natur

MEDIADATEN 2027 - Gültig ab 01.01.2027



konradin mediengruppe

AI



Die Lebensmittel aus dem Korbmöbelladen stammen alle aus der Region.

Vom Hof auf den Tisch

In vielen Hotels und Restaurants der Ardennen kommen die verwendeten Lebensmittel nicht aus dem Großhandel, sondern direkt aus der Umgebung. Die Betriebe arbeiten eng mit Landwirten aus der Region zusammen und nutzen, was gerade saisonal verfügbar ist. So kommen frische Produkte und regionale Genüsse auf den Teller.

Text: Oliver Abraham, Fotos: Marie Vedder

Die Klingelschnur über der bauer schwingt leicht beim Betreten. Unter ihr breitet sich der Flure aus, bildet kleine Tümpel, deren Wasser die Sonne reflektiert, und fließt in sumpfige Kuhlen. In der Flurnähe stehen Birken, Eichen und Erlen, Hecken durchziehen die Landschaften, auf denen Highland-Rinder mit zottigem Fell und mächtigen Hörnern weiden. Die wild-romantische Landschaft gehört zum Forêt d'Anlier, dem Wald von Anlier. Mit 10.000 Hektar ist er ein Rest des ehemaligen Ardennen-Waldes, der einst einen Großteil von Belgiens Süden und den Norden von Frankreich bedeckte. Hier leben noch Wölfe, Wildkatzen und Schwarzstörche. Die paradiesische Umgebung, um Abstand vom Alltag zu gewinnen und in die Natur einzutauchen.

Das ist hier gleich über mehrere Tage möglich. Kurz vor der Gemeinde Martelange umwirbt der kunstbegeisterte Grenze stehen am Waldrand einige sogenannte „Cosy Cabins", kleine Holzhütten des „Nature Village Les Ardennes". Früher waren an dieser Stelle ein Campingplatz und ein hochliegender Waldgleiter. Nachdem der Campingplatz lange verlassen war, wurde das Gelände vor einigen Jahren von dem Glamping-Anbieter Nuschel übernommen, wobei „Glamping" als Wortkreuzung von „glamorös" und „Camping" eine Form des etwas luxuriöseren Naturerlebnisses bedeutet.

Die großen Fenster der Hütten ermöglichen den freien Blick in den Wald. Ein „Sonnenglas" – groß wie ein Einmannzelt – lässt sich mit einem Vorhang vor neugierigen Fernsehblick geöffnet wird – bietet ebenfalls ungehinderten Licht. So kann man lange einem und der Ruhe genießen.

Die Unterkunft ist minimalistisch gehalten, es gibt Strom, jedoch begrenzt. Statt einer Küchenzeile steht eine Kühlbox mit Eis-Akkus zur Verfügung, heizen Wasser für den Abwasch gibt es nur im Badezimmer. Als Heizung dient ein Holzofen, für den die Holzscheite bereitstehen.

Essen über Farm-to-Table

Wer möchte, kann Essensküche vorbestellen – für das Frühstück oder ein abendliches Grillen. Die Auswahl ist vielfältig, aber nicht übermäßig groß – damit möglichst wenig weggeworfen werden muss, so die Begründung.

Nuschel setzt nach eigenen Angaben auf Nachhaltigkeit und bemüht sich in diesem Zusammenhang auch zu dem in der Region angebotenen Farm-to-Table-Konzept. Dieses sieht vor, dass hiesige oder Restaurants ihren Bedarf an lebensmittels direkt aus der Umgebung decken, statt industriell verarbeitete Produkte mit langen Transportwegen zu nutzen. Farm-to-Table unterstützt lokale Landwirte und traditionelles Lebensmittelhandwerk wie Rückwiesen, Molkereien oder Metzgereien. Die regionalen Lebensmittel bieten zudem den Vorteil, dass sie frisch und weitgehend naturbelassen sind.

Doch es bedeutet auch Organisationsaufwand: Als das Forest Village Les Ardennes 2020 eröffnet wurde, musste die Mitarbeiterin zur sicherstellung der benötigten Versorgung zuerst ein entsprechendes Netzwerk mit den lokalen Produzenten aufbauen. Dabei galt es herauszufinden, was das Angebot im Detail umfasst und wie etwa die saisonale Verfügbarkeit ist.

Zwischen Produzent und Verbraucher

Helfen kann in einem solchen Fall Hélène Delemarle – sie ist Koordinatorin der Kooperative Réseau Paysan. Über eine Website verbinden sich mehr als 100 Produzenten mit der belgischen Provinz Luxembourg mit rund 120 professionellen Verbrauchern.

Kleine Holzhütten bieten Nähe zur Natur.

Die Produzenten, zum Beispiel Milchbauern, Metzgereien, Bäckereien oder Gärtnereien, stellen ihre Produkte handwerklich auf Basis von Farm-to-Table in Betrieb. Sie bestimmen, was sie anbauen und zu welchem Preis sie es verkaufen. Kann bringt die Kooperation Produzenten und Verbraucher zusammen: „Wir kaufen die Ware zu dem Preis, den die Produzenten festlegen, und verhandeln mit einem Aufschlag für Transport, Lagerung, Verwaltung und dafür, neue Kunden zu finden, an die Verbraucher", erklärt Hélène das Konzept.

Die Mitarbeiter von Réseau Paysan sammeln die Produkte ein, stellen sie zusammen und liefern sie an die Verbraucher aus – Restaurants, Geschäfte in den Hotels, kommunale Küchen und auch touristische Küchenbetriebe wie zum Beispiel das Forest Village Les Ardennes. Manch kleinem Unternehmen helfe das, profitabler zu

Die Natur in all ihrer Faszination erleben, aktiv zum Schutz beitragen und ein besseres Leben führen.



Zwischen Meer und Fluss

Durch Regulierungen, Vertiefungen und Deiche wurden Ästuare – also Flussmündungen im Meer, an denen Ebbe und Flut herrscht – stark verändert. Für ein Ästuar typische Lebensräume sind dadurch selten geworden. An Ems, Weser und Elbe setzen sich Naturschützer dafür ein, die einzigartigen Lebensräume wiederherzustellen.

Text: Oliver Abraham

Das Ästuar ist ein Lebensraum für Tiere und Pflanzen.

Das Naturschutzgebiet Rysumer Nacken ist ein Rückzugsort für Vögel.



Die Küstenschutz auf der Halligwerden immer höher.

Schutz der Halligen

Auf der Hallig Nordstrandischmoor wird erprobt, wie Halligen durch vermehrte Einschwemmung von Sediment den Klimawandelfolgen besser trotzen können.

Text: Oliver Abraham

Die Halligen brauchen die angeschwemmten Sedimente, um nicht unterzugehen

Lahnungsfeld: Die Pflöcksreihen dämpfen die Wellen und halten Schlick zurück.

Titelporträt

Das Magazin für eine Welt im Wandel

natur ist das Magazin für Menschen, die sich für Umwelt, Nachhaltigkeit und den bewussten Umgang mit natürlichen Ressourcen interessieren. Seit Jahrzehnten begleitet natur seine Leserschaft mit fundierten Reportagen, atemberaubenden Fotostrecken und aktueller Berichterstattung über ökologische Zusammenhänge, innovative Technologien und nachhaltige Lebensstile.

Unsere Leserinnen und Leser sind naturverbunden, aufgeschlossen und legen großen Wert auf einen umweltbewussten Lebensstil. Sie interessieren sich für Themen wie klimaschützendes Verhalten, nachhaltige Produkte, Reisen, ökologische Ernährung und umweltfreundliches Wohnen.

natur bietet ihnen nicht nur faktenbasierte Informationen, sondern inspiriert zu konkreten Handlungen im Alltag. Das Magazin vereint Hintergrundberichte, Expertenwissen und lösungsorientierte Ansätze, die Mut machen und zur aktiven Mitgestaltung anregen.

Wir entführen unsere Leser mit unseren inspirierenden Artikeln, Interviews und Reportagen in eine Welt, in der der Wandel nicht als Bedrohung, sondern als Chance gesehen wird.



Erste Ausgabe 1980



natur heute

Als Werbeplattform bietet natur direkten Zugang zu einer kaufkräftigen und engagierten Zielgruppe, die nachhaltigen Produkten und Dienstleistungen besonders offen gegenübersteht.

Erreichen Sie mit Ihrer Markenbotschaft Menschen, die verantwortungsvoll konsumieren und einen positiven Wandel unterstützen wollen.

Auflage (IVW II/2026)

15.539
Verbreitete Auflage

14.020
Verkaufte Auflage

303.000 Leser
Reichweite AWA 2023

11.565
Abo-Auflage

7,50 Euro
Copy-Preis

monatliche
Erscheinungsweise

Ressorts

Faszination und Wissen



Faszinierende Fotostrecken, authentische Reportagen und informative Hintergrundgeschichten entführen den Leser in die faszinierende Welt der Natur. Sie erzählen von der Vielfalt der Tier- und Pflanzenwelt, von den atemberaubenden Landschaften, in denen sie zu finden sind, und von den Menschen, die sich leidenschaftlich für den Schutz der Natur einsetzen – sowohl in Deutschland als auch weltweit.

Gesellschaft und Zukunft

Während Politiker noch über Lösungen debattieren, arbeiten Forscher und Entwickler bereits an der Umgestaltung von Industrie und Wirtschaft in Richtung Nachhaltigkeit und Kreislaufwirtschaft. Hinzu kommen innovative Strategien, um Städte vor Hitze zu schützen oder Küstenorte vor Überflutungen zu bewahren. Auch die Landwirtschaft steht vor der Herausforderung, sich an neue Klimabedingungen anzupassen. Spannende Projekte zeigen, dass es bereits möglich ist, diese Herausforderungen erfolgreich anzugehen.



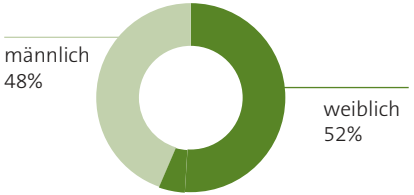
Leben und Handeln



Das Magazin bietet praktische Tipps und Ratschläge für ein nachhaltiges und bewusstes Leben. Egal ob es um naturharmonisches Reisen, nachhaltig erzeugte Nahrungsmittel, ökologisch verträgliche Kleidung, Naturkosmetik oder biologisches Wohnen geht – in der natur findet man stets wertvolle Anregungen und Inspirationen.

AWA: Soziodemografie

natur-Leser



Überdurchschnittlich hohe Anteile im Vergleich zur Gesamtbevölkerung bei:

40 Jahre und älter, Höherer Status (1-3/4)	69%
Oberschicht ODER Obere Mittelschicht	55%
Hochschulreife ODER abgeschl. Studium	54%
Finanzieller Spielraum: 500 Euro u. mehr übrig	51%
Haushaltsnettoeinkommen 3.500 Euro u. mehr	48%
Persönlichkeitsstarke Multiplikatoren	43%
Innovatoren ODER Trendsetter	43%
LOHAS - Lifestyle of health and sustainability	40%







Quelle: AWA 2023, Basis Gesamt

AWA: Leserprofil

Umweltbewusstsein, Nachhaltigkeit und soziale Verantwortung

			Index
Besonders interessiert - gebe öfter Ratschläge, Tipps, gelte da als Experte: Natur- und Umweltschutz	Rang 1	57%	223
Nachhaltiger Konsum: spielt eine große/größere Rolle (Stufe 3/4)	Rang 1	83%	235
Leute, die sich für Natur- und Umweltschutz einsetzen	Rang 1	64%	278
Aktive Umweltschützer	Rang 1	46%	321
Leute, die beim Einkauf darauf achten, dass die Produkte von Unternehmen stammen, die sozial und ökologisch verantwortungsbewusst handeln	Rang 1	61%	296
Ich achte beim Kauf von Kleidung darauf, dass sie umwelt- und sozialverträglich hergestellt worden ist	Rang 1	56%	377
Leute, die ganz bewusst gesund und im Einklang mit Natur und Umwelt leben	Rang 1	54%	316
LOHAS – Lifestyle of health and sustainability	Rang 1	40%	288
Ich achte darauf, dass die Energie, die ich verbrauche möglichst aus regenerativen Energien gewonnen wird	Rang 2	57%	313

Rang 1 = Rangplatz 1 nach Index unter aller rd. 206 von der AWA erfassten Printmedien. Der Affinitäts-Index zeigt die Zielgruppenausprägung einer Leserschaft. 100 = Gesamtbevölkerung / größer 100 = überproportional viele Leser

Quelle: AWA 2023, Basis Gesamt

AWA: Leserprofil

Nachhaltiger Konsum / Bio und Nachhaltigkeit / unbelastete Produkte

			Index
Bei Nahrungsmitteln lege ich Wert auf Produkte aus ökologischem Anbau, auf Bio-Produkte	Rang 1	71%	231
Ich bin bereit, für umweltfreundliche Produkte mehr zu zahlen	Rang 1	73%	215
Beim Kauf von Lebensmitteln achte ich besonders darauf, dass die Produkte aus artgerechter Tierhaltung stammen	Rang 1	73%	208
Ich achte beim Einkaufen darauf, dass die Produkte aus fairem Handel (Fair Trade) stammen	Rang 1	64%	268
Einkaufsorte für Lebensmittel: Bio-Läden	Rang 3	55%	246
Lege großen Wert auf Naturheilmittel, schonende Medikamente		45%	170
Ich achte bei Kosmetika darauf, dass sie nur aus natürlichen Inhaltsstoffen bestehen		42%	230
Wenn ich mir ein Auto kaufe, ist mir besonders wichtig, dass es möglichst umweltfreundlich ist	Rang 3	38%	259

Rang 1 = Rangplatz 1 nach Index unter aller rd. 206 von der AWA erfassten Printmedien. Der Affinitäts-Index zeigt die Zielgruppenausprägung einer Leserschaft. 100 = Gesamtbevölkerung / größer 100 = überproportional viele Leser

Quelle: AWA 2023, Basis Gesamt

AWA: Leserprofil

Naturerfahrung / Freizeitbeschäftigungen / Reise / Outdoor / Fotografie / Bücher

		Index
Wichtig und erstrebenswert:		
Naturerfahrungen, viel in der Natur sein	70%	165
Die Welt, andere Länder und Kulturen kennenlernen	56%	135
Hohe Ausgabebereitschaft: Reisen	66%	127
Bevorzugte Arten von Urlaubsreisen		
Badeurlaub, Urlaub in der Sonne	56%	87
Städtereise	53%	111
Wanderurlaub, Rucksackurlaub	49%	197
Studien- oder Kulturreise	48%	234
Wellness-Urlaub	31%	95
Anderer Aktiv- oder Sporturlaub, z.B. Golfurlaub, Fahrradreise	25%	191
Habe einen Garten ODER Balkon, Wintergarten	82%	103
Hohe Ausgabebereitschaft: Meine Einrichtung, mein Haus, meine Wohnung	56%	102
Besonders interessiert – gebe öfter Ratschläge, Tipps, gelte da als Experte: Gartenpflege, Gartengestaltung	48%	234
Das mache ich häufig/ab und zu		
Wandern ODER Bergsteigen	71%	126
Jogging, Wald- oder Geländelauf ODER Walking	66%	142
Ski-Abfahrtslauf ODER Skilanglauf ODER Snowboard fahren	36%	181
Rennrad ODER Mountainbike fahren	35%	132
Kernzielgruppe Allround-Sportler	43%	187
Das mache ich häufig: Fotografieren	27%	128
Bücher: Besonders interessiert ODER gebe öfter Ratschläge, Tipps, gelte da als Experte	54%	198
Bücher: Lese täglich ODER mehrmals in der Woche	52%	173

Quelle: AWA 2023, Basis Gesamt

Der Affinitäts-Index zeigt die Zielgruppenausprägung einer Leserschaft.
100 = Gesamtbevölkerung / größer 100 = überproportional viele Leser

Termine 2027

AUSGABE	ERSTVERKAUFSTAG	ANZEIGENSCHLUSS	ANLIEFERTERMIN BEILAGEN
1	24.12.2026	16.11.2026	24.11.2026
2	22.01.2027	15.12.2026	25.12.2026
3	26.02.2027	26.01.2027	03.02.2027
4	26.03.2027	23.02.2027	03.03.2027
5	23.04.2027	19.03.2027	31.03.2027
Sonderheft	07.05.2027	05.04.2027	13.04.2027
6	28.05.2027	22.04.2027	30.04.2027
7	25.06.2027	21.05.2027	02.06.2027
8	23.07.2027	22.06.2027	30.06.2027
9	27.08.2027	27.07.2027	04.08.2027
10	24.09.2027	24.08.2027	01.09.2027
11	22.10.2027	21.09.2027	29.09.2027
12	26.11.2027	25.10.2027	03.11.2027
1/2028	24.12.2027	23.11.2027	01.12.2027

Anzeigenformate und Preise 2027

	GRÖSSE in Seitenteilen	SATZSPIEGEL Breite	 Höhe	ANSCHNITT Breite	 Höhe	PREIS 4C
	1/1 2. u. 4. Umschlagseite	188	250	210	280	7.960,– 8.550,–
	2/3 hoch	125	250	135	280	5.920,–
	2/3 quer	188	162	210	182	5.920,–
	1/2 hoch	92	250	103	280	4.590,–
	1/2 quer	188	123	210	140	4.590,–
	1/3 hoch neben Editorial, S. 3	60	250	71	280	3.210,– 3.520,–
	1/3 quer	188	81	210	98	3.210,–
	1/4 hoch	44	250	55	280	2.450,–
	1/4 quer	188	60	210	77	2.450,–
	1/4 Seite, 2-spaltig	92	123	-	-	2.450,–
	1/6 hoch	60	123	71	136	1.940,–
	1/6 quer	188	39	210	52	1.940,–

Preise in €, zzgl. MwSt.
Bei Anschnittformaten zzgl. 3 mm Beschnitt

Rabatte

Mengenstaffel

2	Seiten	5%
4	Seiten	10%
6	Seiten	15%
12	Seiten	20%

Malstaffel

ab 3	Anzeigen	5%
ab 6	Anzeigen	10%
ab 10	Anzeigen	15%

Bei Schaltungen innerhalb von 12 Monaten.

Bei Buchung weiterer Special-Interest-Titel unseres Hauses, **Bild der Wissenschaft** oder **DAMALS**, ist ein Kombirabatt möglich.

Sonderwerbeformen

	Details	Preise pro Tausend (inkl. Porto)	Technische Hinweise
Beilagen	Gewicht bis 25 g bis 30 g bis 35 g bis 40 g bis 45 g	Inland (DE) **155,–** **170,–** **185,–** **205,–** **215,–**	Mindestformat 100 x 120 mm, Höchstformat 200 x 270 mm Höhere Gewichte auf Anfrage. Vorausgesetzt ist eine maschinelle Verarbeitbarkeit. Beilagen werden lose eingelegt und müssen aus einem Stück bestehen. Mehrblättrige Beilagen müssen gefalzt angeliefert werden und zum Bund, also in Einsteckrichtung, an ihrer langen Seite geschlossen sein. Auslandspreise auf Anfrage. Mindestmenge 5.000 Exemplare. Teilbeilagen nach PLZ-Depots möglich. Anlieferungsadresse: Vogel Druck und Medienservice GmbH, Warenannahme, Leibnizstraße 5, 97204 Höchberg, Montag bis Freitag von 8.00 – 16.00 Uhr, Euro-Palettenmaß: 80 x 120 cm (Höhe max. 110 cm). Werbemittel sortenrein auf Palette absetzen. Griffhöhe für manuelles Anlegen mindestens 10 cm bis 12 cm pro Lage unverschränkt.
Beikleber	Auf Anzeigen oder Beiheftern aufgeklebt: Postkarte Sonstige bis 25 g Sonstige ab 25 g	Anzeige/Beihefter lt. Preisliste zzgl. **60,–** **125,–** **Kosten auf Anfrage** Alle Preise zzgl. Sonderkosten wie Klebekosten und eventueller technischer Kosten	Anliefertermin: spätenstens 3 Arbeitstage nach Anzeigenschluss. Voraussetzungen für maschinelle Verarbeitung: Mindestformat 60 x 80 mm, Höchstformat 190 x 260 mm Parallele Klebekante oder Punktklebung. Mindestabstand zum Bund: 30 mm. Mindestabstand zu Beschnitträndern: 20 mm. Geschlossene Kante, die zum Bund des Trägerproduktes zeigt. Standabweichungen von aufgeklebten Produkten von 5-10 mm sind technisch bedingt und nicht auszuschließen. Bis ca. 5 mm Parallelitätsabweichungen möglich.
Beihefter	Umfang, Format Breite x Höhe: 1 Blatt = 2 Seiten, 216 x 286 mm* 2 Blatt = 4 Seiten, 432 x 286 mm 3 Blatt = 6 Seiten, 620 x 286 mm 4 Blatt = 8 Seiten = 2 x 2 Blatt *1 Blatt-Beihefter erst ab 135 g/m² möglich	Gewicht 80–134 g/m² **85,–** **105,–** **120,–** **130,–**	Anliefertermin: spätenstens 3 Arbeitstage nach Anzeigenschluss. Beschnittmuster auf Anfrage. Preise für andere Gewichtsklassen auf Anfrage mit Muster. Beihefter sind unbeschnitten anzuliefern, mehrblättrige Beihefter entsprechend gefalzt. Die Vorderseite ist zu kennzeichnen. Bei mehrblättrigen Beiheftern muss der Beihefter zum Bund, also in Einsteckrichtung geschlossen sein. Mehraufwand wird gesondert berechnet.

Preise in €, zzgl. MwSt.

Advertorials in natur – Ihre Themen redaktionell inszeniert

Moderne Konsumenten wünschen sich von Unternehmen mehr als klassische Werbung: Sie erwarten fundierte Informationen, spannende Hintergründe und glaubwürdige Inhalte. Ein Advertorial bietet Ihnen die Möglichkeit, Ihre Produkte und Anliegen in einer redaktionellen Umgebung authentisch und aufmerksamkeitsstark zu präsentieren.

Mit maßgeschneiderten Texten und einem Layout im Stil des Magazins natur transportieren wir Ihre Markenbotschaft glaubwürdig und emotional. So erreichen Sie unsere naturaffine Leserschaft auf Augenhöhe – mit Inhalten, die informieren, inspirieren und Vertrauen schaffen.

Sie liefern die Inhalte, wir sorgen für die professionelle Umsetzung. Preis auf Anfrage.









REISETIPP DES MONATS





Aufmerksamkeitsstark wie Artikel.
Wirksam wie Werbung.

Formatanzeigen im Kleinanzeigenteil

Der Marktplatz für gewerbliche Anzeigen zur kostengünstigen Erschließung neuer Kundenpotenziale.

Kleinanzeigen-Format	Breite x Höhe in mm	Preise
1 Quadrat	56 x 57	**280,–**
2 Quadrate hoch	56 x 118	**530,–**
2 Quadrate quer	116 x 57	**530,–**
3 Quadrate quer	176 x 57	**770,–**
4 Quadrate (2 hoch x 2 quer, 2-spaltig)	116 x 118	**980,–**
4 Quadrate hoch	56 x 240	**980,–**
6 Quadrate (2 hoch x 3 quer)	176 x 118	**1.410,–**



Beispielseite

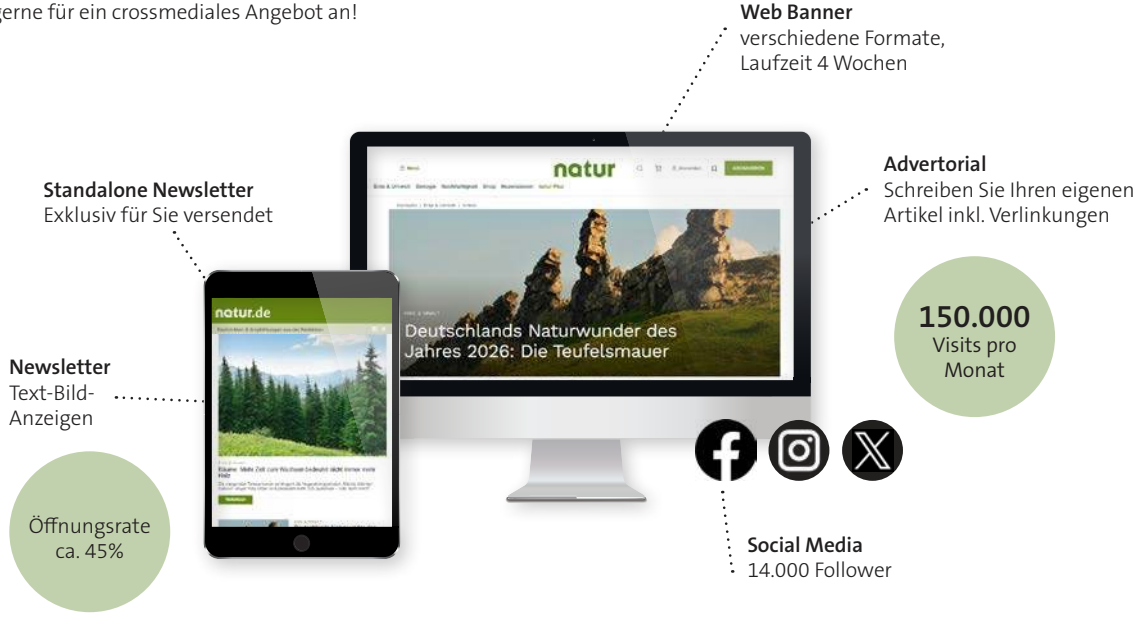
Preise in €, zzgl. MwSt.

Crossmedia-Werbeformen

natur.de bietet aktuelle Nachrichten und fundierte Beiträge rund um Natur, Umwelt, Gesundheit, Ernährung und Nachhaltigkeit. Reportagen, Interviews und Hintergrundberichte vermitteln wissenschaftliche Zusammenhänge verständlich und alltagsnah. Im Fokus stehen zudem nachhaltige Lebensweisen und der bewusste Umgang mit natürlichen Ressourcen.

Zielgruppe: **natur.de** richtet sich an naturverbundene und aufgeschlossene Menschen mit Interesse an Umwelt, Nachhaltigkeit, Gesundheit und einem bewussten Lebensstil. Themen wie Klimaschutz, nachhaltige Produkte, Ernährung, Wohnen und Reisen stehen dabei im Mittelpunkt.

Sprechen Sie uns gerne für ein crossmediales Angebot an!



Preise und Details finden Sie auf der nächsten Seite.

Preise Crossmedia-Werbeformen

	Details	Preise	Hinweise
Web-Banner	**Superbanner** 728 x 90 px	**500,–**	Laufzeit: 4 Wochen Für die Ausspielung auf mobilen Endgeräten ist zusätzlich ein mobiles In-Content-Banner (300 × 75 px) anzuliefern.
	In-Content-Billboard 970 x 250 px	**750,–**	
Newsletter	**Text-Bild-Anzeige** 200 x 150 px + 300 Zeichen Text	**500,–**	Aussendung jeden Freitag an 1.000 Empfänger
	Standalone Newsletter 2-3 Bilder + Text	**1.200,–**	Exklusiver Newsletter in natur-Optik, Aussendung am Wunschtermin an 1.000 Empfänger
Advertorial	max. 6000 Zeichen, 1 Bild (quer) plus Verlinkungen	**900,–**	Veröffentlichung in passender Rubrik, 24 Monate garantierte Laufzeit, Text- und Bildmaterial vom Kunden geliefert.
Social Media	Verbreitung Ihrer Inhalte auf unseren Kanälen	**500,–**	Post mit Bild, Teasertext und Verlinkung.

Preise in €, zzgl. MwSt.

Online-Netzwerk Wissen

Das Netzwerk Wissen

Erreichen Sie Menschen, die gezielt nach kompetenten und glaubwürdigen Informationen suchen. Nutzen Sie unser gesamtes Online-Netzwerk für Ihre Kampagnen!

Mit einer Reichweite von mehr als 1,7 Mio. Page Impressions pro Monat bieten wir Ihnen eines der größten Online-Netzwerke Deutschlands im Wissens-Segment:

wissenschaft.de

wissen.de

natur.de

ScienceBlogs™

DAMALS.de

Fordern Sie ausführliche Mediadaten zu Online-Werbemöglichkeiten hier an:
eileen.miccoli@konradin.de

Netzwerk Wissen

1.700.000
Page Impressions pro Monat

> 60.000
Social Media Follower

> 50.000
Newsletterempfänger

Reichweite 09/2026, Matomo Analytics

Produktionshinweise

Zeitschriftenformat: 210 mm breit x 280 mm hoch
Unbeschnitten: 216 mm breit x 286 mm hoch

Satzspiegel: 188 mm breit x 250 mm hoch, 4 Spalten à 44 mm

Druck/Bindung: Rollen-Offsetdruck, Klebebindung

Datenformate: Wir empfehlen die Anlieferung von PDF / X-4-Daten. Ansonsten unseparierte Dateien im Format EPS oder TIFF; offene Daten (z.B. InDesign, Quark XPress, usw.) sind zu vermeiden.
Die Datei muss druckfähig sein, d.h. alle verwendeten Schriften sind einzubetten, Halbtonbilder benötigen eine Auflösung von 300 dpi, Strichbilder mindestens 600 dpi.

Farben: Druckfarben (CMYK) nach ISO 2846-1, Sonderfarben sind in Absprache möglich. Zur Konvertierung und Kontrolle des Farbraums (ICC-Color Management) wird speziell auf die Standard-Offsetprofile der ECI verwiesen (kostenloser Bezug bei www.eci.org/de/downloads). Zu verwenden sind die Profile „eciRGB_v2.icc" (RGB-Farbraum) und „ISOcoated_v2" (CMYK-Farbraum).

Proof: Nicht verpflichtendes, farbverbindliches Proof nach „Medienstandard Druck" (bvdm). Digital erstellte Prüfdrucke müssen zur Kontrolle der Farbverbindlichkeit den FOGRA Medienkeil enthalten (kostenpflichtig zu beziehen bei www.fogra.org).
Andrucke müssen einen offiziellen Druckkontrollstreifen aufweisen.

Datenarchivierung: Alle Daten werden archiviert, unveränderte Wiederholungen sind deshalb in der Regel möglich. Eine Datengarantie wird jedoch nicht übernommen.

Gewährleistung: Bei Anlieferung von unvollständigen oder abweichenden Daten (Texte, Farben, Abbildungen) übernehmen wir keine Haftung für das Druckergebnis. Fehlbelichtungen aufgrund von unvollständigen oder fehlerhaften Dateien, falschen Einstellungen oder unvollständigen Angaben werden berechnet. Dies gilt auch für zusätzliche Satz- oder Reproarbeiten sowie für die Erstellung neuer Proofs.

Kontakt:
Beratung, Buchung: siehe letzte Seite
Auftragsmanagement: Auftragsbestätigungen, Rechnungen, Belege, Datenanlieferung + technische Details: siehe letzte Seite

Datenerstellung:
Bitte legen Sie Ihre Anzeige mit einem Sicherheitsabstand von mindestens 5 mm rundum an. Das bedeutet, dass alle wichtigen Inhalte – insbesondere Texte, Logos und zentrale Bildelemente – mindestens 5 mm innerhalb des Endformats platziert werden müssen.

Datenlieferung: Nutzen Sie zur Datenübermittlung unser Anzeigenportal www.konradin-ad.de.
Wir bevorzugen PDF/X4 und akzeptieren auch EPS oder TIFF.
Bitte vermeiden Sie die Zusendung offener Daten.

Bedingungen: Vor einer digitalen Anzeigenübermittlung muss der Anzeigenabteilung ein entsprechender Anzeigenauftrag vorliegen. Es gelten die Anzeigenschluss-Termine laut Termin- und Themenplan. Werbung muss in Abgrenzung vom redaktionellen Teil als solche erkennbar sein, ein gebuchtes Werbeformat (Anzeige, Beihefter, Beilage usw.) darf jeweils nur das Angebot eines Werbetreibenden enthalten.

Zahlungsbedingungen: Bei Bankeinzug, Vorauszahlung und bei Zahlung innerhalb 10 Tagen nach Rechnungsdatum 2% Skonto, sonst spätestens 30 Tage nach Rechnungsdatum ohne Abzug. USt-IdNr. DE 212 214 109

Bankverbindung: Baden-Württembergische Bank, BIC: SOLADEST600, IBAN: DE33 6005 0101 0002 4847 96

Unsere **Allgemeine Geschäftsbedingungen** (AGB) finden Sie im Internet unter www.konradin.de. Wir senden sie Ihnen auf Anfrage auch gerne zu.

Kontakt



natur

Mediaberatung
Silvija Pozgaj
Phone +49 711 7594-363
silvija.pozgaj@konradin.de

Verlag Konradin Medien GmbH | Ernst-Mey-Straße 8 | 70771 Leinfelden-Echterdingen
Herausgeberin Katja Kohlhammer | **Chefredakteurin** Andrea Stegemann
Redaktionsassistenz Sandra Hendreich, Jennifer Weissbacher, Phone +49 711 7594-5855, redaktion-natur@konradin.de
Auftragsmanagement / Technische Abwicklung Melanie Strauß, Phone +49 711 7594-403, Fax +49 711 7594-1403, melanie.strauss@konradin.de

Weitere Special-Interest-Titel der Konradin Mediengruppe



BILD DER WISSENSCHAFT leistet seit über 60 Jahren Pionierarbeit, wenn es darum geht, wissenschaftliche und technische Innovationen verständlich zu vermitteln. Das Magazin zeigt, wie Forschung und Technologie unser individuelles und gesellschaftliches Leben verändern – fundiert, anschaulich und auch für fachfremde Leser verständlich aufbereitet. So wird komplexes Wissen zugänglich und schafft Orientierung in einer zunehmend von Wissenschaft und Technologie geprägten Welt.



Die Naturwissenschaftliche Rundschau bietet monatlich fundierte Einblicke in die faszinierende Welt der Wissenschaft. Sie vereint Themen aus Biologie, Physik, Geowissenschaften, Medizin und Chemie und schafft so ein umfassendes Verständnis für die Vielfalt und Zusammenhänge der Naturwissenschaften.

Mediaberatung
Silvija Pozgaj
Phone +49 711 7594-363
silvija.pozgaj@konradin.de



DAMALS zählt zu den ältesten Geschichtsmagazinen Deutschlands und ist ein gesetzter Titel für die kulturinteressierte Zielgruppe. Im Podcast „DAMALS und heute“ wird alle zwei Wochen ein ausgewähltes Magazinthema vorgestellt und den HörerInnen im lockeren Dialog nähergebracht.

Mediaberatung
Eileen Miccoli
Phone +49 711 7594-366
eileen.miccoli@konradin.de