.07.2020	27.07.2020	10.08.2020	24.08.2020
Erstverkaufstag <i>publishing date</i>	02.07.2020	16.07.2020	06.08.2020	20.08.2020	03.09.2020	17.09.2020

Ausgabe <i>issue</i>	19 - 2020	20 - 2020	21 - 2020	22 - 2020	23 - 2020	24 - 2020
Anzeigenschluss <i>advertising deadline</i>	07.09.2020	21.09.2020	12.10.2020	23.10.2020	06.11.2020	20.11.2020
Erstverkaufstag <i>publishing date</i>	01.10.2020	15.10.2020	05.11.2020	19.11.2020	03.12.2020	17.12.2020

Textteil	S/W	2C/3C	4C
 1/1 Seite <i>page</i>	4.560 €	6.080 €	8.107 €
 1/2 Seite <i>page</i>	2.395 €	3.194 €	4.258 €
 1/3 Seite <i>page</i>	1.597 €	2.129 €	2.839 €
 1/4 Seite <i>page</i>	1.198 €	1.598 €	2.130 €

Anzeigen <i>ads</i>	S/W	2C	3C	4C
Gewerbliche Anzeigen <i>classified ads</i>	3,14 €	3,94 €	4,64 €	5,46 €
Jagdrevier Angebote <i>hunting district offer</i>	2,91 €	3,42 €	4,02 €	4,73 €
Jagdrevier Gesuche <i>hunting district petition</i>	2,14 €	2,52 €	2,97 €	3,49 €
Private Anzeigen <i>private ads</i>	1,73 €	2,03 €	2,39 €	2,81 €

Technische Angaben siehe Seite 26 / *technical requirements see page 26*

Preis je mm (Mindestformat 15mm) / *price per mm (min. format 15mm)*

Anzeigenverkaufsteam Telefon: +49(0)2604 / 978-509 · E-Mail: anzeigen@paulparey.de
advertising sales team:



Preisliste Nr. 63 gültig ab Ausgabe 1/2020 www.paulparey.de/mediadaten
Pricelist Nr. 63 valid from issue 1/2020 www.paulparey.de/mediadaten



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.

www.wildundhund-exklusiv.de

Print

Druckauflage*: 15.000 Exemplare
 Copypreis: 9,90 Euro
 Frequenz: 2x jährlich
 DVD: 2 x jährlich

*Verlagsangabe

Ausgabe <i>issue</i>	55 - 2020	56 - 2020
Anzeigenschluss <i>advertising deadline</i>	16.03.2020	01.09.2020
Erstverkaufstag <i>publishing date</i>	20.05.2020	19.11.2020

Textteil	S/W	2C/3C	4C
 1/1 Seite <i>page</i>	1.848 €	2.465 €	3.286 €
 1/2 Seite <i>page</i>	924 €	1.232 €	1.643 €
 1/3 Seite <i>page</i>	616 €	821 €	1.095 €
 1/4 Seite <i>page</i>	436 €	617€	822 €

Technische Angaben siehe Seite 26 / technical requirements see page 26



Rock'n'Roll der Jagd

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.

www.wildehunde.de

Anzeigenverkaufsteam Telefon: +49(0)2604 / 978-509 · **E-Mail:** anzeigen@paulparey.de
advertising sales team:

**WUH EXKLUSIV
WILDE HUNDE**

Print



Druckauflage*:18.000 Exemplare
 Copypreis:4,90 Euro
 Frequenz:4 x jährlich

*Verlagsangabe

Ausgabe <i>issue</i>	02 - 2020	03 - 2020
Anzeigenschluss <i>advertising deadline</i>	28.01.2020	23.04.2020
Erstverkaufstag <i>publishing date</i>	02.04.2020	02.07.2020

Ausgabe <i>issue</i>	04 - 2020	01 - 2020
Anzeigenschluss <i>advertising deadline</i>	03.08.2020	29.10.2020
Erstverkaufstag <i>publishing date</i>	01.10.2020	07.01.2021

Textteil	S/W	2C/3C	4C
 1/1 Seite <i>page</i>	1.423 €	1.737 €	2.258 €
 1/2 Seite <i>page</i>	765 €	936 €	1.184 €
 1/3 Seite <i>page</i>	475 €	582 €	752 €
 1/4 Seite <i>page</i>	394 €	482 €	620 €
 1/8 Seite <i>page</i>	207 €	251 €	326 €
 U2-U4			2.690 €

Technische Angaben siehe Seite 26 / technical requirements see page 26

Preisliste Nr. 63 gültig ab Ausgabe 1/2020 www.paulparey.de/mediadaten
 Pricelist Nr. 63 valid from issue 1/2020 www.paulparey.de/mediadaten



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.

www.djz.de

Print

Druckauflage:	57.187 Ex.
Copypreis:	5,90 Euro
Frequenz:	12 x jährlich
DVD:	12 x jährlich
Reichweite*:	86.907 Leser
Leser-Blatt-Bindung**:	10,8 Jahre
Intensive Lesedauer**:	160 Minuten
Absolventen Uni. bzw. FH***:	30%
Inhaber, GF, Vorstand, Freie Berufe, Oberes Management, Leitende Angestellte****:	...37%
Einkommen (Haushaltsnetto)*****:	4.091,- €

* (Leser pro Exemplar 2,3 x Verbreitete Auflage), Market Research
Jägerstudie 2018/2019 / IVW II/2019

** Market Research Jägerstudie 2018

*** (zum Vgl.: Ø Bevölkerung 17%,- lt. Allensbacher Werbeträgeranalyse 18)

**** (zum Vgl.: Ø Bevölkerung 17%,- lt. Allensbacher Werbeträgeranalyse 18)

***** (zum Vgl.: Ø Bevölkerung 3.068,- lt. Allensbacher Werbeträgeranalyse 18)

Online

Page Views*:	80.359
Unique User*:	37.068
FACEBOOK:	38.825
Youtube-Channel:	27.218

* Google Sense 8/2019

Ausgabe <i>issue</i>	01 - 2020	02 - 2020	03 - 2020	04 - 2020	05 - 2020	06 - 2020
Anzeigenschluss <i>advertising deadline</i>	26.11.2019	23.12.2019	21.01.2020	18.02.2020	17.03.2020	21.04.2020
Erstverkaufstag <i>publishing date</i>	27.12.2019	29.01.2020	26.02.2020	25.03.2020	29.04.2020	27.05.2020

Ausgabe <i>issue</i>	07 - 2020	08 - 2020	09 - 2020	10 - 2020	11 - 2020	12 - 2020
Anzeigenschluss <i>advertising deadline</i>	19.05.2020	23.06.2020	21.07.2020	25.08.2020	22.09.2020	20.10.2020
Erstverkaufstag <i>publishing date</i>	24.06.2020	29.07.2020	26.08.2020	30.09.2020	28.10.2020	25.11.2020

Ausgabe <i>issue</i>	01 - 2021
Anzeigenschluss <i>advertising deadline</i>	17.11.2020
Erstverkaufstag <i>publishing date</i>	30.12.2020

Textteil	S/W	2C/3C	4C
 1/1 Seite <i>page</i>	3.324 €	4.431 €	5.908 €
 1/2 Seite <i>page</i>	1.662 €	2.216 €	2.954 €
 1/3 Seite <i>page</i>	1.108 €	1.477 €	1.969 €
 1/4 Seite <i>page</i>	831 €	1.108 €	1.477 €
 1/8 Seite <i>page</i>	416 €	554 €	738 €
mm- Anzeige	3,93 €	4,26 €	5,80 €

Anzeigenteil <i>ads</i>	S/W	2C	3C	4C
Rubriken	2,45 €	3,01 €	3,56 €	4,18 €
Jagdrevier Angebote	1,53 €	1,79 €	2,00 €	2,26 €

Preis je mm (Mindestformat 15mm) / *price per mm (min. format 15mm)*

Technische Angaben siehe Seite 26 / *technical requirements see page 26*

Anzeigenverkaufsteam Telefon: +49(0)2604 / 978-509 · **E-Mail:** anzeigen@paulparey.de
advertising sales team:



Preisliste Nr. 63 gültig ab Ausgabe 1/2020 www.paulparey.de/mediadaten
Pricelist Nr. 63 valid from issue 1/2020 www.paulparey.de/mediadaten



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.

Textteil	S/W	2C/3C	4C
1/1 Seite page	2.405 €	2.734 €	3.451 €
1/2 Seite page	1.227 €	1.394 €	1.759 €
1/3 Seite page	818 €	930 €	1.174 €
1/4 Seite page	613 €	696 €	880 €
1/8 Seite page	307 €	348 €	439 €

Technische Angaben siehe Seite 26 / technical requirements see page 26

Ausgabe issue	01 - 2020	02 - 2020	03 - 2020	04 - 2020	05 - 2020	06 - 2020
Anzeigenschluss advertising deadline	03.12.2019	11.02.2020	07.04.2020	09.06.2020	11.08.2020	06.10.2020
Erstverkaufstag publishing date	22.01.2020	25.03.2020	20.05.2020	22.07.2020	23.09.2020	18.11.2020

Anzeigenverkaufsteam Telefon: +49(0)2604 / 978-509 · E-Mail: anzeigen@paulparey.de
 advertising sales team:

Print



12

- Druckauflage:..... 21.510 Exemplare
 - Copypreis:..... 9,90 Euro
 - Frequenz:..... 6 x jährlich
 - DVD:..... 6 x jährlich
 - Reichweite*:..... 21.735 Leser
 - Leser-Blatt-Bindung**:..... 10,8 Jahre
 - Intensive Lesedauer**:. 160 Minuten
 - Absolventen Uni. bzw. FH***:..... 47%
 - Inhaber, GF, Vorstand, Freie Berufe, Oberes Management, Leitende Angestellte****:..... 55%
 - Einkommen (Haushaltsnetto)*****:5.517,- €
- * (Leser pro Exemplar 2,3 x Verbreitete Auflage), Market Research Jägerstudie 2018/ IVW II/2019
 ** Market Research Jägerstudie 2018/2019 (zum Vgl.: Ø Bevölkerung 16%,- It. Allensbacher Werbeträgeranalyse 18)
 *** (zum Vgl.: Ø Bevölkerung 17%,- It. Allensbacher Werbeträgeranalyse 18)
 ***** (zum Vgl.: Ø Bevölkerung 3.069,- € It. Allensbacher Werbeträgeranalyse 18)

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 15mm) / price per mm (min. format 15mm)



Preisliste Nr. 63 gültig ab Ausgabe 1/2020 www.paulparey.de/mediadaten
 Pricelist Nr. 63 valid from issue 1/2020 www.paulparey.de/mediadaten



Weidwerk

in Mecklenburg-Vorpommern

Offizielles Mitteilungsblatt des Landesjagdverbandes Mecklenburg-Vorpommern e.V. Es gilt als amtliches Mitteilungsblatt der Jagdbehörden in Mecklenburg Vorpommern. Verbandsmitglieder beziehen das monatliche Heft kostenfrei.

Textteil	S/W	2C/3C	4C
 1/1 Seite <i>page</i>	914 €	1.095 €	1.460 €
 1/2 Seite <i>page</i>	456 €	547 €	730 €
 1/3 Seite <i>page</i>	304 €	365 €	486 €
 1/4 Seite <i>page</i>	228 €	274 €	365 €
 1/8 Seite <i>page</i>	114 €	136 €	182 €

Anzeigenteil	S/W	2C	3C	4C
gestaltete Anzeigen <i>designed ads</i>	0,92 €	1,17 €	1,38€	1,58€

Technische Angaben siehe Seite 26 / technical requirements see page 26

Anzeigenverkaufsteam Telefon: +49(0)2604 / 978-509 · **E-Mail:** anzeigen@paulparey.de
advertising sales team:

Print

Druckauflage*:
11.000 Exemplare

Copypreis:
Für Mitglieder gratis



*Verlagsangabe

Ausgabe <i>issue</i>	01 - 2020	02 - 2020	03 - 2020
Anzeigenschluss <i>advertising deadline</i>	26.11.2019	23.12.2019	21.01.2020
Erstverkaufstag <i>publishing date</i>	27.12.2019	29.01.2020	26.02.2020

Ausgabe <i>issue</i>	04 - 2020	05 - 2020	06 - 2020
Anzeigenschluss <i>advertising deadline</i>	18.02.2020	17.03.2020	21.04.2020
Erstverkaufstag <i>publishing date</i>	25.03.2020	29.04.2020	27.05.2020

Ausgabe <i>issue</i>	07 - 2020	08 - 2020	09 - 2020
Anzeigenschluss <i>advertising deadline</i>	19.05.2020	23.06.2020	21.07.2020
Erstverkaufstag <i>publishing date</i>	24.06.2020	29.07.2020	26.08.2020

Ausgabe <i>issue</i>	10 - 2020	11 - 2020	12 - 2020
Anzeigenschluss <i>advertising deadline</i>	25.08.2020	22.09.2020	20.10.2020
Erstverkaufstag <i>publishing date</i>	30.09.2020	28.10.2020	25.11.2020

Ausgabe <i>issue</i>	01 - 2021
Anzeigenschluss <i>advertising deadline</i>	17.11.2020
Erstverkaufstag <i>publishing date</i>	30.12.2020

Preisliste Nr. 63 gültig ab Ausgabe 1/2020 www.paulparey.de/mediadaten
Pricelist Nr. 63 valid from issue 1/2020 www.paulparey.de/mediadaten



Von Anglern für Angler gemacht...

...so lautet das erfolgreiche 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 Rutenspitze voraus.

www.fischundfang.de

Print

Druckauflage:	87.632 Ex.
Copypreis:	5,90 Euro
Frequenz:	12 x jährlich
DVD:	12 x jährlich
Reichweite*:	104.384 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/2019

** Market Research Anglerstudie 2017

Online

Page Views*:	200.283
Unique User*:	107.758
FACEBOOK:	149.006
Youtube-Channel:	115.273

* Google Ad 8/2019

Ausgabe <i>issue</i>	01 - 2020	02 - 2020	03 - 2020	04 - 2020	05 - 2020	06 - 2020
Anzeigenschluss <i>advertising deadline</i>	20.11.2019	18.12.2019	22.01.2020	19.02.2020	25.03.2020	22.04.2020
Erstverkaufstag <i>publishing date</i>	18.12.2019	22.01.2020	19.02.2020	18.03.2020	22.04.2020	20.05.2020

Ausgabe <i>issue</i>	07 - 2020	08 - 2020	09 - 2020	10 - 2020	11 - 2020	12 - 2020
Anzeigenschluss <i>advertising deadline</i>	19.05.2020	24.06.2020	22.07.2020	26.08.2020	23.09.2020	21.10.2020
Erstverkaufstag <i>publishing date</i>	17.06.2020	22.07.2020	19.08.2020	23.09.2020	21.10.2020	18.11.2020

Ausgabe <i>issue</i>	01 - 2021
Anzeigenschluss <i>advertising deadline</i>	18.11.2020
Erstverkaufstag <i>publishing date</i>	16.12.2020

Textteil	S/W	2C/3C	4C
 1/1 Seite <i>page</i>	3.450 €	4.416 €	6.134 €
 1/2 Seite <i>page</i>	1.727 €	2.302 €	3.069 €
 1/3 Seite <i>page</i>	1.149 €	1.532 €	2.042 €
 1/4 Seite <i>page</i>	866 €	1.155 €	1.540 €
 1/8 Seite <i>page</i>	433 €	578 €	770 €

Technische Angaben siehe Seite 26 / technical requirements see page 26

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 €
Sonderseite Gesucht + Gefunden Format 65 mm b x 40 mm h, Festpreise				
6x	45,00 €	60,00 €	60,00€	75,00 €
12x	42,00 €	57,00 €	57,00 €	72,00 €

Preis je mm (Mindestformat 15mm) / price per mm (min. format 15mm)

Anzeigenverkaufsteam Telefon: +49(0)2604 / 978-511, -533 · E-Mail: anzeigen@paulparey.de
advertising sales team:



Preisliste Nr. 63 gültig ab Ausgabe 1/2020 www.paulparey.de/mediadaten
Pricelist Nr. 63 valid from issue 1/2020 www.paulparey.de/mediadaten



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.

www.norwegen-magazin.de

Ausgabe <i>issue</i>	15 - 2020	16 - 2020
Anzeigenschluss <i>advertising deadline</i>	03.03.2020	01.09.2020
Erstverkaufstag <i>publishing date</i>	22.04.2020	21.10.2020

Anzeigenverkaufsteam Telefon: +49(0)2604 / 978-511, -533 · E-Mail: anzeigen@paulparey.de
advertising sales team:

Print



Druckauflage*:27.000 Exemplare
 Copypreis:9,90 Euro
 Frequenz:2 x jährlich
 DVD:2 x jährlich
 Angelurlaub Norwegen
 (in den letzten 12 Monaten)**:.....23%

** Market Research Anglerstudie 2017

*Verlagsangabe

Textteil	S/W	2C/3C	4C
1/1 Seite <i>page</i>	1.139 €	1.518 €	2.024 €
1/2 Seite <i>page</i>	569 €	759 €	1.012 €
1/3 Seite <i>page</i>	380 €	506 €	675 €
1/4 Seite <i>page</i>	285 €	380 €	506 €
1/8 Seite <i>page</i>	142 €	190 €	253 €

Technische Angaben siehe Seite 26 / technical requirements see page 26

Anzeigenteil	S/W	2C/3C	4C
Gewerbliche Anzeigen <i>classified ads</i>	1,20 €	1,50 €	2,00€

Preis je mm (Mindestformat 15mm) / price per mm (min. format 15mm)

Preisliste Nr. 63 gültig ab Ausgabe 1/2020 www.paulparey.de/mediadaten
 Pricelist Nr. 63 valid from issue 1/2020 www.paulparey.de/mediadaten



Auf den Zahn geföhlt

Seit zwei Jahrzehnten föhlen Autoren und Redaktion den Räufern auf die Zähne. DER RAUBFISCH geht damit unmittelbar auf die Wünsche der spezialisierten Freunde von Hecht, Barsch, Zander & Co. ein.

www.raubfisch.de

Anzeigenteil	S/W	2C/3C	4C
Gewerbliche Anzeigen <i>classified ads</i>	1,69 €	2,25 €	3,00€

Textteil	S/W	2C/3C	4C
■ 1/1 Seite <i>page</i>	1.504 €	2.005 €	2.673 €
■ ■ 1/2 Seite <i>page</i>	768 €	1.025 €	1.366 €
■ ■ ■ 1/3 Seite <i>page</i>	512 €	683 €	911 €
■ ■ ■ ■ 1/4 Seite <i>page</i>	384 €	513 €	683 €
■ ■ ■ ■ ■ 1/8 Seite <i>page</i>	192 €	257 €	342 €

Preis je mm
(Mindestformat 15mm) /
price per mm
(*min. format 15mm*)

Technische Angaben
siehe Seite 26 /
technical requirements
see page 26

Ausgabe <i>issue</i>	01 - 2020	02 - 2020	03 - 2020	04 - 2020	05 - 2020	06 - 2020
Anzeigenschluss <i>advertising deadline</i>	21.11.2019	23.01.2020	26.03.2020	14.05.2020	23.07.2020	24.09.2020
Erstverkaufstag <i>publishing date</i>	02.01.2020	05.03.2020	07.05.2020	02.07.2020	03.09.2020	05.11.2020

Anzeigenverkaufsteam Telefon: +49(0)2604 / 978-511, -533 · E-Mail: anzeigen@paulparey.de
advertising sales team:

Print

Druckauflage: 52.880 Exemplare
 Copypreis: 6,90 Euro
 Frequenz: 6 x jährlich
 DVD: 6 x jährlich
 Reichweite*: 36.445 Leser
 Leser-Blatt-Bindung**: 5,9 Jahre
 Intensive Lesedauer**: 141 Minuten
 Anglererfahrung*: 22 Jahre
 Angelhäufigkeit
 (mehrmals pro Woche)**: 59%

* (Leser pro Exemplar 2,2 x Verbreitete Auflage),
Market Research Anglerstudie 2017/ IVW II/2018
 ** Market Research Anglerstudie 2017

Online

Page Views*: 29.620
 Unique User*: 16.685
 FACEBOOK: 34.820
 Youtube-Channel: 34.307

* Google Ad 8/2019



Preisliste Nr. 63 gültig ab Ausgabe 1/2020 www.paulparey.de/mediadaten
 Pricelist Nr. 63 valid from issue 1/2020 www.paulparey.de/mediadaten



Bewusst genießen

Ein gutes Stück Wildfleisch oder heimisches Fischfilet auf dem Teller, gewürzt mit edlen Wildkräutern aus der Natur, abgerundet mit einem Spargel-Erdbeersalat - und dazu einen raffinierten Gin oder einen erlesenen Wein - da läuft dem Genießer das Wasser im Mund zusammen. Und Freunde des wilden Fleisches sowie Kräutern und Früchten aus heimischer Natur gibt es zunehmend mehr. Genau hier setzt das neue „WILD-MAGAZIN“ an. Auf knapp 150 Seiten geht es rund um den wilden Genuss und Lebensfreude. Unterhaltsame sowie informative Reportagen, fantasiereiche sowie moderne aber auch fast vergessene Rezepte, Produktvorstellungen, Hintergrundgeschichten oder auch Portraits - all das macht „WILD-MAGAZIN“ zu einem modernen Lesevergnügen mit hohem Nutzwert und Suchtfaktor.

www.wild-magazin.de

Print

Handelsauflage*:60.000 Exemplare
 Copypreis:9,90 €
 Heftformat:220mm x 290mm

*Verlagsangabe

Anzeigenpreise		
	1/1 Seite <i>page</i>	9.600 €
	1/2 Seite <i>page</i>	4.800 €
	1/3 Seite <i>page</i>	3.200 €
	1/4 Seite <i>page</i>	2.400 €

Technische Angaben siehe Seite 26 / technical requirements see page 26

Die aktuellen Erscheinungstermine erfragen Sie bitte bei Ihrem Anzeigenteam.

WILD Magazin trifft den Geschmack!



- ▶ 148 Seiten,
über 50 Rezepte,
leckere Küchen-tipps,
neue Produkte und
Hintergrundgeschichten

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 €

Einkleber

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 Exemplare, 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	3.375 €
· Konkurrenzausschluss ist nicht möglich!	

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

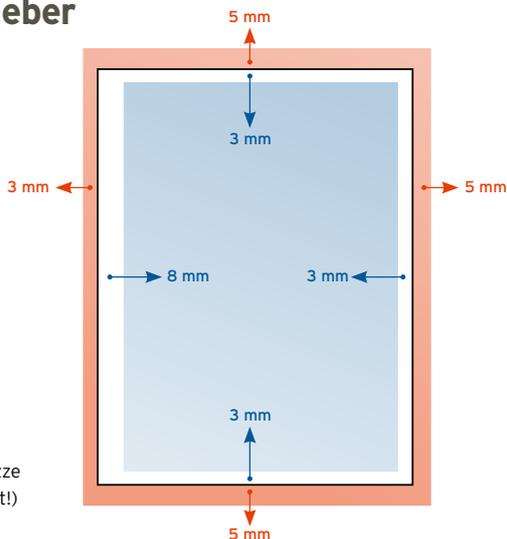
Maße Einkleber

Endformat:
210 x 280 mm

Beschnitt:
218 x 290 mm

Drucksicherer
Bereich:
199 x 274 mm

Abbildung:
Eine rechte Seite (Skizze
nicht maßstabsgerecht!)



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 Einkleber 8 mm auf der Bundseite, ansonsten 3 mm, unerwünschter Beschnitt von Text- oder Bildmaterial wird somit vermieden!

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

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.

Anliefern von Beilagen, Einklebern

Der Anliefertermin entspricht grundsätzlich dem Anzeigenschluss.

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

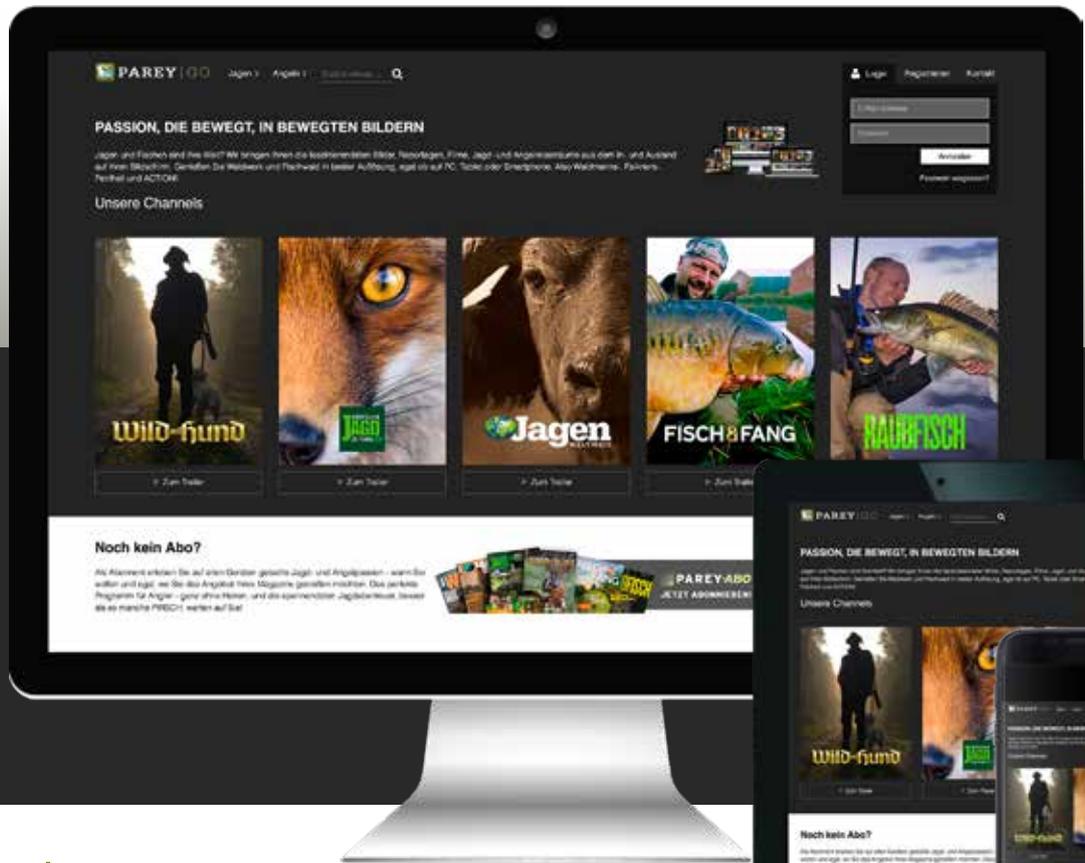


Kompetenz auf Knopfdruck!



ANGELN			JAGEN		
	Fisch und Fang	Der Raubfisch	Wild und Hund	DJZ	Jagen Weltweit
Profi-Clip Heft DVD Verlagsproduktion	1.750,- 450,-* * in Kombi mit Der Raubfisch	1.750,- 450,-* * in Kombi mit Fisch und Fang	1.900,- 600,-* * in Kombi mit DJZ	1.900,- 600,-* * in Kombi mit Wild und Hund	1.900,- 450,-* * in Kombi mit Wild und Hund oder DJZ
Kunstköder-Portrait Heft DVD		1.750,-			
Youtube-Channel monatsweise buchbar	350,- ab 80,-/mtl. * in Kombi mit Profi-Clip	180,-	350,- ab 80,-/mtl. * in Kombi mit Profi-Clip	350,- ab 80,-/mtl. * in Kombi mit Profi-Clip	
Werbespot/Produktfilm Heft DVD Länge bis 240 Sek. Jede weitere Sek. 4,- Kundenproduktion, produziert geliefert	ab 1.200,-				
Sponsoring/ Präsentation eines Filmbeitrages ca. 10 Sek. Intro+Extro	800,-	800,-	800,-	800,-	800,-

NEUES VIDEO Portal.
 Gratis für Abonnenten.
 Auf dem neuen Video
 on demand Portal sehen
 alle Abonnenten ab
 sofort die Filme ihres
 Magazins auch online.
 Der kostenfreie Zugang
 wird durch eine einfache
 Registrierung mit drei
 Schritten in wenigen
 Minuten erledigt.

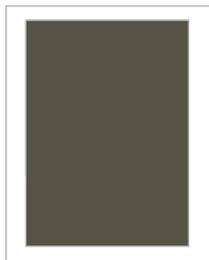


PAREY | GO
 ABENTEUER JAGEN & ANGELN

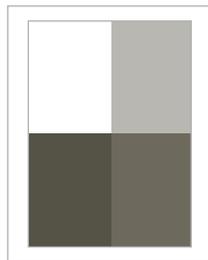
FILM

Anzeigen im Satzspiegel

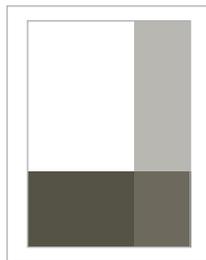
Breite x Höhe in mm 26



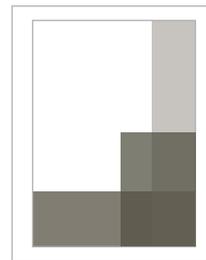
1/1 Seite: 186 x 253



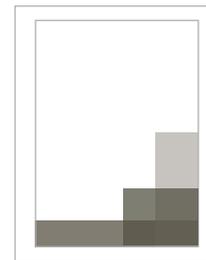
1/2 Seite hoch: 91 x 253
1/2 Seite quer: 186 x 125



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

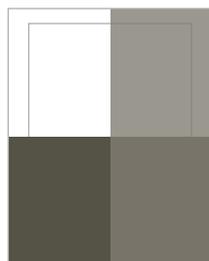


1/8 Seite hoch: 43 x 120
1/8 Seite quer: 186 x 30
1/8 Seite 2-spaltig: 91 x 60

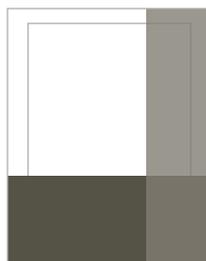
Anzeigen im Beschnitt



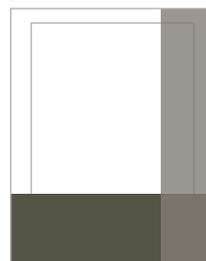
1/1 Seite: 210 x 280



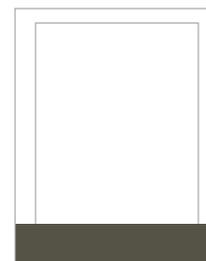
1/2 Seite hoch: 102 x 280
1/2 Seite quer: 210 x 139



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

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

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

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
 Internet: 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 30).

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: POFICHBEXXX

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 21.

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.

- 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 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 dies 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. Zuschriften, 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 Werbemittel 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 (Preisermäßigungen, 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 stormierte Anzeigen, so stehen auch dem Auftraggeber daraus keinerlei Ansprüche gegenüber dem Verlag zu.

g) Zusätzliche mündliche Vereinbarungen erhalten erst durch die schriftliche Bestätigung der Anzeigenabteilung 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.

Ihre Ansprechpartner für Beratung und Service

2020

Gesamt-Anzeigenleiter

Ulrich Merkt

Telefon: +49 (0)2604/978-501

Telefax: +49 (0)2604/978-6501

E-Mail: 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

Anzeigen-Team Angeln

Fabiane Jacobs, Katja Schork

Telefon: +49 (0)2604/978-511

Telefax: +49 (0)2604/978-6511

E-Mail: 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