

kochen & genießen

PREISLISTE 2024



BAUER ADVANCE

NR 38 | GÜLTIG AB 01.01.2024

INHALT

- 01 REDAKTIONELLES KONZEPT
- 02 VERLAGS- UND ALLGEMEINE ANGABEN
- 03 RABATTKOMBINATIONEN
- 04 TECHNISCHE ANGABEN
- 05 FORMATE UND PREISE
- 06 ANZEIGENTERMINE
- 07 CONTENT COMPASS
- 08 AD SPECIALS
- 09 AD SPECIALS TERMINE
- 10 ADVERTORIALS
- 11 KONTAKTE



REDAKTIONELLES KONZEPT

KOCHEN & GENIEßEN – DIE GELING-GARANTIE FÜR ENTSPANNTEN GENUSS

DIE POSITIONIERUNG

- » kochen & genießen widmet sich den Themen Kochen und Backen, Ernährung, Warenkunde, Gastlichkeit und Tisch-Deko sowie kulinarischen Reisen. kochen & genießen ist Ratgeber, Informationsquelle und Ideengeber auf Experten-Niveau.
- » Im Mittelpunkt steht eine gesunde Küche mit hochwertigen, saisonalen Zutaten, die von regionalen Einflüssen geprägt ist. Darüber hinaus lassen sich unsere Leser*innen von einer internationalen Länderküche inspirieren.
- » Die Redaktion von kochen & genießen testet jedes Rezept mindestens 3x! Unser Qualitätssiegel steht für höchste Kompetenz und die Geling-Garantie für entspannten Genuss.

DIE ZIELGRUPPE

kochen & genießen ist das Magazin für anspruchsvolle Genießer, die auf den Gebieten Kochen und Backen in ihrem Umfeld als Experten und Multiplikatoren gelten. Sie laden Familie, Freunde und Nachbarn zu kulinarischen Festen ein und freuen sich auf immer neue Anregungen zum Thema Gastlichkeit und „gedeckter Tisch“. Die Leser*innen sind qualitätsbewusst, kochen und backen regelmäßig selbst. Sie treffen die Kaufentscheidungen in allen Bereichen rund um die Küche – von Lebensmitteln und Küchenhelfern bis hin zu großen Geräten für Küche und Haushalt.

Weitere Informationen zu kochen & genießen finden Sie unter:

<https://baueradvance.com/brands/kochen-geniesen/>

kochen & genießen



VERLAGS- UND ALLGEMEINE ANGABEN

VERLAG

Heinrich Bauer Verlag KG

VERMARKTER

Bauer Advance KG

ANSCHRIFT DER ANZEIGENABTEILUNG

kochen & genießen | Burchardstraße 11 | 20095 Hamburg

Tel.: +49 40 30 19 30 48 Head of Magazines/Crossmedia
+49 40 30 19 31 02 Ad Management

Fax: +49 40 30 19 31 24 Ad Management

E-Mail: Head of Magazines/Crossmedia
michael.linke@baueradvance.com
Ad Management
anzeigen@baueradvance.com

PZN 592788

ERSCHEINUNGSWEISE monatlich

ERSTVERKAUFSTAG Freitag

BANKVERBINDUNG

HypoVereinsbank München, IBAN: DE72 7002 0270 0665 8974 43, BIC: HYVEDEMMXXX

UST.-ID-NR. DE 118 90 81 49

ZAHLUNGSBEDINGUNGEN

Die Rechnungsstellung erfolgt zum Erstverkaufstag. Zahlung innerhalb von 30 Tagen nach Rechnungsdatum ohne Abzug. Bei Zahlungseingang bis zum Erstverkaufstag 2 % Skonto, wenn keine älteren Rechnungen unbezahlt sind. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen in Höhe der banküblichen Zinsen für Dispositionskredite berechnet.

GESCHÄFTSBEDINGUNGEN

Für die Abwicklung von Anzeigen-Aufträgen gelten im Übrigen die Allgemeinen Geschäftsbedingungen für Anzeigen und andere Werbemittel in Zeitschriften – siehe separates Tarifblatt bzw. im Internet unter:

<https://baueradvance.com/agb/>

Die Buchung einer Anzeige in der Printversion einer Zeitschrift beinhaltet, sofern vorhanden, automatisch auch deren digitale Versionen (Online-Magazin).

b/p best for
planning.



Informationsgemeinschaft zur Feststellung
der Verbreitung von Werbeträgern e.V.

RABATTKOMBINATIONEN

BAUER FOOD KOMBINATION

LECKER, kochen & genießen,
tina Koch & Back-Ideen, REZEPTE pur



TIPP!

Kombinations-
ersparnis*

10%

* Einzelheiten
siehe Kombinationstarif

TECHNISCHE ANGABEN

Die aktuellen und verbindlichen technischen Angaben (auch zum Download als PDF) finden Sie unter:
www.duon-portal.de

ANLIEFERUNG DRUCKUNTERLAGEN

Alle Druckunterlagen sind elektronisch über das Druckunterlagenportal www.duon-portal.de anzuliefern.



SUPPORT

Support erhalten Sie unter:
support@duonportal.de

oder direkt unter:
Tel. +49 40 37 41 17 50

ANZEIGENBUCHUNGEN ONLINE

Anzeigenbuchungen können auch über das Online-Buchungssystem (OBS) übermittelt werden:
www.obs-portal.de



FORMATE UND PREISE

FORMATE AUF EINZELSEITEN			
Größe in Seitenteilen	Satzspiegel (mm) Breite x Höhe	mit Anschnitt ¹ (mm) Breite x Höhe	Preise für alle Farben
1/1	196 x 261	210 x 280	18.720,-
1/2 hoch	96 x 261	103 x 280	11.440,-
1/2 quer	196 x 129	210 x 139	
1/3 hoch	63 x 261	70 x 280	8.070,-
1/4 hoch	46 x 261	53 x 280	6.720,-
1/4 quer	196 x 63	210 x 73	
Vorzugsplatzierungen ²			
4. Umschlagseite			20.220,-
2. Umschlagseite			20.220,-
FORMATE AUF DOPPELSEITEN			
2/1	406 x 261	420 x 280	37.440,-

¹ Zu diesen Maßen ist Beschnittzugabe zuzurechnen: oben, unten und außen 5 mm.

² Die Zuschläge werden rabattiert und verprovisioniert.

Preise in €
zzgl. gesetzl. MwSt.

WEITERE INFORMATIONEN

- » Weitere Formate auf Anfrage
- » Heffformat: 210 x 280 mm
- » Anzeigensplit, Sonderfarben, Anzeigen-Sonderformate und ausschlagbare Seiten auf Anfrage

ANZEIGENTERMINE 2024

KOCHEN & GENIEßEN

Heft	Erstverkaufstag* Freitag	KW	Anzeigenschluss	Druckunterlagenschluss
02	26.01.2024	04	08.12.2023	15.12.2023
03	23.02.2024	08	10.01.2024	17.01.2024
04	28.03.2024	13	13.02.2024	20.02.2024
05	26.04.2024	17	11.03.2024	18.03.2024
06	24.05.2024	21	05.04.2024	12.04.2024
07	28.06.2024	26	13.05.2024	21.05.2024
08	26.07.2024	30	12.06.2024	19.06.2024
09	23.08.2024	34	10.07.2024	17.07.2024
10	27.09.2024	39	14.08.2024	21.08.2024
11	25.10.2024	43	10.09.2024	17.09.2024
12	29.11.2024	48	14.10.2024	21.10.2024
01	27.12.2024	52	08.11.2024	15.11.2024

WEITERE INFORMATIONEN

- » Letzter Rücktrittstermin: bis zum jeweiligen Anzeigenschluss
- » Änderungen aus redaktionellen Gründen vorbehalten
- » Ad Specials Termine: siehe unter **09**

* Zahlungstermin bei Inanspruchnahme des Skontos lt. Preisliste

CONTENT COMPASS

**CONTENT
COMPASS**

BAUER ADVANCE



[baueradvance.com/
content-compass](https://baueradvance.com/content-compass)

SIE SUCHEN PASSENDE UMFELDER UND RUBRIKEN FÜR IHRE KAMPAGNE?

In unserem neuen Tool CONTENT COMPASS erhalten Sie einen umfassenden Überblick über die geplanten, redaktionellen Themenumfelder unserer Print- und Digitalmarken.

SIE HABEN DAS FÜR IHRE KOMMUNIKATION PERFEKTE THEMENUMFELD GEFUNDEN? - BITTE BEACHTEN SIE FOLGENDES:

- » Finale Umfeldzusage erfolgt erst zum Anzeigenschluss der jeweiligen Ausgabe
- » Die Themen sind vorbehaltlich redaktioneller Änderungen
- » Innerhalb der Themenstrecke findet kein Konkurrenzausschluss statt
- » Bitte geben Sie Ihren Platzierungswunsch bei Buchung mit an

AD SPECIALS

BEILAGEN

	Speditionsauflage	Aboauflage
bis 20 g	101,-	121,-
bis 30 g	106,-	133,-
bis 40 g	111,-	144,-
bis 50 g	116,-	157,-

Preise in € per Tausend Exemplare
zzgl. gesetzl. MwSt.

WEITERE INFORMATIONEN

- » Beilagen mit höheren Gewichten und aufgeklebten Elementen auf Anfrage.
- » Mindestauflage: 30.000 Exemplare
- » Keine Teilbelegung der Aboauflage
- » Siehe auch Hinweis Aboauflage/Teilauflage

ZUSCHLÄGE

Aboauflage gesamt

15,-

Preise in € per Tausend Exemplare
zzgl. gesetzl. MwSt.

WEITERE INFORMATIONEN

- » Der Abozuschlag entfällt, wenn die Mindestauflage in der Speditionsauflage und in gleicher Heftausgabe hinzu gebucht wird.

OVERSIZE BEILAGEN

	Speditionsauflage
bis 30 g	126,-

Preise in € per Tausend Exemplare
zzgl. gesetzl. MwSt.

WEITERE INFORMATIONEN

- » Oversize Beilagen mit höheren Gewichten und aufgeklebten Elementen auf Anfrage.
- » Mindestauflage: 30.000 Exemplare
- » Aboauflage auf Anfrage

AD SPECIALS

BEIKLEBER

	Speditionsaufgabe	Aboaufgabe
Postkarten/Coupons*	61,-	70,-
Booklet bis 20 g	67,-	80,-
Warenproben bis 20 g	67,-	84,-

* Maße und Gewicht gem. Deutsche Post AG

Preise in € per Tausend Exemplare
zzgl. gesetzl. MwSt.

WEITERE INFORMATIONEN

- » Andere Beikleber und höhere Gewichte auf Anfrage.
- » Mindestauflage: Inland gesamt

BEIHEFTER

	Speditionsaufgabe	Aboaufgabe
bis 8 Seiten	109,-	136,-
ab 12 Seiten	119,-	161,-

Preise in € per Tausend Exemplare
zzgl. gesetzl. MwSt.

WEITERE INFORMATIONEN

- » Beihefter mit höherer Seitenanzahl und aufgeklebten Elementen auf Anfrage.
- » Mindestauflage: Inland gesamt

AD SPECIALS

PREISANGABEN

Die Preise für Ad Specials können sich erhöhen, falls durch sie z. B. die Verarbeitung erschwert wird. Verbund-Ad Specials sind nach besonderer Vereinbarung möglich. Gewichtsabhängige Postgebühren, die für die Belegung der Aboauflage anfallen, sind in diesen Preisen enthalten. Bei Warenproben und Gegenständen ab 2,5 mm Dicke fallen zusätzliche Postentgelte an.

AUFLAGEN

Berechnungsgrundlage und Lieferbasis für Ad Specials ist die bei Auftragsbestätigung vorliegende Druckauflage.

SPEDITIONS AUFLAGE

Die Speditionsauflage setzt sich titelabhängig aus den Druckauflagen für die Vertriebsparten Einzelverkauf, Lesezirkel, Bordexemplare und Sonstiges (ohne E-Paper) zusammen.

ABOAUFLAGE

Die alleinige Belegung der Aboauflage gesamt ist unter der Beachtung der Mindestbelegungsmenge möglich. Hierfür wird ein Zuschlag erhoben. Bei Unterschreitung der Mindestbelegung gilt die Mindestbelegungsmenge als Berechnungsgrundlage.

TEILAUFLAGE

Der Verlag behält sich bei Belegung von Teilaufgaben ein Schieberecht vor. Bei Unterschreitung der Mindestbelegung gilt die Mindestbelegungsmenge als Berechnungsgrundlage.

AUFLAGENABSTIMMUNG

Geringfügige Abweichungen von den vereinbarten Streugebieten sind aus vertriebstechnischen Gründen möglich. Die zu belegenden Auflagen unterliegen Schwankungen, deshalb muss die tatsächlich benötigte Menge bei Auftragserteilung abgestimmt werden.

SPLIT

Splits sind grundsätzlich gegen Zuschlag und unter Berücksichtigung der Mindestbelegungsmenge möglich. Splits können nur bei vorzeitiger Bekanntgabe, bis spätestens 4 Wochen vor dem Buchungsschluss, berücksichtigt werden.

Weitere Infos unter:

www.baueradvance.com • www.bauer-extras.de

Oder auf Anfrage:

adspecials@baueradvance.com

TECHNIK UND ANLIEFERUNG

Anlieferadresse und Termin entnehmen Sie bitte der jeweiligen Auftragsbestätigung. Eine Wareneingangskontrolle findet in den Druckereien nicht statt. Jede Anlieferung ist rechtzeitig vor Lieferung per E-Mail zu avisieren.

Verbindliche technische Angaben, Informationen zu Terminen, Mustern, sowie zur Anlieferung abrufbar mit Downloadfunktion unter:

www.adspecial-portal.de



DRUCKSERVICE

Auf Wunsch übernimmt der Verlag auch die Produktion des Ad Specials. Preis auf Anfrage.

Besuchen Sie unsere Homepage, um sich über unser weiteres Leistungsangebot zu informieren:

<https://baueradvance.com/solutions-cases/>

AD SPECIALS TERMINE 2024

KOCHEN & GENIEßEN

Heft	Erstverkaufstag* Freitag	KW	Schlussstermin Ad Specials	Anlieferung Ad Specials
02	26.01.2024	04	08.12.2023	21.12.2023
03	23.02.2024	08	10.01.2024	23.01.2024
04	28.03.2024	13	13.02.2024	26.02.2024
05	26.04.2024	17	11.03.2024	22.03.2024
06	24.05.2024	21	05.04.2024	18.04.2024
07	28.06.2024	26	13.05.2024	28.05.2024
08	26.07.2024	30	12.06.2024	25.06.2024
09	23.08.2024	34	10.07.2024	23.07.2024
10	27.09.2024	39	14.08.2024	27.08.2024
11	25.10.2024	43	10.09.2024	23.09.2024
12	29.11.2024	48	14.10.2024	25.10.2024
01	27.12.2024	52	08.11.2024	21.11.2024

WEITERE INFORMATIONEN

- » Letzter Rücktrittstermin: bis zum jeweiligen Schlussstermin
- » Änderungen aus redaktionellen Gründen vorbehalten
- » Wir bitten um Ihr Verständnis, dass der Verlag für die Erfüllung von Reservierungen keine Garantie übernehmen kann. Schadensersatzansprüche können nicht geltend gemacht werden. Bei bestehender Reservierung hat der Reservierende 48 Stunden Entscheidungsvorrecht.

* Zahlungstermin bei Inanspruchnahme des Skontos lt. Preisliste

ADVERTORIALS

ADVERTORIALS

Unsere kochen & genießen Redaktion begeistert und weiß ganz genau, was die Foodies interessiert. Mit einem Advertorial profitieren Kunden von dem Vertrauensbonus, den unsere Leser*innen in kochen & genießen haben.

Unsere Redaktion gestaltet das Advertorial kundenindividuell im Look & Feel von kochen & genießen.

Konzeption und Realisierung erfolgen in enger Abstimmung zwischen Verlag und Kunde bzw. Agentur. Die Advertorials werden mit dem Wort ANZEIGE gekennzeichnet.

PREISE ADVERTORIAL

Format	Produktionskosten	Anzeigenpreise
1/1 Seite 4c	2.000,-	siehe unter Punkte 05 Formate/Preise
1/2 Seite 4c	1.600,-	

Preise in €
zzgl. gesetzl. MwSt.

Die Kosten für Advertorials setzen sich aus dem Anzeigenpreis und den Produktionskosten zusammen. Produktionskosten sind technische Kosten, diese sind nicht rabatt- und provisionsfähig, es gilt die gesetzliche Mehrwertsteuer.

In den Produktionskosten enthalten sind: Konzept, Layout, Abstimmung und Repro. Eventuell anfallende Bildhonorare werden zusätzlich in Rechnung gestellt. Der Anzeigenpreis wird gemäß gültiger Preisliste und im Rahmen bestehender Abschlüsse rabattiert.

ADVERTORIAL BEISPIELE

Klimaleicht Gutes tun.

Das Klima zu retten, ist schwer. Aber kleine Schritte machen, die das Klima schonen, das kann jeder. Und PENNY macht euch das ganz leicht. Mit **saisonalen Obst und Gemüse aus der Nähe**, das einen kürzeren Transportweg hat. Mit **umweltfreundlicherer Verpackung**. Oder mit Food For Future, PENNYs zu **100% veganer Marke**.

FOOD FUTURE BY PENNY

100% CO₂-AUSGLEICH!

VEGAN

Klimaneutral

Das tut Food For Future fürs Klima.

Weil die Food For Future Produkte von PENNY komplett vegan sind, haben sie einen deutlich besseren ökologischen Fußabdruck als tierische Produkte. Veganes Hack spart beispielsweise im Vergleich zu konventionellem Rinderhack 91 % der CO₂-Emissionen ein. Die verbleibenden Emissionen kompensiert PENNY, indem mithilfe von ClimatePartner durch internationale Klimaschutzprojekte CO₂ ausgeglichen wird.

Mehr zu PENNYs Klima-Engagement auf penny.de/klima

Wunderbare Weihnachtszeit Lieblings-Bruchschokolade

Dieses Jahr verschenken wir Genuss: **Selbst gemachte Bruchschokolade sieht nicht nur toll aus, jede Tafel ist ein echtes Unikat**

ZUTATEN FÜR CA. 30 STÜCK

- Backpapier
- zum Verschmieren für die Ecken 1 etwa 20 g Mini-Schokolade
- die Dekore-Lösung Zuckersaugen
- einige neue Schokoladen

BRUCHSCHOKOLADE

- 100 g Dr. Oetker Kuvertüre Zartbitter
- 100 g Dr. Oetker Kuvertüre Weiß

Die Süßwaren für die Gewichte der Ecken vorweg in Stücke trennen. Backpapier auf ein großes Blatt oder Backblech legen. Bruchschokolade zubereiten. Kuvertüre groß hacken. Kuvertürenmassen jeweils in warmen Gefäßbeutel geben, gut verschließen und im Wasserbad über schwachen Hitze schmelzen. Von dem Gefäßbeutel eine kleine Ecke abschneiden.

Die weiße Kuvertüre als Quadrat (etwa 20 x 20 cm) auf das Backpapier geben. Das Glas 10 „l“ heißer mit der dunklen Kuvertüre in die weiße Kuvertüre spritzen. Mit Zuckersaugen, Süßwaren und Schokoladen die Ecken-Gebilde gestalten und die Kuvertüre heiß werden lassen.

Für die Dekore-Materialien etwa 30 der dunklen und der weißen Kuvertüre reiben. In einem Quadrat etwa 20 x 20 cm auf das Backpapier geben. Mit der jeweils anderen Kuvertürenmasse Latten in der Kuvertüre streifen und mit einem Hotspatula nach links und rechts verstreichen. Alternativ: Pulver in die Kuvertüre streifen und mit einem Hotspatula senkrecht durchziehen, sodass Harzen entweichen. Nach 10 Minuten Dr. Oetker Weines Streus und Dekore-Kristalle (optional Mix) auf die Kuvertüre streuen und Bruchschokolade fest werden lassen. Die Schokolade in kleine Stücke brechen oder abschneiden.

Süße Geschenkidee

Wenn wir diese Bruchschokolade selbst gemacht zubereiten und nicht schon im Laden gekauft haben, ist sie ein echtes Unikat. Mit der Dr. Oetker Kuvertüre Zartbitter und Kuvertüre Weiß erhält die Bruchschokolade keine Makeln und Krümel. Inbegriffe von Nüssen, Schokolade, Ingelnüssen, Mandarinen, Sahne, Caramell-Fudge oder bunten Zucker-Druckern sorgen für einen ganz individuellen Touch. Und wer es lieber etwas verspielter mag, kann mit Mini-Süßwaren und dem bunten Zuckersaugen von Dr. Oetker diese herrlichen Ecken gestalten.

Weitere tolle Rezept- und Dekoideen unter www.oetker.de

Dr. Oetker

KONTAKTE

SALES

BENJAMIN SCHULZE

DIRECTOR SALES
Neuer Zollhof 3
(Gehry-Bauten)
40221 Düsseldorf
T +49 211 31 06 08 13
benjamin.schulze@
baueradvance.com

KATI BIESING

HEAD OF SALES
Key Account
T +49 40 30 19 34 00
kati.biesing@
baueradvance.com

SEBASTIAN HIMMER

HEAD OF SALES
Beauty & Fashion
Lyoner Straße 44-48
60528 Frankfurt
T +49 69 66 42 63 50
sebastian.himmer@
baueradvance.com

SEBASTIAN DANKWART

HEAD OF SALES
Healthcare
T +49 40 30 19 30 94
sebastian.dankwart@
baueradvance.com

REINHARD BAUM

HEAD OF SALES
Healthcare
Osterwaldstraße 10 - Haus H
80805 München
T +49 89 67 86 72 82
reinhard.baum@
baueradvance.com

DANIEL WITZA

HEAD OF SALES
Food
Neuer Zollhof 3
(Gehry-Bauten)
40221 Düsseldorf
T +49 211 31 06 08 14
daniel.witza@
baueradvance.com

PEDRAM DANESHGAR

HEAD OF SALES
Automotive & Mobility
Lyoner Straße 44-48
60528 Frankfurt
T +49 69 66 42 63 513
pedram.daneshgar@
baueradvance.com

VANESSA PALTEN-ROSSI

HEAD OF SALES
Digital
T +49 40 30 19 31 59
vanessa.palten-rossi@
baueradvance.com

KAROLIN WÜSTNEY

SPECIAL SALES
c/o OCEAN.GLOBAL
GmbH & Co. KG
Klausdorfer Weg 167
24148 Kiel
T +49 431 996 99 77
kw@ocean.global

CONCEPT & EXPERIENCE

CHRISTIANE LINKER

DIRECTOR CONCEPT & YIELD
T +49 69 66 42 63 517
christiane.linker@
baueradvance.com

MARTIN RABE

HEAD OF CONCEPT &
EXPERIENCE
T +49 40 30 19 30 13
martin.rabe@
baueradvance.com

HEIKE GORSKI

DIRECTOR DIGITAL &
INNOVATION
T +49 40 30 19 31 90
heike.gorski@
baueradvance.com

ANNA-LENA MIKOTEIT-ZERB

HEAD OF DIGITAL & SOCIAL
T +49 40 30 19 30 33
anna-lena.mikoteit-zerb@
baueradvance.com

MARKETING & BRAND

NATALIE SCHWARZ

DIRECTOR MARKETING &
BRAND
T +49 40 30 19 30 86
natalie.schwarz@
baueradvance.com

MICHAEL LINKE

HEAD OF MAGAZINES/
CROSSMEDIA
Women & Premium |
Automotive & Food |
Lifestyle & Stars | Ad Specials
T +49 40 30 19 30 48
michael.linke@
baueradvance.com

DANIELA HENNING

HEAD OF MAGAZINES/
CROSSMEDIA
TV Magazines |
Special Brands
T +49 40 30 19 30 85
daniela.henning@
baueradvance.com

INES WETZEL

TEAM LEAD
AD SPECIALS
T +49 40 30 19 31 75
ines.wetzel@
baueradvance.com

OPERATIONS

TIM LAMMEK

DIRECTOR OPERATIONS
T +49 40 30 19 30 03
tim.lammek@
baueradvance.com

VIOLA SCHWARZ

HEAD OF OPERATIONS
Ad Management
T +49 40 30 19 31 05
viola.schwarz@
baueradvance.com

JOHANNA BLOHM

HEAD OF INTELLIGENCE &
COMMUNICATIONS
T +49 40 30 19 30 46
johanna.blohm@
baueradvance.com

BRITTA RABE

HEAD OF OPERATIONS
PROJEKTMANAGEMENT
Project Management
T +49 40 30 19 31 87
britta.rabe@
baueradvance.com

BAUER ADVANCE KG | Burchardstraße 11 | 20095 Hamburg