Slow Food

GENUSS & VERANTWORTUNG

Hohe Leser-Blatt-Bindung

herausgegeben von Slow Food Deutschland e.V. www.slowfood.de



Mediadaten 2027

INHALT:

2 Titelporträt
3 Leserschaft
4 Erscheinungsweise, Auflage, Vertrieb
5 Themen und Termine
6 Formate und Preise
8 Ansprechpartner, technische Daten

TITELPORTRÄT

Genussvoll, bewusst, regional und saisonal – das sind wesentliche Attribute eines Ernährungstrends, der Herkunft und Produktionsbedingungen von Lebensmitteln in den Vordergrund rückt. Diese Entwicklung – weg von der »Supermarktokratie«, zurück zum Handwerklichen, Guten, Fairen – ist das Kernthema des Slow Food Magazins, der Publikumszeitschrift für eine nachhaltige und bewusste Ernährungsweise.

WERTE & PHILOSOPHIE

Im Mittelpunkt der **internationalen Slow-Food-Bewegung** stehen die Wertschätzung guter Lebensmittel und der Erhalt der Geschmacksvielfalt. Der kulinarische Anspruch geht einher mit dem Einsatz für gesunde Ernährung, ökologische und bäuerliche Landwirtschaft, handwerkliche Lebensmittelherstellung sowie regionale Koch- und Esstraditionen.

Das Slow Food Magazin wird gemacht von und für Menschen, die gerne gut essen, sich kulinarisch inspirieren lassen und bereit sind, sich für den Erhalt der Ernährungskultur einzusetzen. Sie sind nicht nur Genießer, sondern auch Gestalter einer nachhaltigen Zukunft.

Das Slow Food Magazin erreicht bis zu 100.000 Leserinnen und Leser in den **Premiumzielgruppen**: qualitätsorientierte Genießer, ambitionierte Hobby- und Profiköche und Gourmettouristen der gehobenen Einkommensschichten. Sie verfügen über eine überdurchschnittliche Ausbildung – zwei Drittel haben einen Hochschulabschluss – und zählen im Kern zu den werteorientierten Bürgerinnen und Bürgern der gehobenen Mittelschicht. Etwa zur Hälfte wird das Magazin von Frauen und Männern gelesen.
Der Themenmix aus Kulinarik, Gesellschaftsthemen, Porträts und Produktempfehlungen, Reisen und persönlichem Engagement ist im Zeitschriftenmarkt absolut einzigartig – auch weil die Inhalte über das Thema »Food« hinausgehen. Slow Food ist mehr als Essen – es ist eine Haltung, die sich im gesamten Heft wiederfindet.

RUBRIKEN & INHALTE

- **Apéro:** Kurznachrichten und Empfehlungen für Slow-Food-gerechte Produkte; Fischporträt und neue Passagiere in der »Arche des Geschmacks« von Slow Food.
- **Unterwegs:** Gastro-Empfehlungen und Produzentenporträts; Genussreise samt Karte und Adressliste mit Tipps zu Restaurants, Hotels, Lebensmittelherstellern etc. (eine der meistgelesenen Rubriken laut Leserumfrage); Porträts von Bio-Winzer*innen.
- **Genuss-Schwerpunkt:** aktuelle Food-Trends und slowe Perspektiven; mit dem »Food Hero«, Porträt eines/r besonders engagierten Slow-Food-Aktivist*in.
- **Aus der Küche:** Warenkunde, traditionelle Zubereitungsmethoden und regionale Spezialitäten. Im »Slow Food Check« wird jeweils ein Lebensmittel unter die Lupe genommen. Saisonale Rezeptreihe in Zusammenarbeit mit der Slow Food Chef Alliance.
- **Dossier:** Ein Thema, das Slow Food am Herzen liegt, wird vertieft beleuchtet – hier wird Position bezogen und Haltung gezeigt.
- **Tischgespräch:** Fragen zu nachhaltigen Lebensstilen und einer enkeltauglichen Ernährungsweise zwischen persönlicher Verantwortung und Forderungen an die Politik. Plus Buchtipps in der Tischlektüre.
- **Slow Food:** Aktivitäten und Projekte von Slow Food international, in Deutschland und regional vor Ort; Slow Food Unterstützerseiten (siehe S. 7 in diesen Mediadaten).

GESTALTUNG & AUSSTATTUNG

Das Slow Food Magazin repräsentiert den Grundgedanken von Slow Food auch gestalterisch: **sinnlich, natürlich, handwerklich und menschlich.** Das ausgewogene Text-Bild-Verhältnis bringt die anspruchsvollen Inhalte und die genießerischen Freuden bestens zur Geltung. Hochwertig wie die Inhalte ist auch die Verarbeitung: Mit festem Rücken und Klebebindung lädt das Magazin zum Sammeln und Immer-wieder-Lesen ein.

Nicht zuletzt überzeugt das Magazin auch **ökologisch:** Seit 2021 erfolgt die Produktion des Slow Food Magazins gemäß den Kriterien des Blauen Engels für umweltschonende Druckerzeugnisse (RAL-UZ 195). Das Slow Food Magazin wird seither auf 100 Prozent Recyclingpapier gedruckt und klimaschonend produziert.

Das Slow Food Magazin erscheint im oekom verlag: Mit seinen Büchern und Zeitschriften liefert oekom seit 1989 Denkanstöße für eine zukunftsfähige Entwicklung von Wirtschaft, Politik und Gesellschaft.

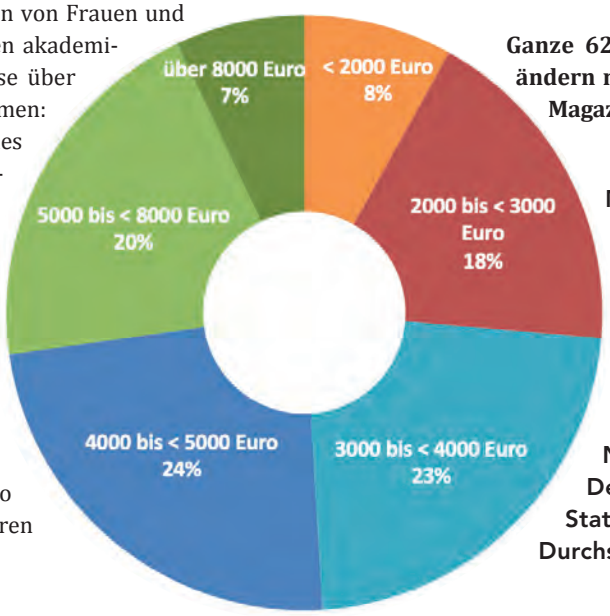
© RAL gGmbH

LESERSCHAFT

Das Slow Food Magazin weist eine ungewöhnlich hohe Leser-Blatt-Bindung auf, das beweist die starke Beteiligung an der Leserumfrage 2025 (rund 1.570 Rückmeldungen, d. h. 7 % der angeschriebenen Personen).

55 % der Leserinnen und Leser sind zwischen 40 und 65 Jahre. Etwa je zur Hälfte wird das Magazin von Frauen und Männern gelesen. Dank ihres hohen akademischen Bildungsgrads verfügen diese über ein überdurchschnittliches Einkommen: bei 74 % der Leserinnen und Leser des Slow Food Magazins liegt das monatliche Haushalts-Nettoeinkommen über 3.000 Euro. Mehr als ein Viertel verfügen über mehr als 5.000 Euro. Diese Leserschaft ist bereit, gutes Geld für gute Produkte auszugeben – und kann sich ihren guten Geschmack auch leisten. 59 % der Slow Food Leserinnen und Leser geben für Lebensmittel im Monat zwischen 200 und 400 Euro pro Person aus, rund 30 % investieren sogar mehr als 400 Euro.

Und Slow Food wirkt: **Von rund 80 % der Leserinnen und Leser werden Werbeanzeigen positiv wahrgenommen.** Ebenfalls 80 % finden: »Nur gute Firmen dürfen im Slow Food Magazin Anzeigen schalten.« 68 % geben an, in den Anzeigen interessante Hinweise auf Produkte und Hersteller zu entdecken.



Quelle: Leserumfrage 2025

Ganze 62 % der Leserinnen und Leser ändern nach der Lektüre des Slow Food Magazins ihr Einkaufsverhalten.

Monatliches Haushalts-Nettoeinkommen der Leserschaft des Slow Food Magazins

Zum Vergleich: Das monatliche Haushalts-Nettoeinkommen in Deutschland lag 2025 laut Statistischem Bundesamt im Durchschnitt bei 3.975 Euro.

Wofür steht Slow Food?«

- … hat sich zum Ziel gesetzt, eine Welt zu schaffen, in der **Ernährung auf fairen Beziehungen** basiert, die **biologische Vielfalt**, das **Klima und die Gesundheit fördert** und es allen Menschen ermöglicht, **ein Leben in Würde und Freude** zu führen.
- Als globales Netzwerk mit Millionen von Menschen setzt sich Slow Food für **gutes, sauberes und faires Essen für alle** ein.
- Slow Food Deutschland wurde 1992 gegründet und ist mit vielfältigen Projekten, Kampagnen und Veranstaltungen **auf lokaler, nationaler** sowie **europäischer Ebene aktiv**. Mit handlungsorientierter Bildungsarbeit stellt **Slow Food Ernährungskompetenz** auf sichere Beine.
- Auch gegenüber politischen und wirtschaftlichen Entscheidungsträger*innen wirbt Slow Food **für ein sozial und ökologisch verantwortungsvolles Ernährungssystem**, das Mensch und Tier, Umwelt und Klima schützt.

Unabhängigkeit in der Berichterstattung

Slow Food Deutschland e.V. als Herausgeber der Zeitschrift ist eine unabhängige Nicht-Regierungsorganisation, weshalb sich jede Einflussnahme Dritter auf die Inhalte der Zeitschrift von selbst verbietet. Eine Verbindung zwischen redaktioneller Berichterstattung und Anzeigengeschäft ist ausgeschlossen – auch das ist einzigartig im Bereich der Food-Zeitschriften.
Gerade weil wir uns erlauben, gute unternehmerische Leistungen oder gute Produkte vorzustellen, ist die redaktionelle Unabhängigkeit unser höchster Wert. Wir halten uns daher an die Empfehlungen des Deutschen Presserats und des Zentralausschusses der Werbewirtschaft und achten auf die Trennung von Redaktion und Anzeigen.

Mehr Informationen unter **www.slowfood.de**

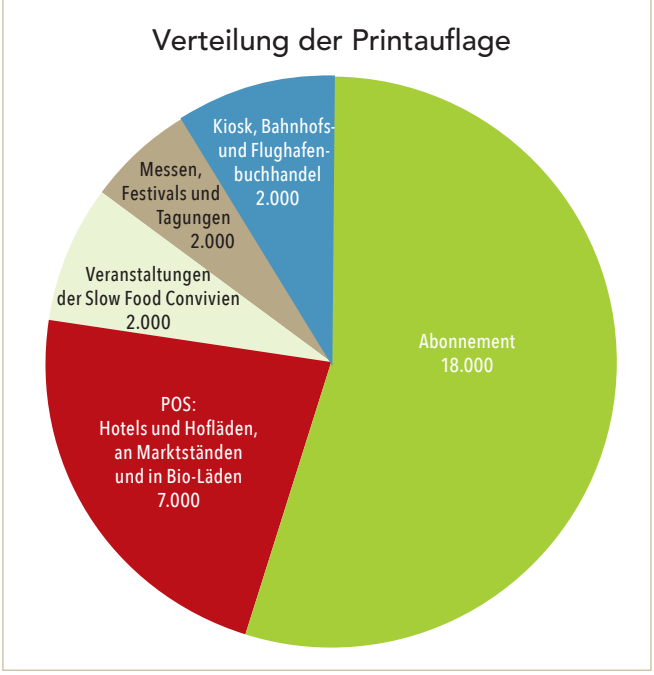
ERSCHEINUNGSWEISE, AUFLAGE, VERTRIEB

Das Slow Food Magazin erscheint sechsmal jährlich in einer Auflage von 31.000 Printexemplaren und in verschiedenen digitalen Formaten; es erreicht bis zu 100.000 Leserinnen und Leser je Ausgabe. Es ist für Nichtmitglieder im Abonnement sowie im Zeitschriftenhandel in Deutschland und in einigen Nachbarländern erhältlich.

VERBREITUNG UND AUFLAGE

18.000 Exemplare erreichen im **Einzelabonnement** die Abonnenten und Slow Food Mitglieder. 4.000 Hefte werden über die Slow Food Unterstützer (derzeit etwa **1.100 Unternehmen**) an gute Kunden weitergereicht oder im Laden oder Restaurant ausgelegt. Hinzu kommen rund 3.000 Hefte, die bei Unterstützern oder Sonderverkaufsstellen am POS vertrieben werden (siehe Grafik).

2.000 Hefte werden über die Slow Food Convivien (85 Regionalgruppen in Deutschland) auf einer Vielzahl von regionalen Veranstaltungen, Märkten oder Tagungen verteilt. Der oekom verlag ist mit dem Magazin auf verschiedenen Messen und Veranstaltungen präsent – u.a. Markt des guten Geschmacks Stuttgart, Biofach Nürnberg, Food&Life München, Nantesbucher Food-Festival, Fisch&Feines Bremen. In den oekom-Veranstaltungsräumen in München ist das Magazin für rund 4.000 Besucher*innen verfügbar. Weitere **2.000 Exemplare** stehen den Leserinnen und Lesern an Kiosken, in Pressefachgeschäften, in Bahnhofsbuchhandlungen, an Tankstellen und in Flughäfen zur Verfügung.



WACHSENDE NUTZUNG DIGITALER FORMATE

Verstärkt nutzen Leser*innen auch **digitale Ausgaben** des Slow Food Magazins im Abo und über folgende Kanäle:

- **Digitalausleihe** bei öffentlichen Bibliotheken (per divibib)
- **Readly-App** (durchschnittlich 4.600 Leser*innen pro Ausgabe)
- **United Kiosk**
- **Einzelhefte aus dem PDF-Archiv** auf der oekom-Website

Außerdem erhalten alle Mitglieder von Slow Food Deutschland das Slow Food Magazin auch als Digitalausgabe zum Download über das SF-Mitgliederportal.

ERFOLG IM HANDEL UND AM POS

Über den **Kioskverkauf** werden pro Ausgabe rund 1.200 Exemplare verkauft. Neben dem deutschen Markt wird auch der Handel in Österreich, der Schweiz und Südtirol beliefert. Ein **besonderer Vertriebsweg** sind unsere Sonderverkaufs- und Auslagestellen: Zum einen sind dies Fachhändler aus dem Lebensmittelbereich, die das Heft in ihr Angebot aufnehmen. Zum anderen engagieren sich Slow Food Mitglieder und Unterstützer dafür, das Magazin »unter die Leute« zu bekommen. **In Hotels und Hofläden, an Marktständen und in Bio-Läden treffen Kunden auf das Slow Food Magazin – ein einmaliges Netzwerk.**



Foto: Katrin Schießl

Auf regionalen Messen kommen wir gerne mit unseren Leserinnen und Lesern in direkten Kontakt.

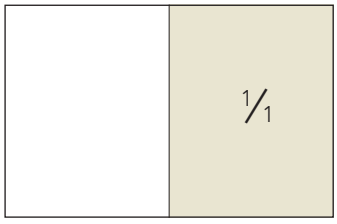
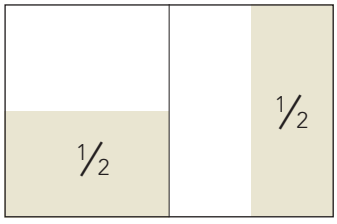
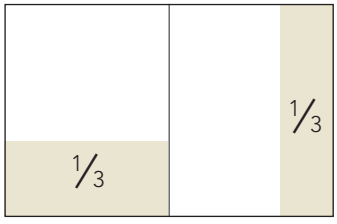
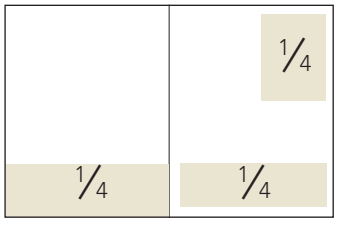
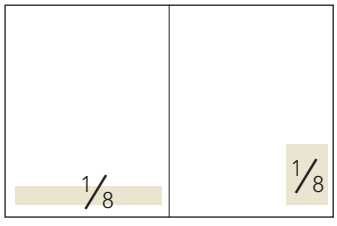
THEMEN & TERMINE 2027

IN JEDER AUSGABE FINDEN SIE:

Kurzmeldungen im Apéro//**Produktvorstellungen** »**Hier sind die Guten**«//Winzer & Weine von Ursula Heinzelmann //Rezepte//Serie Chef Alliance//**Gastro-Empfehlungen und Produzentenporträts**//Food Hero//Buchvorstellungen und Rezensionen//Kolumne »Schluss damit« von wechselnden prominenten Autor*innen

Ausgabe	Themen 2027	Anzeigen-schluss	Druckunter-lagenschluss	Anlieferung Beilagen	Erscheinungs-termin
1/2027 Feb./März	Im Slow Food Check: **Smoothies** Unterwegs: **Genussreise Oberpfalz** Genuss-Schwerpunkt: **Müsli & Cerealien** Saisonküche: **Pastinaken** Dossier: **Neue Gentechnik in der Landwirtschaft** Tischgespräch: **Mensa – besser essen für die Artenvielfalt**	21.12.26	11.01.27	21.01.27	12.02.27
2/2027 April/Mai	Im Slow Food Check: **Butter** Unterwegs: **Genussreise Tübingen** Genuss-Schwerpunkt: **Speiseöle** Saisonküche: **Rote Bete** Dossier: **Gemeinwohl-Ökonomie** Tischgespräch: **Neuer Slow-Food-Einkaufsführer**	22.02.27	01.03.27	18.03.27	09.04.27
3/2027 Juni/Juli	Im Slow Food Check: **Spezi** Unterwegs: **Genussreise Husum und Nordseeinseln** Genuss-Schwerpunkt: **Bier mit und ohne Alkohol** Saisonküche: **Dicke Bohnen** Dossier: **Next Generation Bauernhof** Tischgespräch: **Neue EmpCo-Richtlinie: mehr Klarheit für Verbraucher*innen?**	19.04.27	26.04.27	13.05.27	04.06.27
4/2027 Aug./Sep.	Im Slow Food Check: **Nürnberger & Thüringer Würstchen** Unterwegs: **Genussreise Leipzig** Genuss-Schwerpunkt: **Mediterrane Küche** Saisonküche: **Beeren** Dossier: **Fair Essen** Tischgespräch: **Selbstversorgung in Städten**	21.06.27	28.06.27	15.07.27	06.08.27
5/2027 Okt./Nov.	Im Slow Food Check: **Weizenmehl** Unterwegs: **Genussreise Koblenz** Genuss-Schwerpunkt: **Fisch aus der Teichwirtschaft** Saisonküche: **Birnen** Dossier: **Weinbau in der Krise** Tischgespräch: **Schokolade ohne Kakao?**	23.08.27	30.08.27	16.09.27	08.10.27
6/2027 Dez./Jan.	Im Slow Food Check: **Spekulatius** Unterwegs: **Genussreise München** Genuss-Schwerpunkt: **Raclette & Fondue** Saisonküche: **Scheerkohl & Stängelkohl** Dossier: **Fleisch von Weidetieren** Tischgespräch: **Importabhängigkeit bei Futtermitteln**	18.10.27	25.10.27	11.11.27	03.12.27

FORMATE UND PREISE

Abbildung Formate	Formate (Breite x Höhe) im Anschnitt + 3 mm Beschnittzugabe	Preise für Slow Food Unterstützer * (zzgl. der ges. MwSt.)	Preise (zzgl. der ges. MwSt.)
	**Umschlag (1/1)**		
	U2/U3: 210 x 280 mm	3.480 €	4.480 €
	U4: 210 x 280 mm	3.680 €	4.680 €
	1/1 Innenseite	3.180 €	3.980 €
	210 x 280 mm		
	**1/2 Seite im Anschnitt**		
	quer: 210 x 140 mm	1.960 €	2.520 €
	hoch: 105 x 280 mm	1.960 €	2.520 €
	1/2 Seite im Satzspiegel		
	quer: 175 x 116 mm	1.960 €	2.520 €
	hoch: 85 x 235 mm	1.960 €	2.520 €
	**1/3 Seite im Anschnitt**		
	quer: 210 x 94 mm	1.320 €	1.700 €
	hoch: 70 x 280 mm	1.320 €	1.700 €
	1/3 Seite im Satzspiegel		
	quer: 175 x 78 mm	1.320 €	1.700 €
	hoch: 55 x 235 mm	1.320 €	1.700 €
	**1/4 Seite im Anschnitt**		
	quer: 210 x 70 mm	1.060 €	1.370 €
	1/4 Seite im Satzspiegel		
	quer: 175 x 57 mm	1.060 €	1.370 €
	hoch: 85 x 115 mm	1.060 €	1.370 €
	**1/8 Seite im Satzspiegel**		
	hoch: 55 x 80 mm	370 €	770 €
	quer: 175 x 25 mm	370 €	770 €

*** Informationen zu Sonderkonditionen für Unterstützer finden Sie auf Seite 7. Unterstützerrabatte sind nicht kombinierbar.**

SPEZIELLE ANGEBOTE FÜR SLOW FOOD UNTERSTÜTZER

Unterstützer von Slow Food Deutschland sind **kleine und mittlere Unternehmen**, die sich der Philosophie von Slow Food in ihrer täglichen Arbeit verbunden fühlen und die Arbeit des Vereins finanziell unterstützen wollen.

Wenn Sie Unterstützer werden möchten, sprechen Sie uns an!

EXKLUSIV FÜR UNTERSTÜTZER

- **20% bis zu 25% Rabatt auf alle Anzeigenformate** und Beilagenpreise
- Anzeigen im **»Unterstützerformat« 1/8 Seite** zum Vorzugspreis von 370 Euro + MwSt.; in diesem Preis ist eine einfache Gestaltung der Anzeige (1 Foto, Text und Kontaktdaten) bereits inbegriffen.
- Präsentation neu erschienener Produkte auf der Seite **»Neue Produkte von Slow Food Unterstützern«** im Magazin, zu folgenden Vorzugspreisen:
  - 1/4 Seite zum Preis von 750 Euro
  - 1/6 Seite zum Preis von 510 Euro
  - 1/8 Seite zum Preis von 375 Euro
- Präsentation des Unternehmens und von Produkten im Sonderformat **»Unterstützer stellen sich vor«** (siehe rechts). Die Gestaltungskosten für dieses Advertorial übernehmen wir!

Mehr Infos zu den Vorteilen für Unterstützer erhalten Sie hier **https://tinyurl.com/5wcw2jhu**

SONDERFORMAT ADVERTORIAL

Als Unterstützer haben Sie die Möglichkeit, sich im exklusiven Format **»Slow Food Unterstützer stellen sich vor«** zu präsentieren. Gerne senden wir Ihnen ein Beispiel als PDF-Datei zu. Nutzen Sie diese attraktive Möglichkeit, interessante Hintergründe oder spannende Geschichten zu Ihrem Unternehmen zu positionieren! Die Vorstellung erfolgt z.B. in Form eines Interviews und wird mit dem von Ihnen gestellten Bildmaterial illustriert. Das erfolgreiche Format wird als Anzeige ausgewiesen. Sie können dieses Format als halbe oder ganze Seite buchen: zum Preis von 1.500 € bzw. 2.900 € zzgl. der MwSt. (zwei Korrekturläufe und Gestaltung sind inklusive).

Was haben Sie über Ihr Unternehmen zu erzählen? Sprechen Sie uns an!


Anzeige

Fairer Demeter-Ingwer und -Kurkuma aus Peru

Anbau-Projekt mit Zukunft

Im Vorland der peruanischen Anden erstrecken sich sanft hügelig die Felder mit Kurkuma- und Ingwer-Pflanzen. Während Santiago Martinez, Einkäufer bei der Voelkel Naturkostsafterei, auf Gabriel, einen der Anbaupartner aus der La Campiña Kleinbauernkooperative wartet, atmet er die typisch tropische, feuchtwarme Luft ein und genießt die Aussicht.

„Fairer Ingwer aus Peru - 1 Shot = 50% Vitamin C**"

Voelkel

Die Naturkostsafterei

Voelkel GmbH
Fährstraße 1
29478 Höhbeck
Mail@voelkelsaefte.de
05846 / 950 – 0

Wie man selbst zum Öko-Bauer wird

hof-windkind.com

Hof Windkind
info@hof-windkind.com
www.hof-windkind.com

SONDERKONDITIONEN

Platzierungsaufschlag	5 %

Malstaffel (bei Schaltungen innerhalb von 12 Monaten):

ab 2 Schaltungen	5 %
ab 4 Schaltungen	10 %
ab 6 Schaltungen	15 %
Agenturvergütung	15 %

BEILAGEN

Neu: Staffelung nach Gewicht der Beilage

Gewicht	Preis / 1.000 Ex.
bis < 10g	110 Euro
10 bis < 20g	160 Euro
20 bis < 30g	200 Euro
30 bis < 40g	230 Euro

schwerere Beilagen auf Anfrage

MUSTER UND TECHNISCHE ANFORDERUNGEN

Format mindestens 105 x 148 mm (DIN A6), höchstens 200 x 275 mm

Der Auftrag ist erst nach Vorlage des Musters und der Prüfung des Inhalts und des Formats verbindlich.

Angelieferte Beilagen müssen in Art und Form eine einwandfreie, sofortige, maschinelle Verarbeitung gewährleisten, ohne dass eine zusätzliche, manuelle Aufbereitung notwendig ist. Aufpreis bei Zickzack-Falz, Bindung an der kurzen Seite oder anderen Sonderformaten.

Anlieferung:
Druckerei Mayr Miesbach GmbH
Am Windfeld 21
83714 Miesbach
Mo-Fr: 7-13 Uhr

IHRE ANSPRECHPARTNER*INNEN

ANZEIGENVERKAUF

Verlagsbüro Andreas Hey
Am Hahn 9, 55758 Hottenbach
Tel 06785/94100
hey@slowfood.de, hey@oekom.de

AUFTRAGSBESTÄTIGUNG, RECHNUNGSSTELLUNG

oekom GmbH, Karline Folkendt, Stefanie Ott
Goethestraße 28, 80336 München
Tel 089/54 41 84-217 (Folkendt), -239 (Ott)
anzeigen-slowfood@oekom.de

HERAUSGEBER

Slow Food Deutschland e. V.
Marienstraße 30, 10117 Berlin
Tel 030/2 00 04 75–0
Fax 030/2 00 04 75–99
www.slowfood.de, info@slowfood.de
Vereinssitz Berlin/Amtsgericht Charlottenburg VR 34593 B
V.i.S.d.P. Dr. Rupert Ebner, Vorsitzender

VERLAG

oekom Gesellschaft für ökologische Kommunikation mbH
Goethestraße 28, 80336 München
Tel 089/54 41 84-200
www.oekom.de
Geschäftsführer: Jacob Radloff
Amtsgericht München HRB 102023

REDAKTION

Dr. Rupert Ebner (verantwortlich), Sabrina Buchholz,
Annette Sabersky (Redaktionsleitung),
Elisabetta Gaddoni, Katrin Schießl

Kontakt:
redaktion@slowfoodmagazin.de

TECHNISCHE DATEN

Erscheinungsweise: Zweimonatlich
Copypreis: 7,50 Euro, **Abopreis**: 42,90 Euro
Druckauflage: 31.000 (Verteilung siehe Seite 4)
Zeitschriftenformat: 210 mm x 280 mm
Satzspiegel: 175 mm x 235 mm
Druck und Bindung: Innenteil im Rotations-Offsetdruck, Umschlag im Bogen-Offsetdruck, Klebebindung
Papier: Innenteil 80g/qm Recyclingpapier 100%, zertifiziert mit dem Blauen Engel Druckerzeugnisse

Zahlungskonditionen:
sofort und ohne Abzug nach Erhalt der Rechnung
Zahlungsmöglichkeit:
Postbank München | Kto.-Nr. 12477801 | BLZ 70010080 |
IBAN: DE 10 7001 0080 0012 4778 01 | BIC: PBNKDEFF
Allgemeine Geschäftsbedingungen: Alle Anzeigenaufträge werden ausschließlich gemäß der Allgemeinen Geschäftsbedingungen des Verlags ausgeführt. Diese finden Sie im Internet unter www.oekom.de/zeitschriften/mediadaten.
Datenschutz ist uns wichtig! Unsere Datenschutzrichtlinie und Informationen zu unserem Umgang mit Ihren Daten finden Sie unter www.oekom.de/datenschutz.

DIGITALE VORLAGE

Auftrag und Anzeigenmotiv vorab per E-Mail an anzeigen-slowfood@oekom.de mit Angabe der Größe bzw. des gewünschten Anzeigenformats sowie des Dateinamens übermitteln.

Bilder: Farbmodus CMYK, unkomprimiert, Druckauflösung 300 dpi.
Sonderfarben bitte in CMYK-Modus umwandeln.

Farbmanagement
Bitte Farbprofil PSO LWC Standard verwenden.
Zur Farbkontrolle bitten wir um einen stand- und farbverbindlichen Proof. Keine Haftung für prozessübliche Farbtoleranzen. Korrekturabzüge werden nicht versandt.

Beschnittzugabe
3 mm an allen vier Seiten. Halten Sie für Texte, Logos etc. einen Sicherheitsabstand von mind. 3 mm zum Rand ein. Daten bitte als druckfähige PDF-Dateien (ab Version 1.2/Acrobat 3.0 oder höher), keine offenen Dateien, Schriften eingebunden.
Andere Formate bedürfen der Rücksprache.

DATENTRANSFER

Bitte senden Sie Ihre Daten per E-Mail an anzeigen-slowfood@oekom.de.
Vor der Übersendung größerer Datenmengen (ab 10 MB) sprechen Sie sich bitte vorab mit Frau Folkendt/Frau Ott ab.

AKTUELLE INFORMATIONEN

Unser Media-Team informiert Sie rechtzeitig per Mail über die detaillierte Themenplanung des nächsten Heftes. Melden Sie sich an unter anzeigen-slowfood@oekom.de

Titelfoto: AdobeStock kate_smirnova