



Mediadaten 2026

Ihr erfolgreicher Mediapartner in Zeiten der Veränderung

Mit der höchsten verkauften Auflage im Markt, klaren Schwerpunktthemen und starken crossmedialen Lösungen bringt die Lebensmittel Praxis Ihre Botschaft direkt zu den Entscheidern im Lebensmittelhandel.

Die LP bietet etwas, das die KI nicht bieten kann: Inspiration, indem sie mit Neuem und Ungewöhnlichem konfrontiert.

Die LP ist das Magazin für das KI-Zeitalter.

2 Inhaltsverzeichnis

Die besten Kommunikationskanäle für Ihre Handelskommunikation

Die Lebensmittel Praxis ist seit über 75 Jahren ein fester Bestandteil der Lebensmittelbranche und wird von Industrie und Handel gleichermaßen geschätzt. Ob Print, Digital oder Event: Wir bieten Ihnen das passende Kommunikationsumfeld, um Ihre Marke sichtbar zu machen und erfolgreich im Markt zu positionieren.



Print

- 3 [Auf einen Blick](#)
- 4 [Titel-Porträt](#)
- 5 [Auflagen- und Verbreitungsanalyse](#)
- 6 [Empfängerstruktur](#)
- 7 [Die neue LP](#)
- 8 [Termin- und Themenplan](#)
- 11 [Preisliste](#)
- 12 [Technische Angaben](#)
- 13 [Weitere Insertionsformate](#)
- 15 [Sonderwerbformen](#)

Digital

- 17 [Digital-Pakete](#)
- 18 [lebensmittelpraxis.de](#)
- 25 [lebensmittelpraxis.de LP international](#)
- 26 [Newsletter](#)

Events/Wettbewerbe

- 29 [Awards/Veranstaltungen](#)
- 30 [AGB](#)
- 32 [Kontakt](#)

3 Auf einen Blick



Print

Die neue LP bietet tiefere Einblicke, mehr Inspiration, neue Perspektiven und praxisnahe Inhalte. Sie ist ein Magazin, das besonders für Entscheider im Handel unverzichtbar ist: 88% der LP-Bezieher ^{1**} besetzen hochqualifizierte Positionen im Handel.

LP-Bezieher bestätigen: ^{1*}

96%

Die LP ist vertrauenswürdig.

94%

Die LP liefert relevantes Wissen & Infos zu Trends und Entwicklungen.

94%

lesen die LP mit Freude.

Maximale Anzeigen-Werbewirkung – für Ihre Handelskommunikation!



Digital

Mit dem Fokus auf nutzenorientierte, hochwertige Inhalte bietet die LP maßgeschneiderte, kanalübergreifende Kommunikationslösungen für Ihre Werbebotschaft.

Belegbare Performances:

122.100

Ø Page Views /Monat²
auf lebensmittelpraxis.de

8.000

Abonnenten² aus LEH &
Industrie im Newsletter
LP kompakt

25-30%

Ø Öffnungsrate³

Hohe Relevanz und passgenaue Inhalte – für Ihre crossmediale Sichtbarkeit!



Events/Wettbewerbe

LP-Auszeichnungen und -Fachkongresse sind etablierte Events der Branche und bieten herausragende Gelegenheiten für wertvolles Networking.

Supermarkt des Jahres

Für LP-Bezieher die mit Abstand wichtigste Branchenveranstaltung des Jahres! ^{1*}

62% Supermarkt des Jahres

25% Supermarktstars

17% Grips & Co.

17% Goldener Zuckerhut

13% Symposium Essen & Trinken



Nah an den Menschen der Branche – für Ihren Kontakt zu den Entscheidern!



Titel
Lebensmittel Praxis

**Das Branchenmagazin für Lebensmittelhandel
und Ernährungsindustrie**

Die Lebensmittel Praxis (LP) erscheint als gedruckte Fachzeitschrift ebenso wie digital. Das redaktionelle Programm wird ergänzt durch zielgruppengerechte Veranstaltungen und Branchenawards für Spitzenleistungen.

In der LP kommen die Entscheider in den Handelszentralen und in der Industrie ebenso zu Wort wie die Macher vor Ort. Die Redaktion vermittelt Know-how über Strategien, Produkte und Verkaufsprozesse. Die LP macht Marken und Produkte bekannt, sorgt für Umsatz und Ertrag im Handel, unterstützt Listungs- und Distributionsprozesse und stärkt den Verkauf.

An der Schnittstelle zwischen Handel und Industrie sorgt die LP für die intensive Verzahnung von Konzepten und Wertschöpfungsprozessen.

Erscheinungsweise	18 Ausgaben im Jahr		
Heftformat	210 mm breit, 280 mm hoch		
Jahrgang	78. Jahrgang 2026		
Bezugspreis	Jahresabonnement	Inland	45,00 €
		Ausland	75,00 €
	Einzelverkaufspreis		4,90 €
	Preise inkl. Versandkosten Inlandsbezugspreis inkl. MwSt.		
Mitgliedschaft	IVW		
Verlag	LPV GmbH Hülsebrockstr. 2-8, D-48165 Münster		
Standort Neuwied	Niederbieberer Str. 124, D-56567 Neuwied		
Redaktion	Chefredakteur		
	Hendrik Varnholt	Telefon	0 26 31/879 -127
Anzeigen	Bereichsleitung LV-Media Sales		
	Tanja Pfisterer-Lang	Telefon	0 25 01/8 0118 05
Objekt	Objektleiter		
	Wolfgang Seger	Telefon	0 26 31/879 -118
Digital	Portalleiter		
	Marcus Schmidt	Telefon	0 26 31/879 -216

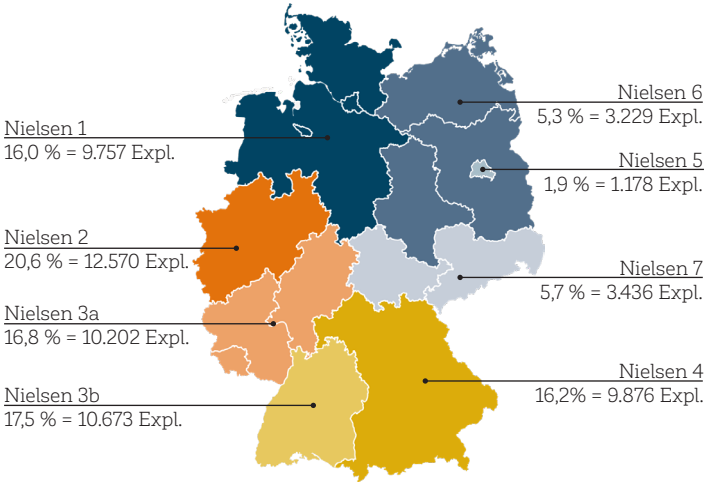
Auflagenkontrolle

Auflagen-Analyse **Exemplare pro Ausgabe im 2. Quartal 2025**
(1. April 2025 bis 30. Juni 2025)

Verbreitete Auflage	61.613	davon E-Paper	37.281
- davon Ausland (Print)	151		
Verkaufte Auflage	58.637	davon E-Paper	36.421
- davon Ausland (Print)	130		
Abonnierte Exemplare	21.676	davon E-Paper	137
- davon Ausland (Print)	129		
- davon Mitgliederstücke	20.095	davon E-Paper	4
- davon Mitgliederstücke Ausland (Print)	72		
Sonstiger Verkauf	36.961	davon E-Paper	36.284
- davon Ausland (Print)	1		
Freistücke	2.976	davon E-Paper	860
- davon Ausland (Print)	21		
Druckauflage	24.487		
Rest-, Beleg- und Archivexemplare	155		

Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Inland	98,9	60.921
Ausland	1,1	692
Tatsächlich verbreitete Auflage	100,0	61.613

Verbreitung nach Nielsengebieten



Geschäftstypen	Anzahl*	Umsatz 2024 in Mio. €* [*]	Umsatz Anteile in %	Anzahl verbreiteter Ex. Lebensmittel Praxis	
Zentralen, Großhandlungen	120**			7.997	
Cash & Carry-Betriebe	322				
Verbrauchermärkte gesamt	8.384	114.624	43,3	33.134	
Groß (≥ 2.500 qm)	2.120	52.913	20,0	12.453	
Klein (1.000 - 2.499 qm)	6.264	61.711	23,3	20.681	
Supermärkte gesamt	5.167	18.771	7,1	13.887	
Groß (400-999 qm)	3.289	16.929	6,4	12.091	
Klein (100-399 qm)	1.878	1.842	0,7	1.786	
Discounter (inkl. Aldi, Lidl, Norma)	15.783	107.308	40,5	947	
Drogeriemärkte	5.213	24.046	9,1	1.587	
Handel gesamt	34.989	264.749	100,0	49.545	
Industrie, Agenturen				3.618	
Sonstige				453	
Tatsächlich verbreitete Auflage 2. Quartal 2025 inkl. Ausland				61.613	

* Geschäfte und Umsatz lt. NIQ Germany RMS Univers 2025

** Quelle: Trade Dimensions by NIQ Datenstand Oktober 2025



Die neue LP liefert Strategien für den Handel von morgen

Inspiration ist die Grundlage jedes Fortschritts – aus dieser Überzeugung haben wir die Lebensmittel Praxis neu gedacht. Das Ergebnis: Ein Fachmagazin, das überrascht, inspiriert und der Lebensmittelbranche neue Impulse gibt.

>> Tiefere Einblicke:

Die LP bietet nicht nur Nachrichten, sondern das ganze Bild – Analysen, die Argumente für Kundengespräche und Verhandlungen liefern.

>> Mehr Inspiration:

Zusätzliche Rubriken, überraschende Inhalte und eine moderne Optik bieten Lesern wie Werbekunden mehr als je zuvor.

>> Neue Perspektiven:

Vom Marktgeschehen bis zum Blick aus dem Weltall – wir eröffnen ungewohnte Blickwinkel und liefern Gesprächsstoff, der bewegt.

>> Mehr für die Praxis:

Die LP ist nah an den Menschen der Branche. Wir rücken Persönlichkeiten in den Mittelpunkt – Entscheider, Macher und Menschen mit Ideen und Erfolgen.

Dies macht die LP mehr denn je zum besten Werbeumfeld für Ihre Botschaften!

8 Termin- und Themenplan

Heft Nr.	Erschein.- Termin	Anz.-/DU- Schluss	Schwerpunkthemen 2026	Regional-/Länder-Reports*, Sonderanlässe, Events/Awards	Messen/Events LP-Veranstaltungen
1	20.01.26	23.12.25	- Frühstücksprodukte Produkt des Jahres 2026 Teil 2 Die Macher und ihre Innovationen 	- Baden-Württemberg - ISM (Vorbericht/Hauptausgabe)	16.-25.01 Grüne Woche 01.-04.02. ISM
2	03.02.26	14.01.26	New Food & Plant based - Nonfood I - Parken und Laden Airfrying	Schweiz	04.-06.02. Fruit Logistica 06.-10.02. Ambiente 06.-10.02. Christmasworld 10.-13.02. BioFach
3	17.02.26	28.01.26	- Brot & Backwaren I - ISM Round Table - Tiefkühlkost & Eiskrem	- Österreich - Fleisch-Star (Nominierte) - EuroShop (Vorbericht)	19.02. 34. Deutscher Fleisch-Kongress der LP 22.-26.02. EuroShop/EuroCIS
4	10.03.26	18.02.26	Bio Neuheiten - Herzhafte Brotaufstriche (konventionell und vegan) - Obst & Gemüse, inkl. Trends und Neuheiten der Fruit Logistica	- Sachsen - Fleisch-Star (Nachbericht) - ProWein (Vorbericht/Hauptausgabe) 	10.03. Symposium Essen +Trinken Kick-Off 13.-17.03. Internorga 15.-17.03. ProWein 23.-26.03. Alimentaria Barcelona
5	24.03.26	04.03.26	- Start in die Grillsaison Top-30-Unternehmen des deutschen Lebensmittelhandels Frei von speziellen Zusatzstoffen, gluten-, laktose, gentechnikfrei - Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel I		24.-26.03. IAW 25./26.03. Uplift-Kongress 12.04. BioOst
6	14.04.26	23.03.26	Green Edition – Umwelt- & zukunftssicherndes Wirtschaften - Ladenbau, Energiesparen im Supermarkt - Verpackung 	Bayern	19.04. BioWest 21./22.04. Branchendialog Fleisch+Wurst 26.-29.04. MLF-Tagung

***Achtung: Anzeigenschluss für Länder-Reports 18 Werktage vor Erscheinen!**

Änderungen vorbehalten.

9 Termin- und Themenplan

Heft Nr.	Erschein.- Termin	Anz.-/DU- Schluss	Schwerpunkthemen 2026	Regional-/Länder-Reports*), Sonderanlässe, Events/Awards	Messen/Events LP-Veranstaltungen
7	28.04.26	08.04.26	• Sommerparty - Fußball WM • Convenience im und für den Handel • Tabak und Alternativen I	 • Italien	07-13.05. Interpack
8	19.05.26	27.04.26	• Initiative Standort Deutschland • Drogerieartikel: Vorbereitung auf die Urlaubssaison • Heißgetränke I (Kaffee, Tee, Kakao)	 • Supermarkt des Jahres (Nominierte)	19-20.05. PLMA Amsterdam 21.05. Supermarkt des Jahres 2026
9	09.06.26	18.05.26	• KI und Robotic in der Lebensmittelwirtschaft • Feinkost, Feinkostsalate & Antipasti • Salzige & herzhafte Snacks	 • Supermarkt des Jahres (Nachbericht) • Mitteldeutschland	17.06. Mitteldeutsche Warenbörse
10	07.07.26	17.06.26	• HIT-NEUE PRODUKTE 2026 (Handelsbefragung) • Vegan & Vegetarisch I	 • Regional-Star (Nominierte)	07.07. Regional-Star 2026
11	11.08.26	22.07.26	• Fit durch den Herbst: Gesundheitssortiment (inkl. OTC) • Herbstaktionen: Oktoberfest, Halloween etc. • Milchmodischgetränke (Weiße Linie)	 • Regional-Star (Nachbericht) • Blumenabteilung des Jahres 2026 (Vorstellung Gewinner)	
12	01.09.26	12.08.26	• Brot & Backwaren II • Tabak und Alternativen II • Heimtierbedarf I	 • Käse-Star (Nominierte)	Anf. Sept. Käse-Star 2026 15.-20.09. IAA Transformation 15.-17.09. InterTabac 20.-23.09. MLF-Tagung IAW
13	22.09.26	02.09.26	• Green Edition – Umwelt- & zukunftssicherndes Wirtschaften • Verpackung • Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel II	 • Tiefkühl-Star (Nominierte) • Mecklenburg-Vorpommern	 - Ende Sept. Tiefkühl-Star 2026 27.09. BioSüd

*Achtung: Anzeigenschluss für Länder-Reports 18 Werktage vor Erscheinen!

Änderungen vorbehalten.

Termin- und Themenplan

Heft Nr.	Erschein.- Termin	Anz.-/DU- Schluss	Schwerpunkthemen 2026	Regional-/Länder-Reports*), Sonderanlässe, Events/Awards	Messen/Events LP-Veranstaltungen
14	07.10.26	16.09.26	• Nonfood II • Nutzfahrzeuge, Firmenwagen & Flottenmanagement • Vorbereitung aufs Wintergrillen	• Brot & Backwarenabteilung des Jahres 2026 (Vorstellung Gewinner)	11.10. BioNord VertiFarm
15	20.10.26	30.09.26	• Convenience Produkte (frisch & gekühlt) • Tiefkühlkost & Eiscrem II • Smart Stores	• Tiefkühl-Star (Nachbericht) • Käse-Star (Nachbericht)	
16	03.11.26	14.10.26	• Heißgetränke II (Kaffee, Tee, Kakao) • Länderküche Asia • Vegan & Vegetarisch II		
17	24.11.26	04.11.26	• Produkt des Jahres 2027 Teil 1 (Verbraucherbefragung) • Verbrauchertrends & Innovationen • Generationen Z und Alpha	 • Berlin/Brandenburg	 Fischtheke des Jahres 2026
18	08.12.26	18.11.26	• Junge Händler - Dtl. herausragende Nachwuchshändler • Heimtierbedarf II • Fisch & Fischerzeugnisse • Veganuary / Fairbruary		

*Achtung: Anzeigenschluss für Länder-Reports 18 Werktage vor Erscheinen!

Änderungen vorbehalten.

Durchgängige Berichterstattung zu den Warengruppen:

- Bewusste Ernährung
- Fleisch, Wurst & Geflügel
- Molkereiprodukte
- Getränke
- Süßwaren

Gerne beraten wir Sie zu passenden Umfeldern und Platzierungsmöglichkeiten innerhalb dieser Warengruppen. Sprechen Sie uns einfach an!

Anzeigenpreise und Formate

Preise in Euro zzgl. gesetzlicher MwSt.

Formate	Ausführung	Breite x Höhe in mm Satzspiegel	Anschnitt*	4-farbig Euro-Skala
2/1 Seite		396 x 240	420 x 280	Sonderpreis: 39.740
1/1 Seite		174 x 240	210 x 280	26.530
3/4 Seite	hoch	130 x 240	151 x 280	21.690
2/3 Seite	hoch	115 x 240	130 x 280	19.540
2/3 Seite	quer	174 x 170	210 x 185	
1/2 Seite	hoch	85 x 240	104 x 280	15.160
1/2 Seite	quer	174 x 124	210 x 145	
1/3 Seite	hoch	55 x 240	67 x 280	10.610
1/3 Seite	quer	174 x 85	210 x 103	
1/4 Seite	hoch	40 x 240	53 x 280	8.060
1/4 Seite	hoch	85 x 124	104 x 137	
1/4 Seite	quer	174 x 65	210 x 80	
1/6 Seite	hoch	85 x 85	104 x 103	5.470
1/6 Seite	quer	174 x 45	210 x 60	
1/8 Seite	hoch	85 x 65	104 x 81	4.130
1/8 Seite	quer	174 x 35	210 x 50	
mm-Zeile		55 mm breit		41,60
Vorzugsplatzierungen	1/4 Seite Inhaltsverzeichnis	40 x 240	53 x 280	8.880
		174 x 65	210 x 80	
	1/3 Seite "Aktuelles - Draufsicht" Seite 7	55 x 240	67 x 280	11.670
	Seite 9, 11, 13	174 x 240	210 x 280	26.810
	2./3. Umschlagseite	174 x 240	210 x 280	27.560
	4. Umschlagseite	174 x 240	210 x 280	28.040

***Angeschnittene Anzeigen:** zzgl. 3 mm Beschnittzugabe auf allen Seiten. Wegen der unterschiedlichen Heftstärken müssen bei der Anlage der Druckvorlagen anschnittgefährdete Elemente oben und unten mindestens 4 mm und an den Seiten mindestens 8 mm vom Beschnitt nach innen gelegt werden.

Achtung: Für Gemeinschafts-Anzeigen innerhalb der Länder-Reports gelten besondere Formate. Bitte anfragen!

Advertorials
siehe [Seite 16](#)

Zeitschriftenformat Satzspiegel	210 mm breit x 280 mm hoch 174 mm breit x 240 mm hoch
Anschnittformate	Heftformat plus 3 mm Beschnittzugabe umlaufend. Wegen der unterschiedlichen Heftstärken müssen bei der Anlage der Druckvorlagen anschnittgefährdete Elemente oben und unten mindestens 4 mm und an den Seiten mindestens 8 mm vom Beschnitt nach innen gelegt werden.
Druck- und Bindeverfahren Papier	Rollenoffsetdruck, Klebebindung Umschlag: 170 g/qm Inhaltsseiten: 60 g/qm Galerie Brite
Datenübermittlung	Per E-Mail an: druckunterlagen@lp-verlag.de
Kontakt	Anzeigenverwaltung Christiane Bock Tel.: 0 26 31/879 -133 E-Mail: christiane.bock@lp-verlag.de LPV GmbH Niederbieberer Str. 124 56567 Neuwied
Dateiformate	Senden Sie uns Ihre druckreife Anzeige gemäß PDF/X-4:2010_CMYK Standard. Keine RGB-Daten. Bei EPS bitte Schriften vektorisieren. Verwenden Sie zur PDF- Erstellung den Acrobat Distiller. 4-Farb- Bilder mit mind. 300 dpi im Composite Modus CMYK. Keine Word- oder Power-Point-Dateien verwenden.

Farbanzeigen- produktion	Alle Farben werden aus der Euroskala erzielt. Sonderfarben sind auf Anfrage möglich. Farben, die nicht im CMYK-Modus aufgebaut sind, werden automatisiert nach dem passenden Papierprofil in CMYK umgewandelt. Dabei kann es zu kleinen Farbabweichungen kommen. Reklamationsansprüche sind hierbei ausgeschlossen.
Profil	PSO_LWC_Improved (FOGRA45L); Profil für den Umschlag: ISOcoated_v2 Änderungen vorbehalten.
Proof	Proof nicht erforderlich. Es wird nach PSO Standard gedruckt.
Gewährleistung	Bei digitaler Datenanlieferung übernehmen wir keine Gewähr bezüglich Format, Text und Farbigkeit der Anzeige sowie der Erscheinung der Anzeige bei Nichtbeachtung der oben genann- ten Vorgaben!
	Für Druckunterlagen, die mit KI-gestützten Tools (z.B. Canva) erstellt werden, übernehmen wir keine Haftung. Diese können unter Umständen im Druck zu Problemen führen, die wir im Vorfeld nicht prüfen können.
Datenarchivierung	Daten werden archiviert. Unveränderte Wiederholungen sind deshalb in der Regel möglich. Eine Datengarantie wird jedoch nicht übernommen.

Anzeigen-Teilbelegung

Teilbelegungen sind nach Nielsen-Gebieten möglich (nur ganze Seiten).
Preis auf Anfrage zzgl. Plattenwechsel.

Zuschläge

Plattenwechsel	1.095 € für Anzeigen-Teilbelegung (nicht rabatt- und AE-fähig)
Farbe	Sonderfarben, die sich nicht aus der Euroskala erzielen lassen, auf Anfrage

Rabatte

Bei Abnahme innerhalb eines Abschlussjahres, beginnend
mit Erscheinen der ersten Anzeige.

Mengenstaffel

3 Seiten	5 %
6 Seiten	10 %
9 Seiten	15 %
12 Seiten	18 %

Malstaffel

3 Anzeigen	3 %
6 Anzeigen	5 %
9 Anzeigen	10 %
12 Anzeigen	15 %
20 Anzeigen	20 %

Beilagen, Zuschläge für Plattenwechsel und sonstige technische Kosten
sind nicht rabattfähig.

Stellenangebote / Stellengesuch / Gelegenheitsanzeige

Preis je Spaltenbreite mal Höhe der Anzeige

	Schwarz-weiß	4-farbig
Spaltenbreiten: 55 mm breit	5,10 €	8,80 €
114 mm breit	10,55 €	18,25 €
174 mm breit	16,10 €	27,80 €

Druckunterlagen: Digitale Daten, Texte und Vorlagen.

Sonderwerbformen

Beilagen

Preis bis 25 g:	16.160 € (nicht rabattfähig)
	Höheres Gewicht auf Anfrage.

Teilbelegung nach Nielsen-Gebieten möglich.
Weitere Preise auf Anfrage. Vorlage eines Musters erforderlich.

Format:	bis max. 200 mm breit x 270 mm hoch
Verbreitete Auflage:	60.000 Exemplare
Benötigte Liefermenge:	25.000 Exemplare
Liefertermin:	spätestens 11 Werktage vor Erscheinen

Für die Veröffentlichung im E-Paper stellen Sie uns bitte die Druckda-
ten-PDF zur Verfügung.

Lieferadresse: druckunterlagen@lp-verlag.de

**Einhefter
Preis**

2-seitig:	16.010 €
4-seitig:	23.480 €
6-seitig:	30.440 €
8-seitig:	35.760 €

Teilbelegung auf Anfrage möglich.

Rabattierung erfolgt lt. Mengentabelle:
zwei Seiten $\hat{=}$ einer Anzeigenseite.

**Unbeschnittenes
Format** Breite: 216 mm inklusive Fräsrand am Bund
von 3 mm sowie seitlicher Beschnitt 3 mm.
Höhe: 293 mm inklusive Anlagebeschnitt
(Standard = Kopfbeschnitt) von 10 mm
sowie 4 mm Fußbeschnitt.

**Beschnittenes
Format** 210 mm breit x 280 mm hoch

Einhefter kleiner Diese müssen 1-seitig (falls nur in der Höhe ver-
kürzt) als Magazinformat bzw. 2-seitig (falls in der
Höhe und seitlich verkürzt) beschnitten sein. Es
gelten die vorstehend genannten Angaben zu
Fräsrand und Beschnittzugaben, insbesondere zum
Anlagebeschnitt.

Anlieferung der Einhefter unbeschnitten und vorgefalzt!
Vorlage eines Musters erforderlich.

Verbreitete Auflage:	60.000 Exemplare
Benötigte Liefermenge:	25.000 Exemplare
Liefertermin:	spätestens 11 Werktage vor Erscheinen

Für die **Veröffentlichung im E-Paper** stellen Sie uns bitte die Druck-
daten-PDF zur Verfügung.
Lieferadresse: druckunterlagen@lp-verlag.de

Lieferanschrift Werbemittel
Dierichs Druck+Media GmbH & Co. KG
Warenannahme
Herrn Uwe Przybilla
Frankfurter Str. 168
34121 Kassel

Achtung Liefervermerk: für Lebensmittel Praxis, Ausgabe XX/2026. Bei Insertionen mit fehlen-
der Lieferangabe behalten wir uns die Erhebung einer Bearbeitungsgebühr vor.

Kontakt
Christiane Bock
Telefon: 0 26 31/879 -133
E-Mail: christiane.bock@lp-verlag.de

Zahlungsbedingungen
30 Tage nach Rechnungseingang netto.
Bei Vorauszahlung bis zum Erscheinungstag 3 % Skonto.

Aufwandspauschale für elektronisches Rechnungsmanagement:
150 € je Abrechnung zzgl. MwSt.

Bankverbindung
Volksbank im Münsterland eG
IBAN: DE59 4036 1906 1071 6969 02
BIC/SWIFT: GENODEM11BB

Agenturvergütung
15% vom Netto-Rechnungsbetrag

Rücktrittsrecht
Bis zum Anzeigenschluss-Termin der betreffenden Ausgabe.

Außergewöhnlich werben – für Marken, die herausragen!

Wir bieten Ihnen ein breites Portfolio an Sonderwerbeformen. Durch den hochmodernen und intelligent geplanten Maschinenpark unserer Druckerei können wir Ihr Printprodukt zu einem echten Erlebnis machen. Mit diesen technischen Möglichkeiten hebt sich Ihre Insertion von der Masse ab.

Weitere Informationen und Preise auf Anfrage.

[Ihre Ansprechpartner](#)



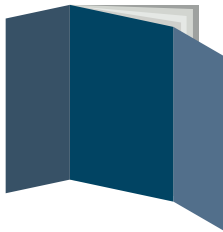
Exklusive Platzierungen:



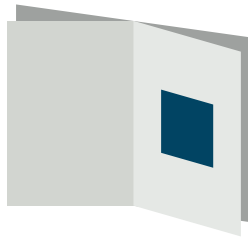
Titel-Umschlag



**Halbseitige
Schürze**



Titelaltarfalz



Beikleber



Stanzen



**Parzielle
Blindprägung**

Weitere Informationen und Preise auf Anfrage.

Supplements

z.B. „Top-Brands“



Stellen Sie unseren Lesern in einem Supplement das breite Spektrum Ihrer Produkte und Konzepte vor. In Kooperation mit dem jeweiligen Hersteller wird eine individuelle Ausgabe gestaltet.

Umfänge/Format:

4-seitig oder 8-seitig, weitere auf Anfrage.
Format: 200 mm breit x 270 mm hoch.
Orientiert sich optisch am Erscheinungsbild der Magazine.

Unsere Leistungen:

Inhalt, Satz, Repro, Druck und Distribution.

Promotion

z. B. „Erfolgreich verkaufen“ oder
„Aktion/Neuheit des Monats“



Informieren Sie als Markenartikler **waren-kundlich** über Ihre Produkte. In „Erfolgreich verkaufen“ berichten Sie über Herstellung, Handlung und Nutzen. Die Inhalte entstehen in enger Zusammenarbeit zwischen einem erfahrenen Redakteur und Ihrem Unternehmen. Mit „Aktion/Neuheit des Monats“ rücken Sie Ihre Innovationen detailliert ins Rampenlicht. Die Promotion wird anhand der von Ihnen gelieferten Inhalte erstellt. Das Motiv wird als Anzeige gekennzeichnet.

Unsere Leistungen:

Inhalt, Satz/Layout/Korrektur

Advertorial

z.B. ganzseitig



Präsentieren Sie Ihre Botschaft redaktionell aufbereitet direkt bei unseren Lesern. Advertorials werden als Anzeige gekennzeichnet, ihre Gestaltung unterscheidet sich bewusst vom Standard-LP-Layout, um maximale Wirkung zu erzielen.

Möglichkeiten:

- Anlieferung als druckfertige PDF-Datei
- Individuelle Erstellung* auf Basis Ihrer Texte, Bilder und Logos – optional inkl. redaktioneller Leistung. Layout/Satz und Redaktion gegen Aufpreis.

Weitere Informationen und Preise auf Anfrage.

*Für die Erstellung von Advertorials gilt ein vorgezogener Anzeigenschlusstermin.

Maßgeschneiderte Digital-Pakete für Ihre Kampagnen

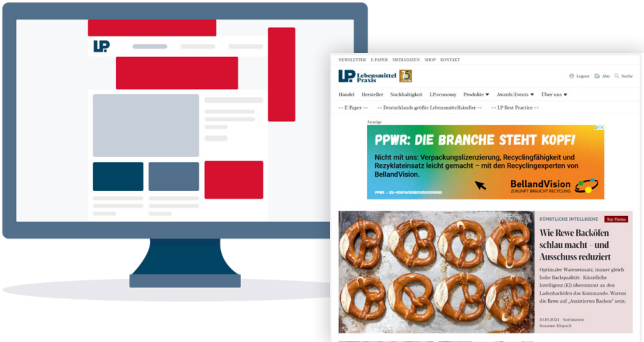
Entfesseln Sie das volle Potenzial Ihrer Werbekampagnen auf allen digitalen Kanälen der Lebensmittel Praxis! Wir bieten Ihnen hoch-wirksame Digital-Pakete, die perfekt auf Ihre individuellen Werbeziele zugeschnitten sind. Unser engagiertes Team steht Ihnen zur Seite, um Ihnen bei der Auswahl der richtigen Bausteine zu helfen.



Digital-Paket	Zielsetzung	Portal	Newsletter	Social Media
Branding	Imagekampagne, Story, USP und "Reason-Why" kommunizieren, Markenaufbau	✓	✓	✓
Response	Call to Action, Lead-Generierung, Online-Buchungen	✓	✓	✓
Produktneuheit	POS-Kommunikation, Vorstellung von Innovationen	✓	✓	✓
Sonderthema	Content-Marketing, Informieren, Bekanntheit, Expertise, Überzeugen	✓	✓	
Attention	Aufmerksamkeit, Größe zeigen, unübersehbar, Präsenz	✓	✓	

Effizientes Gesamtpaket: Kombination aus Digital, Print, Sponsoring und Lizenzen möglich.

Web-Adresse	www.lebensmittelpraxis.de
Kurzcharakteristik	lebensmittelpraxis.de ist das Online-Portal der Lebensmittel Praxis. Die Plattform bietet Inhalte rund um die Food- und Near-Food-Branche, unter anderem tagesaktuelle Nachrichten, Ladenreportagen, Hintergrundinfos zu Sortimenten, Märkten und Branchenveranstaltungen sowie Features und Interviews mit Managern und Machern aus Handel und Industrie. Die Sortimentsschwerpunkte des Magazins werden auch digital hervor gehoben und erhalten über Content-Module besondere Aufmerksamkeit.
Zielgruppe	Das Fach-Portal richtet sich an die Handelszentralen sowie an die Manager in den Märkten und die Verantwortlichen und Mitarbeiter im Verkauf.
Verlag	LPV GmbH
Ansprechpartner	Redaktion Hendrik Varnholt (Chefredakteur, verantw. i.S.d. § 55 II RStV) Tel.: 0 26 31/879 -127 E-Mail: hendrik.varnholt@lp-verlag.de Portalleiter Marcus Schmidt Tel.: 0 26 31/ 879 - 216 E-Mail: marcus.schmidt@lp-verlag.de Media Sales Ihre Ansprechpartner



Page Views:
Ø ca. 122.100
pro Monat

Sessions:
Ø ca. 81.200
pro Monat

Users:
Ø ca. 58.400
pro Monat

Quelle: Google Analytics, Oktober 2024 bis September 2025

Preise und Werbeformen

Preise in Euro zzgl. gesetzlicher MwSt.

Werbeform	Format / Größe in Pixel	Größe Mobile	Datenvolumen bis	TKP in €
Top Banner*	728 x 90	300 x 100	50 KB, 30 KB	97,-
Skyscraper*	160 x 600		50 KB	97,-
Sticky Sky*	160 x 600		50 KB	109,-
Wallpaper*	728 x 90 + 160 x 600	300 x 150	100 KB, 35 KB	168,-
Billboard*	800 x 250	300 x 150	80 KB, 35 KB	168,-
Medium Rectangle	300 x 250		50 KB	97,-

Formate: GIF, JPG, HTML5

Rabatte

Bei Buchung im Paket und Schaltung innerhalb 12 Monaten (Insertionsjahr)

Ab €	3.500,-	6.000,-	8.500,-	12.000,-
%	5%	10%	15%	20%

*Aufgrund des responsiven Designs und der Benutzerfreundlichkeit kann dieses Werbemittel nicht in den Desktop-Maßen auf mobilen Endgeräten ausgegeben werden. Auf Smartphones wird daher, sofern angegeben, ein Ersatzbanner in der angegebenen mobilen Größe geschaltet. Das Werbemittel hierfür benötigen wir zusätzlich.



Mindestdauer

1 Kalenderwoche

Agenturprovision

15 % bei Buchung über Agentur

Zahlungsbedingungen

3 % Skonto bei Zahlung bis zehn Tage nach Rechnungsdatum, 30 Tage nach Rechnungseingang netto.

Aufwandspauschale für elektronisches Rechnungsmangement:

150 € je Abrechnung zzgl. MwSt.

Bankverbindung

Volksbank im Münsterland eG
IBAN: DE59 4036 1906 1071 6969 02
BIC/SWIFT: GENODEM11BB

Ihre Studie auf lebensmittelpraxis.de

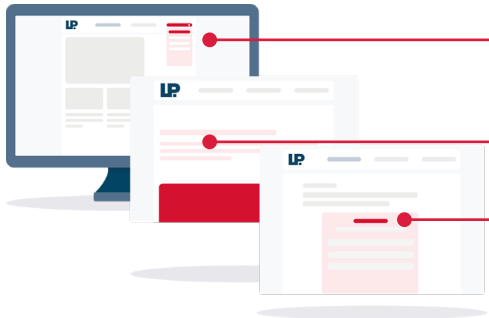
Über die Werbeform "Angesagt" auf lebensmittelpraxis.de haben Sie die Möglichkeit Ihr Unternehmen und Ihre Produkte zu bewerben und gleichzeitig Kompetenz durch eigene Studienergebnisse zu unterstreichen. Verbreiten Sie Ihre Studienergebnisse und generieren Sie Leads!

Angebote

Laufzeit: 4 Wochen
Preis: 2.314 €

Laufzeit: 8 Wochen
Preis: 3.471 €

Agenturprovision
15 % bei Buchung über Agentur



1 Menüpunkt "Angesagt"
Über einen Unterpunkt wie "Shopper-Studie Convenience" führt ein Menülink auf eine Unterseite von lebensmittelpraxis.de

2 Online-Advertorial
Hier führen Sie kurz in die Thematik ein und präsentieren Auszüge aus Ihrer Studie.

3 Webformular & Download
Im Beitrag können wir optional ein Webformular einrichten, in dem der User seine Kontaktdaten ausfüllt. Schickt er das Formular vollständig ausgefüllt ab (und nur dann), erhält er per E-Mail einen Link, über das er Ihr PDF mit den Kommunikationsunterlagen herunterladen kann. Alternativ verlinken wir auf ein bestehendes Webformular auf Ihrer eigenen Seite.

Ihre Vorteile auf einen Blick:

Hohe Aufmerksamkeit und bestes Umfeld durch Einbindung im Menüpunkt "Angesagt"	Hohe Einbindung der Interessenten vom Menüpunkt bis zum Download	Permission Marketing: Sie erreichen Interessenten und erzielen Leads
--	--	--

Ihr neues Produkt auf lebensmittelpraxis.de

Hier darf niemand aus der Branche fehlen! Tragen Sie Ihre neuen Produkte in unsere stets aktuelle Online-Recherche-Plattform ein. Ihre Einträge tauchen nicht nur auf der Rechercheseite selbst auf, sondern werden modular auf vielen weiteren Seiten der lebensmittelpraxis.de angeteasert und verlinkt.



Ihre Vorteile auf einen Blick:

Täglich interessierte Besucher aus dem LEH finden Ihr neues Produkt	Höchste Zielgruppen- genauigkeit	Kleine Preise mit großer Wirkung
---	-------------------------------------	-------------------------------------

NEWSLETTER · KUPON · NEUANKÜNDIGUNGEN · SHOP · KONTAKT

LPLebensmittel
Praxis

Handel · Hersteller · Nachhaltigkeits · LPEconomy · Produkte · Awards Events · Über uns

Produkte eintragen

MINUTO

Neue MINUTO Dessert Cremes

MI
NU
TO

CREME
SALTED
CARAMEL

SAISON
SWEET
CRAVINGS

MI
NU
TO

CREME
WHITE
CHOCOLAT

SAISON
SWEET
CRAVINGS

Die 2 neuen MINUTO Dessert Cremes schmecken himmlisch lecker, besser als im Paradies! Und sie kommen genau richtig zum Winter, denn es ist ganz klar: Cremes Saison Nr. 8 haben viel wieder gewonnen und Familie und Gäste werden mit Desserts verwöhnt. Dank MINUTO gelingt das schnell und einfach.

Im April starten MINUTO mit den beiden Bestsellern unter den Dessert Cremes und lancieren die Saison „Salted“ und „White-Chocolate“. Jetzt kommen zwei innovative Sorten hinzu, die mit ihren modernen Geschmacksrichtungen vor allem eine junge und geschickte Kundschaft ansprechen: „Creme White Chocolate“ und „Creme Salted Caramel“. Auch die beiden neuen MINUTO Dessert-Cremes werden einfach mit 300 ml kalter Milch aufgeschlagen, und dann ganz nach Wunsch portioniert und reichhaltig süß oder gar alkoholfrei serviert. Und wenn die neuen Geschmacksrichtungen allein noch nicht kreativ genug sind, kann die köstlichen Cremes auch als spektakuläres Saison-Stepping verwendet und seinen Backkonditionen damit quasi das Sahnehäubchen aufsetzen.

Produktdatenbank	
Marke	MINUTO
Produktname	Neue MINUTO Dessert-Cremes
Saison/Variante	MINUTO Desserts „Creme White Chocolate“ und „Creme Salted Caramel“
Warengruppe	Fertiggerichte ohne TK
Einführungstermin	15.10.2024
Typ	Produktneukommunikation

Hersteller

MI
NU
TO

Angebot	Eintrag mit Bild/Packshot plus Link zu Ihrer Website
Bildgröße	max. 700 x 450 Pixel
Preis	565,- €

Laufzeit des Eintrags: 6 Monate, alle Preise verstehen sich zzgl. der gesetzlichen MwSt.

Rabatte

Buchen Sie im Paket gleich mehrere Einträge (Einzelpreis 565,- €)

%

Paketpreis für 5 Einträge innerhalb von 12 Monaten **5 % Rabatt***

Paketpreis für 10 Einträge innerhalb von 12 Monaten **10 % Rabatt***

Paketpreis für 20 Einträge innerhalb von 12 Monaten **15 % Rabatt***

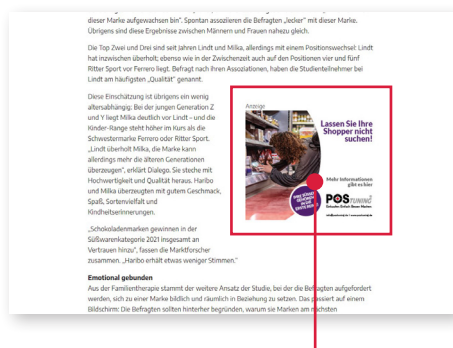
*Die Abrechnung des Paketes erfolgt bei Auftragserteilung, spätestens jedoch bei der ersten Einschaltung.

Agenturprovision
15 % bei Buchung über Agentur

Direktbuchung:
<http://lebensmittelpraxis.de/neue-produkte>

Die Lebensmittel Praxis hat die Top-Branchen im Blick!

Ihren Wunsch, möglichst themennah zu inserieren, verfolgen wir auch digital. So können Sie Ihre Zielgruppe auch hier noch genauer erreichen. Beispielsweise werben Sie als Süßwarenhersteller in Beiträgen zum Thema „Süßwaren“ goldrichtig.



Keyword Banner als Medium Rectangle

Der Keyword Banner (hier "Süßwaren", 24.000 Ad Impressions) erscheint je nach Länge des Beitrags im Beitragstext bzw. am Beitragsende.

Ihre Vorteile auf einen Blick:

Themenspezifisches Umfeld

In-Text Medium Rectangle

Lange Laufzeit
(Ad Impressions für die gesamte Laufzeit: ab 12.000)

Schalten Sie zum Beispiel zu diesen Keywords:

Fleisch, Molkereiprodukte, Getränke, Süßwaren, Drogerieartikel, Verpackungen, Nachhaltigkeit, Recht, Personalie

Zu welchen Keywords wollen Sie werben? Sprechen Sie uns an!

Angebot

Bannerformat: 300 x 250 Pixel
(Medium Rectangle - JPG, GIF - 50 KB)
Laufzeit: 12 Monate
Platzierung: Im Text bzw. textnah

Preis-Beispiel*

bei 12.000 Ad Impressions
1.850 € (pauschal)

Agenturprovision

15 % bei Buchung über Agentur

*Das Ad Impressions-Ziel ist abhängig vom Keyword.

23 Teaser Banner

Teaser-Modul breit

Ihre Bild-/Text-Anzeige erscheint auf lebensmittlpraxis.de in voller Breite in der von Ihnen ausgewählten Kategorie Handel oder Hersteller, als auch auf den Beitragsseiten.

Angebot

Modul-Bestandteile:

- Headline (max. 40 Zeichen inkl. Leerzeichen)
- Text (max. 140 Zeichen inkl. Leerzeichen)
- Bild 200 x 124 px (Breite x Höhe, max. 30 KB)
- Link auf die Landing Page

Laufzeit: 4 Wochen*
Preis: 3.630 € (pauschal)

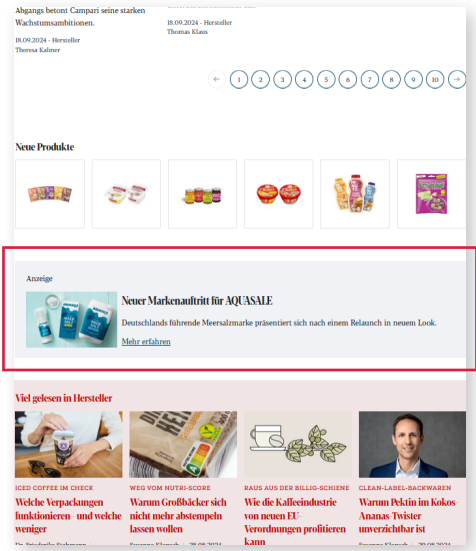
Agenturprovision

15 % bei Buchung über Agentur

*ca. 30.000 Teaser-Impressions insgesamt

Ihre Vorteile auf einen Blick:

Content-nahe Platzierung	Auffällig, da hervorgehoben und im redaktionellen Stil	Besonders geeignet zur Unterstützung von Online-Advertorials
--------------------------	--	--



Optional mit Online-Advertorial
Teaser-Banner und Online-Advertorial auf lebensmittlpraxis.de ergänzen sich optimal und verstärken die Werbewirkung: In Ihrem Online-Advertorial haben Sie Platz zur ausführlichen Darstellung und Bebilderung, das Teaser-Modul sorgt für mehr Aufmerksamkeit und erhöht den Traffic auf das verlinkte Advertorial.



Angebot plus Online-Advertorial

Festpreis plus 580 € (pauschal)

Nähere Infos auf Anfrage.

Ihr eigener Newsletter auf lebensmittelpraxis.de

So einfach platzieren Sie Ihre Highlights, Angebote und Events direkt auf einer unserer frequenzstärksten Kategorie-Seiten und den zugehörigen Nachrichtenseiten auf lebensmittelpraxis.de. Wahlweise erscheint die Einbindung in einer der frequenzstarken Rubriken Handel oder Hersteller.

Angebote

Laufzeit: 2 Wochen
Preis: 855 €
ca. 10.000 Ticker-Impressions
ca. 500 Active Views

Laufzeit: 4 Wochen
Preis: 1.099 €

Laufzeit: 8 Wochen
Preis: 1.759 €

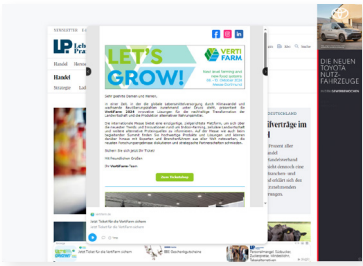
Besonders
effizient!

Agenturprovision

15 % bei Buchung über Agentur

Ihre Vorteile auf einen Blick:

Multiplikator für Ihren Newsletter	Hohe Frequenz und Aufmerksamkeit durch Rotationsleiste	Minimaler Aufwand für Sie	Hohe Active Views Ihres Contents	Reporting möglich
------------------------------------	--	---------------------------	----------------------------------	-------------------



Rotationsleiste auf lebensmittelpraxis.de

Ein Bild aus Ihrer Newsseite sowie ein Auszug aus dem Betreff werden in die Rotationsleiste integriert.

Ihr Newsletter

Bei Mouse-Over wird der Content Ihres Newsletters auf einer überlagernden Ebene sofort sichtbar (Active Views).

So funktioniert's:

Sie senden Ihren Newsletter einfach an unsere System-Email. Automatisch wird immer Ihr aktueller Newsletter bei uns eingebunden und ausgespielt. Optional können wir für Sie auch Landing-Pages (einfaches HTML) einlesen oder nach Absprache einfache Seiten aus Ihren Texten und Bildern herstellen.

Kurzcharakteristik

LP international liefert Nachrichten, Analysen und Reportagen aus der Lebenswirtschaft außerhalb Deutschlands. Welche Food-Trends entstehen gerade in Italien? Wie entwickelt sich das Discountgeschäft in den USA? Was bedeuten Bauernproteste in Frankreich für die Regulierung der Lebensmittelbranche in der EU?

LP international liefert werktäglich Antworten. Die Redaktion und ihre Korrespondenten berichten in einem eigenen Bereich auf lebensmittelpraxis.de und in einem Newsletter laufend über alles, was im Ausland geschieht und für die Entscheider in der deutschsprachigen Lebensmittelbranche wichtig ist.

Zielgruppe

LP international richtet sich vor allem an Geschäftsführer und Top-Manager in den Zentralen der bedeutenden Handelsgruppen – darunter Vollsortimenter, Discounter und Drogisten – sowie die Meinungsmacher unter den selbstständigen Kaufleuten, Führungskräfte der Ernährungsindustrie und Verantwortliche der Zulieferer sowie Dienstleister der Branche.

Angebot

Format: Teaser-Banner im Kopf

Modul-Bestandteile:

- Headline (max. 40 Zeichen inkl. Leerzeichen)
- Text (max. 140 Zeichen inkl. Leerzeichen)
- Bild 200 x 124 px (JPG, Breite x Höhe, max. 30 KB)
- Link auf die Landing Page

Platzierung: Direkt über allen LP international-Beiträgen von lebensmittelpraxis.de

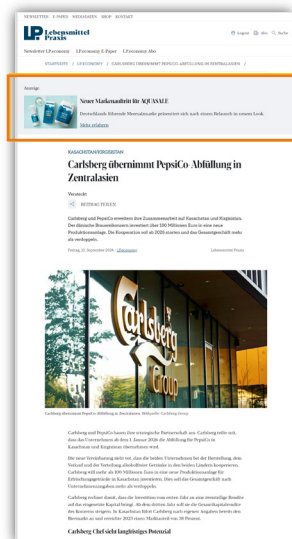
Laufzeit: 6 Monate*

Preis: 5.250 € (pauschal)

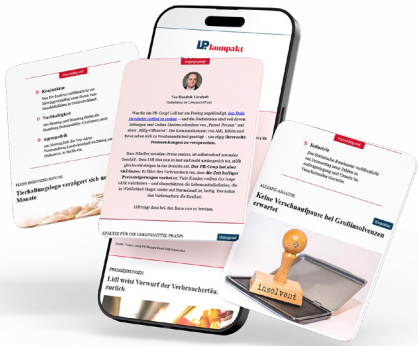
Agenturprovision

15 % bei Buchung über Agentur

* Voraussichtliche 20-25 Tsd. Ad-Impressions über die Laufzeit



Name	LP kompakt – Fach-Newsletter für die Food-Branche
Kurzcharakteristik	Der Newsletter bietet aktuelle Nachrichten sowie aufwendig recherchierte Hintergrundartikel rund um die Food- und Near-Food-Branche, sowie Informationen zu Branchenveranstaltungen. • „Was wichtig wird“: Die anstehenden Ereignisse der Branche • „Anderswo“: Der Blick in die Publikumspresse – damit Händler wissen, was Geschäftspartner und Konsumenten lesen • Einmal wöchentlich „Eingangs gesagt“: Einschätzungen aus der Chefredaktion • Einmal wöchentlich „Zahlen erzählen“: Daten, die die Branche bewegen • „Aktuell auf LP international“: Branchennachrichten und -hintergründe aus dem Ausland • Viele umfangreiche Hintergrundberichte: Analysen, die erklären und einordnen
Zielgruppe	Rund 8.000 Abonnenten aus LEH und Ernährungsindustrie. (Stand September 2025)
Erscheinungsweise	Montags bis freitags an Werktagen (Ø Öffnungsrate: 25-30%)



Preise und Werbeformen

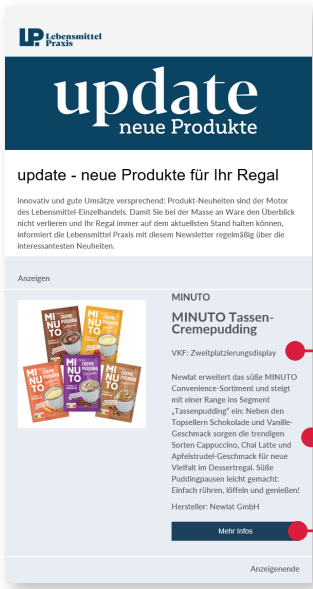
Werbeform	Platzierung	Formate: GIF, JPG Größe in Pixel	Datenvolumen bis	Preise in € pro Woche	Preise in € für zwei Wochen*
Full-Size-Banner XL	Kopf des Newsletters	468 x 120	50 KB	1.340,-	2.055,-
Rectangle	Zwischen News und Verlagsinfos	300 x 250	50 KB	990,-	1.580,-
Bild/Text Anzeige	Zwischen News und Verlagsinfos	160 x 99 160 Zeichen inkl. Leerzeichen (davon max. 30 Zeichen Headline)	20 KB	990,-	1.580,-
Stark limitiert	LP kompakt spezial - Ihr individueller Stand-Alone-Newsletter im LP kompakt-Look				5.250,-

Agenturprovision 15 % bei Buchung über Agentur

Auf Anfrage erstellen wir ein Klick-Reporting, darüber hinausgehende Auswertungen sind nicht möglich.
Bitte teilen Sie uns bei Auftragsvergabe mit, ob ein Klick-Reporting gewünscht wird.

Alle Preise verstehen sich zzgl. der gesetzlichen MwSt.
*aufeinander folgend, gleiches Motiv

Name	update - neue Produkte
Kurzcharakteristik	Jeden Monat erreichen die Lebensmittel Praxis zahlreiche Meldungen zu neuen Produkten für die Sortimente im LEH. Die handelsrelevanten Infos bereiten wir übersichtlich auf und verbreiten sie über einen E-Mail-Verteiler.
Zielgruppe	Rund 8.000 Abonnenten (Stand September 2025) aus LEH und Ernährungsindustrie.
Erscheinungsweise	i.d.R. Freitag in geraden Kalenderwochen



Zusatzhinweis auf Ihre VKF

Eintrag farblich unterlegt

Verlinkung zu Ihrer Info-Page

Preise und Werbeformen

Werbeform	Platzierung	Format / Größe	Datenvolumen bis	Preise in € pro Ausgabe
Eintrag hervorgehoben* + VKF-Hinweis + Verlinkung	Über den redaktionellen Produkt-Darstellungen	Packshot-Bild (wird von uns quadratisch zugeschnitten). Text wird redaktionell auf max. 360 Zeichen überarbeitet VKF-Hinweis: max 30 Zeichen	Lieferung Bild bis max. 2 MB (wird von uns klein gerechnet und weboptimiert)	395,-

Direktbuchung: lebensmittelpraxis.de/update-buchung
Agenturprovision: 15 % bei Buchung über Agentur

Alle Preise verstehen sich zzgl. der gesetzlichen MwSt.
*wird als ANZEIGE gekennzeichnet

Dateiformate A) Website / Newsletter

Die Größenangaben und Formate zu den Werbemitteln entnehmen Sie bitte den jeweiligen Seiten in diesen Mediadaten.

Die für jedes Werbemittel angegebenen KB-Angaben sind Maximalgrößen und verstehen sich als die Gesamtsumme aller Daten, die das Werbemittel definieren (inkl. nachzuladende Dateien, Bilder etc.)

Bitte beachten Sie, dass einige Newsletter-Clients die Wiedergabe von animierten Gifs nicht richtig ausführen. Das „Startbild“ sollte daher möglichst aussagekräftig gewählt werden.

B) Newsletter update - neue Produkte

Unter www.lebensmittelpraxis.de/update-buchung können Sie Ihre Buchung auch digital tätigen und über ein Webformular alle benötigten Inhalte für Ihre Schaltung übermitteln.

C) Weitere Digital-Formate

Die Vorgaben für die weiteren Digital-Formate finden Sie auf den jeweiligen Informationsseiten oder erfragen Sie direkt bei Ihrer Mediaberatung.

Lieferadresse Bitte senden Sie die Werbemittel für Ihre Kampagne an folgende E-Mail-Adresse: lp-ads@lp-verlag.de

Lieferfrist 5 Werktage vor Kampagnenbeginn.
Mit diesen Vorlaufzeiten haben wir gemeinsam ausreichend Zeit, die Formate zu testen und eine sichere Auslieferung der Kampagne zu gewährleisten.
Verzögerungen durch verspätete Auslieferungen gehen ansonsten nicht zu unseren Lasten.

Bei der Anlieferung benötigen wir die erforderlichen

Meta-Informationen:

- Kundenname
- Kampagnenname
- Buchungszeitraum
- Belegte Site
- Platzierung auf der Site
- Werbeformat
- Ansprechpartner für Rückfragen
- Motivname (optional)
- Klick-URL
- Alt-Text (Barrierefreiheit)

Nur Streaming Formate dürfen Ton beinhalten. Entsprechende Werbemittel müssen einen gut sichtbaren Button „Ton an/aus“, „Sound an/aus“ oder ein eindeutiges Symbol wie z. B. einen Lautsprecher aufweisen.

Streaming Ads dürfen ausschließlich mit „Ton aus“ starten. Erst durch eine eindeutige User-Aktion (Klick oder Mouse-Over) darf der Sound aktiviert werden. Darüber hinaus muss jederzeit die Möglichkeit bestehen, den Sound durch einen Klick bzw. Mouse-Out zu deaktivieren.

Reporting: Sie erhalten, sofern ausgewiesen, für den Einsatz von Werbemitteln auf der Website auf Wunsch eine Auswertung der Ad-Impressions und Ad-Clicks.

Ansprechpartner **Portalleiter**
Marcus Schmidt
Tel.: 0 26 31/ 879 - 216
E-Mail: marcus.schmidt@lp-verlag.de

Anzeigenverwaltung
Christiane Bock Dorothe Scherer
Tel.: 0 26 31/ 879 - 133 Tel.: 0 26 31/ 879 - 146
E-Mail: lp.mediainfo@lp-verlag.de

Weitere technische Spezifikationen, sowie Vorgaben für HTML5 Werbemittel sowie für mobile Bannerformate erhalten Sie hier:
www.lp-verlag.de/mediadaten/tecspec/

Unsere Awards für Ihren Erfolg!

Supermarkt des Jahres, Fleisch-Star und Käse-Star sind nur einige der bekannten und begehrten Auszeichnungen von Lebensmittel Praxis. Die Preisverleihungen und Siegerehrungen finden auf unseren beliebten Fach-Events statt, oft begleitet von Fachkongressen. Hier trifft sich das „Who is Who“ der Branche, um Kontakte zu knüpfen, sich auszutauschen und neue Ideen zu bekommen.

Wir bieten Ihnen exklusive Partnerpakete, damit Sie mit Entscheidungen aus dem Handel in Kontakt kommen und Ihre Leistungen und Angebote präsentieren können. Natürlich lässt sich das Sponsoring mit dem Anzeigengeschäft oder Digital-Werbung kombinieren.

Bitte sprechen Sie uns an!

Kontakt: Wolfgang Seger
Objektleiter Lebensmittel Praxis,
Messen/Veranstaltungen
Tel.: 02631/879-118
E-Mail: wolfgang.seger@lp-verlag.de



Aktuelle Veranstaltungshinweise finden Sie hinter dem QR-Code oder unter:
www.events.lebensmittelp Praxis.de

Auszeichnungen für den Lebensmitteleinzelhandel



A. Vertragsgegenstand / Begriffsbestimmungen

1. „Werbeauftrag“ im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag zwischen der LPV GmbH (nachfolgend „LPV“ genannt) und dem Auftraggeber (nachfolgend „Werbekunde“ genannt) über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen oder anderer Werbemittel, z.B. Banner, sensitive Flächen (nachfolgend insgesamt als „Werbemittel“ bezeichnet) in einer Zeitschrift oder in Informations- und Kommunikationsdiensten, insbesondere dem Internet, zum Zweck der Verbreitung.
2. „Werbekunde“ ist diejenige Person oder das Unternehmen, die Werbemittel in Angeboten der LPV platziert. Werbekunde kann entweder der Werbetreibende selbst oder eine Agentur sein, die im Auftrag eines Werbetreibenden für dessen Waren und/oder Dienstleistungen wirbt.
3. „Advertorials“ sind fremdproduzierte Teile, die sich in Form und Aufmachung deutlich von den redaktionellen Teilen der Publikation (in Typo, graphischen Elementen, Farbigkeit, Spaltigkeit) unterscheiden müssen. Sie enthalten Texte und Werbung Dritter.

B. Vertragsschluss

1. Jeder Werbeauftrag wird erst nach schriftlicher (Email ausreichend) Bestätigung durch LPV rechtsverbindlich. Mündliche oder fernmündliche Bestätigungen können nicht als Wille zum Abschluss eines Werbeauftrags gedeutet werden.
2. Wird für konzernverbundene Unternehmen eine gemeinsame Rabattierung beansprucht, ist der schriftliche Nachweis einer Kapitalbeteiligung von mehr als 50 % erforderlich. Konzernrabatte bedürfen in jedem Fall der ausdrücklichen schriftlichen Bestätigung durch LPV. Die Beendigung der Konzernzugehörigkeit ist unverzüglich anzuzeigen; mit der Beendigung der Konzernzugehörigkeit endet auch die Konzernrabattierung.
3. Für den Werbeauftrag sowie für sämtliche Leistungen, Angebote und Verträge zwischen LPV und dem Werbekunden gelten neben der Auftragsbestätigung ausschließlich die vorliegenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen sowie die Preisliste von LPV, die einen wesentlichen Vertragsbestandteil bildet. Die Gültigkeit etwaiger Allgemeiner Geschäftsbedingungen des Werbekunden ist, soweit sie mit diesen Allgemeinen Geschäftsbedingungen nicht übereinstimmen, ausdrücklich ausgeschlossen. Dies gilt auch dann, wenn LPV solche anderen Vertragsbedingungen zur Kenntnis gebracht wurden. Gegenbestätigungen des Werbekunden unter Hinweis auf seine Geschäftsbedingungen wird hiermit widersprochen.
4. Soweit eine Agentur LPV einen Werbeauftrag erteilt, kommt der Vertrag mit der Agentur zustande. Andernfalls kommt der Vertrag direkt mit dem Werbetreibenden zustande. Anzeigenaufträge durch eine Agentur werden in deren Namen und auf deren Rechnung angenommen. Die Werbungsmitteiler und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbetreibenden an die Preisliste von LPV zu halten. Die von LPV ggf. gewährte Mittlervergütung in Höhe von 15 % bezogen auf das jeweils vermittelte Kunden-Netto (Bruttotarifpreis abzüglich kundenterritorierter Rabatte) darf an den Werbekunden weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.

C. Anforderungen an Werbemittel/Anlieferung der Werbemittel

1. Werbemittel, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht als Werbemittel erkennbar sind, sind als solche vom Werbekunden mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich zu machen. LPV behält sich das Recht vor, bei fehlender Kennzeichnung eine solche vorzunehmen.
2. Advertorials sind grundsätzlich mit einem eigenen Impressum zu versehen. Das Advertorial kann durch LPV mit dem Wort „Anzeige“ ohne Rücksprache mit dem Werbetreibenden gekennzeichnet werden. LPV behält sich die Veröffentlichung nach Vorlage eines verbindlichen Modells vor. LPV ist das Advertorial mindestens 10 Werktage vor Druckunterlagenschuss zur Prüfung und Billigung vorzulegen.
3. Der Werbekunde trägt dafür Sorge, dass die Werbemittel und weitere notwendige Informationen rechtzeitig, vollständig, fehlerfrei und dem Werbeauftrag entsprechend angeliefert werden. Der Werbekunde ist verpflichtet, die Werbemittel bei Standardwerbeformen bis spätestens 15 Werktage, bei Sonderwerbeformen nach Absprache und bei RichMedia-Formaten bis spätestens fünf Werktage vor dem vereinbarten Schaltungstermin in vollständiger, einwandfreier und in zur Schaltung geeigneter Form anzuliefern.
4. Der Werbekunde ist dafür verantwortlich, dass die Werbemittel sich für die vereinbarten Zwecke, insbesondere die jeweilige Darstellung im entsprechenden Umfeld und in der gebuchten Werbeform, eignen.
5. Kosten von LPV für vom Werbekunden gewünschte oder zu vertretende Änderung des Werbemittels

hat der Werbekunde zu tragen.

D. Nachlasserstattung

Werden einzelne oder mehrere Abrufe eines Werbeauftrages aus Umständen nicht erfüllt, die LPV nicht zu vertreten hat, so hat der Werbekunde, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass LPV zu erstatten. Der Werbekunde hat, wenn nichts anderes vereinbart ist, rückwirkend Anspruch auf den seiner tatsächlichen Abnahme von Werbemitteln innerhalb eines Jahres entsprechenden Nachlass.

E. Sonderregelungen für Print-Werbemittel

1. LPV behält sich das Recht vor, für Werbemittel in Spezial-Beilagen oder Kollektiven Sonderpreise festzusetzen.
2. Bei der Errechnung der Abnahmemengen werden Text-Millimeterzeilen dem Preis entsprechend in Werbemittel-Millimeter umgerechnet.
3. Aufträge für Werbemittel, die nur in bestimmten Heftnummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen des Druckwerkes veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig bei LPV eingehen, dass dem Werbekunden noch vor Anzeigenschluss mitgeteilt werden kann, wenn das Werbemittel auf diese Weise nicht auszuführen ist. Rubrizierte Werbemittel werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.
4. LPV ist berechtigt, die Werbemittel multimedial (insbesondere im ePaper, in Apps, auf Websites) zu veröffentlichen und öffentlich zugänglich zu machen. Ein Anspruch des Werbekunden auf eine Veröffentlichung über die vereinbarten Werbeplätze des gewählten Printprodukts hinaus besteht nicht.
5. Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung und auf Kosten des Werbekunden zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung der Druckunterlagen endet drei Monate nach der erstmaligen Veröffentlichung des Werbemittels.
6. Der Verlag erstellt keine Probeabzüge.
7. Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art des Werbemittels übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.
8. LPV liefert auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Werbeauftrages werden Anzeigenausschnitte, Belegseiten oder vollständige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung von LPV über die Veröffentlichung und Verbreitung des Werbemittels.

F. Sonderregelungen für Digital-Werbemittel

1. LPV wird das vom Werbekunden zur Veröffentlichung bestimmte und überlassene Material der Werbefläche für die vertraglich vereinbarte Dauer bzw. bis zum Erreichen der vertraglich vereinbarten AdImpressions (Aufrufe der Werbung) auf der vertraglich festgelegten Werbefläche platzieren.
2. LPV wird den Werbekunden über die Anzahl der während der Kampagne über die Website ausgelieferten AdImpressions und/oder AdClicks in einem durch LPV vorgegebenen Format berichten, sofern dies von Werbekunden gewünscht ist und bei Anlieferung des Werbemittels mitgeteilt wurde. Maßgeblich sind die von LPV über ihre Ad-Server ermittelten Daten. Die daraufhin von LPV lieferten Messergebnisse sind maßgeblich. Eine unangemeldete Messung des Werbekunden ist unzulässig.
3. Sollten die vertraglich vereinbarten AdImpressions oder AdClicks schon vor Ablauf der vereinbarten Laufzeit erreicht werden, werden sich die Parteien über eine Erhöhung der vereinbarten Vergütung oder eine vorzeitige Beendigung der Laufzeit einigen.
4. Der Werbekunde hat vorbehaltlich einer anderen individuellen Vereinbarung keinen Anspruch auf eine Platzierung der Werbefläche an einer bestimmten Position der jeweiligen Werbefläche sowie auf Einhaltung einer bestimmten Zugriffszeit auf die jeweilige Werbefläche. Die buchbaren Werbeformen und Platzierungen beinhalten keine Garantie auf eine Darstellung im unmittelbar sichtbaren Bereich (first screen). Die in der Preisliste genannten TKPs beziehen sich auf Auslieferungen sowohl im sichtbaren als auch im nicht sichtbaren Bereich. Abweichende Vereinbarungen sind möglich.
5. Der Werbekunde ist verpflichtet, die Werbemittel bis spätestens fünf Werktage vor dem vereinbarten Schaltungstermin in vollständiger, einwandfreier und in zur Schaltung geeigneter Form anzuliefern.
6. Bei nicht ordnungsgemäßer, insbesondere verspäteter oder unterliegender Anlieferung oder nachträglicher Änderung wird keine Gewähr für die vereinbarte Verbreitung des Werbemittels übernommen. Die Pflicht zur Zahlung der entsprechenden Vergütung bleibt hiervon unberührt.

Im Falle der Einbindung von Werbeschaltungen auf Basis von AdImpressions kann LPV die bereits gelieferte Menge an AdImpressions durch Einbindung eines Tracking-Codes oder einer Grafik nachweisen.

7. LPV gewährleistet im Rahmen der vorhersehbaren Anforderungen eine dem jeweils üblichen technischen Standard entsprechende, bestmögliche Wiedergabe des Werbemittels. Dem Werbekunden ist jedoch bekannt, dass es nach dem Stand der Technik nicht möglich ist, eine 100%ige Erreichbarkeit der Werbefläche zu gewährleisten.
8. Ebenso ist dem Werbekunden bekannt, dass Fehler in der Darstellung des Werbemittels nicht vorliegen, wenn bestimmte technische Voraussetzungen nicht gegeben sind bzw. gestört sind.

G. Rechtsgewährleistung

1. Der Werbekunde garantiert, dass er alle zur Schaltung des Werbemittels erforderlichen Rechte besitzt und die Werbemittel deutlich als Werbung erkennbar sind. Der Werbekunde garantiert ferner, dass die Werbemittel und die Seiten, auf die durch einen Link verwiesen wird
 - keine Rechte Dritter (insbesondere Urheber-, Persönlichkeits- oder sonstige gewerbliche Schutzrechte) verletzen und/oder
 - nicht gegen sonstige gesetzliche (insbesondere presserechtliche, wettbewerbsrechtliche, datenschutzrechtliche und verbraucherrechtliche) Bestimmungen verstoßen und nicht staatsgefährdender, rassistischer, Gewalt verherrlichender, pornografischer oder jugendgefährdender Natur sind.
 Der Werbekunde versichert mit Erteilung des Werbeauftrags ferner, dass er über alle zur Schaltung des Werbeauftrags erforderlichen Rechte verfügt. Er trägt die alleinige Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Werbeschaltung zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen, bei gelieferten Anzeigenvorlagen insbesondere für die verwendeten Bilder, Logos, Schriften und sonstigen Elemente.
- keine Viren, Würmer, Trojaner oder sonstige Links, Programme oder Verfahren, die das Netzwerk von LPV (einschließlich sämtlicher eingesetzter Hard- und Software) oder einzelne Betreiber oder Internetnutzer schädigen können, beinhalten oder deren Verbreitung ermöglichen.
2. Der Werbekunde überträgt LPV die für die Durchführung des Werbeauftrags erforderlichen zeitlich, örtlich und inhaltlich beschränkten Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstige sui generis Schutzrechte. Darüber hinaus ist LPV berechtigt, die vorgenannten Rechte zum Zwecke der Eigenwerbung (z.B. Pressemitteilungen und Präsentationen) auch vor und nach Ausführung des Werbeauftrags auszuüben.
3. Der Werbekunde stellt LPV auf erstes Anfordern von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der ihm überlassenen und veröffentlichten Werbemittel und der Seiten, auf die durch einen Link über die Werbemittel verwiesen wird, geltend gemacht werden. Das gilt insbesondere in Bezug auf die in Ziffer 1 abgegebenen Garantien und mögliche Schäden, Kosten und Aufwendungen, die LPV aufgrund datenschutzrechtlicher Auflagen entstehen. Ferner wird LPV von den Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung einschließlich Gerichts- und Anwaltskosten in gesetzlicher Höhe freigestellt. Der Werbekunde ist verpflichtet, LPV für den Fall einer Inanspruchnahme durch Dritte unverzüglich, wahrheitsgemäß und vollständig nach Treu und Glauben sämtliche ihm zur Verfügung stehende Informationen mitzuteilen und Unterlagen vorzulegen, die für eine Prüfung der Ansprüche erforderlich sind.

H. Leistungstörungen

1. Fällt die Durchführung eines Werbeauftrags aus Gründen aus, die LPV nicht zu vertreten hat (etwa aus programmatischen oder technischen Gründen), insbesondere wegen Rechtfertigungs, höherer Gewalt, Streiks, aufgrund gesetzlicher Bestimmungen, Störungen aus dem Verantwortungsbereich von Dritten (z.B. anderen Providern, Druckereien), oder Netzbetreibern oder aus vergleichbaren Gründen, so wird die Durchführung des Werbeauftrags nach Möglichkeit nachgeholt. Bei Nachholung in angemessener und zumutbarer Zeit nach Beseitigung der Störung bleibt der Vergütungsanspruch von LPV bestehen. Sofern es sich um eine erhebliche Verschiebung handelt, wird der Werbekunde hierüber informiert.
2. Bei ungenügender Wiedergabequalität des Werbemittels hat der Werbekunde Anspruch auf Zahlungsminderung oder ein einwandfreies Ersatzwerbemittel, jedoch nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck des Werbemittels beeinträchtigt wurde. Lässt LPV eine ihr hierfür gestellte angemessene Frist verstrei-

chen oder ist die Ersatzwerbung unmöglich, so hat der Werbekunde ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrags. Die Ansprüche des Werbekunden verjähren 6 Monate nach Entstehen der Forderung.

3. Sind etwaige Mängel bei den Werbungsunterlagen nicht offenkundig, so hat der Werbekunde bei ungenügender Veröffentlichung keine Ansprüche. Das Gleiche gilt bei Fehlern in wiederholten Werbeschaltungen, wenn der Werbekunde nicht vor Veröffentlichung der nächstfolgenden Werbeschaltung auf den Fehler hinweist.

I. Haftung

1. LPV haftet - gleich aus welchem Rechtsgrund - nur
 - bei Vorsatz und grober Fahrlässigkeit eines gesetzlichen Vertreters, eines leitenden Angestellten oder sonstigen Erfüllungsgehilfen;
 - dem Grunde nach bei jeder schuldhaften Verletzung einer wesentlichen Vertragspflicht (wobei der Begriff der wesentlichen Vertragspflicht abstrakt eine solche Pflicht bezeichnet, deren Erfüllung die ordnungsgemäße Durchführung des Vertrages überhaupt erst ermöglicht und auf deren Einhaltung die jeweils andere Partei regelmäßig vertrauen darf), bei Verzug und Unmöglichkeit und Vorsatz sowie grober Fahrlässigkeit eines einfachen Erfüllungsgehilfen, wobei die Haftung bei Vermögens- und Sachschäden auf die Höhe des typischerweise vorhersehbaren Schadens begrenzt ist.
2. Die vorgenannten Haftungsbeschränkungen gelten nicht in den Fällen zwingender gesetzlicher Haftung, insbesondere nach dem Produkthaftungsgesetz, bei Übernahme einer Garantie sowie bei schuldhaften Verletzungen des Lebens, des Körpers und der Gesundheit.

J. Zahlungsverzug

1. Die Rechnungsstellung erfolgt bei Werbeaufträgen als Vorausrechnung.
2. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen i.H.v. 8 Prozentpunkten über dem Basiszinssatz bei Unternehmen und 5 Prozentpunkten über dem Basiszinssatz bei Verbrauchern und Einziehungskosten berechnet. LPV kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Werbeauftrags bis zur Zahlung zurückstellen und für die restliche Werbemittelschaltung Vorauszahlung verlangen.
3. Objektiv begründete Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Werbekunden, Sitz des Werbekunden im Ausland oder einem Erstauftrag durch den Werbekunden berechtigten LPV, auch während der Laufzeit des Vertrages, das Erscheinen von Werbemitteln oder weiterer Werbemittel ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offen stehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

K. Schlussbestimmungen

1. Erfüllungsort ist der Sitz von LPV.
2. Änderungen der Werbemittelpreislisten gelten ab Inkrafttreten auch für laufende Aufträge. Dies gilt gegenüber Nicht-Kaufleuten nicht bei Aufträgen, die innerhalb von vier Monaten nach Vertragsabschluss abgewickelt werden sollen.
3. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand der Sitz von LPV. Soweit Ansprüche von LPV nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nicht-Kaufleuten nach deren Wohnsitz. Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Werbekunden, auch bei Nicht-Kaufleuten, im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Werbekunde nach Abschluss des Werbeauftrages seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich der deutschen Gesetze verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz von LPV vereinbart.
4. Es gilt deutsches Recht. Die Anwendung des UN-Kaufrechts (United Nations Convention on Contracts for International Sale of Goods vom 11.04.1980 - CISG) ist ausgeschlossen.
5. Sollten einzelne Bestimmungen dieser AGB ganz oder teilweise unwirksam sein oder werden, so bleibt der Werbeauftrag im Übrigen wirksam. Das gleiche gilt, sofern diese AGB eine Regelungslücke enthalten. Anstelle der ganz oder teilweise unwirksamen oder fehlenden Regelung tritt das, was die Parteien bei verständiger Würdigung der ganz oder teilweisen Unwirksamkeit oder des Fehlens der Regelung vereinbart hätten, falls ihnen dieser Umstand bekannt gewesen wäre, in Kraft.

Verlag

LPV GmbH

Hülsebrockstr. 2-8
D-48165 Münster

Standort Neuwied:

Niederbieberer Str. 124
D-56567 Neuwied
Telefon: 0 26 31/879 - 0
E-Mail: anzeigen@lebensmittelpraxis.de

Geschäftsführung:

Dr. Ludger Schulze Pals

Bereichsleitung LV-Media Sales:

Tanja Pfisterer-Lang
Telefon: 0 25 01/8 01 18 05
E-Mail: tanja.pfisterer-lang@lv.de

Anzeigenverwaltung:

Dorothe Scherer
Telefon: 0 26 31/879 - 146
E-Mail: dorothe.scherer@lp-verlag.de

Christiane Bock
Telefon: 0 26 31/879 - 133
E-Mail: christiane.bock@lp-verlag.de

Ihre Ansprechpartner Media-Sales

Nielsen 2 + 3a + Niederlande:

Holger Grossmann
LPV GmbH
c/o Celia Lück Trade Services e.K.
Gnesener Straße 19
D-40599 Düsseldorf
Mobil: 0175/6330782
E-Mail: holger.grossmann@lp-verlag.de

Nielsen 2 + 3a + Österreich + Schweiz:

Cornelia Tahotny
Telefon: 02 02/76902604
E-Mail: cornelia.tahotny@lp-verlag.de

Nielsen 2 + 3a:

Judith Schuhmacher
Telefon: 0 26 31/879-210
E-Mail: judith.schuhmacher@lp-verlag.de

Nielsen 1 + 5, 6, 7 + Dänemark:

Volker Geuer Verlagsvertretung
Röpckes Mühle 2
D-25436 Uetersen
Mobil: 0171/7706682
Telefon: 0 41 22/99979 - 0
E-Mail: office@geuermedien.de

Nielsen 3b + 4:

Annette Weller
medienvertretung.annette.weller
Carl-Orff-Weg 3
82008 Unterhaching
Telefon: 089/54 84 35 04
E-Mail: weller@weller-medienvertretung.de

<https://lebensmittelpraxis.de>