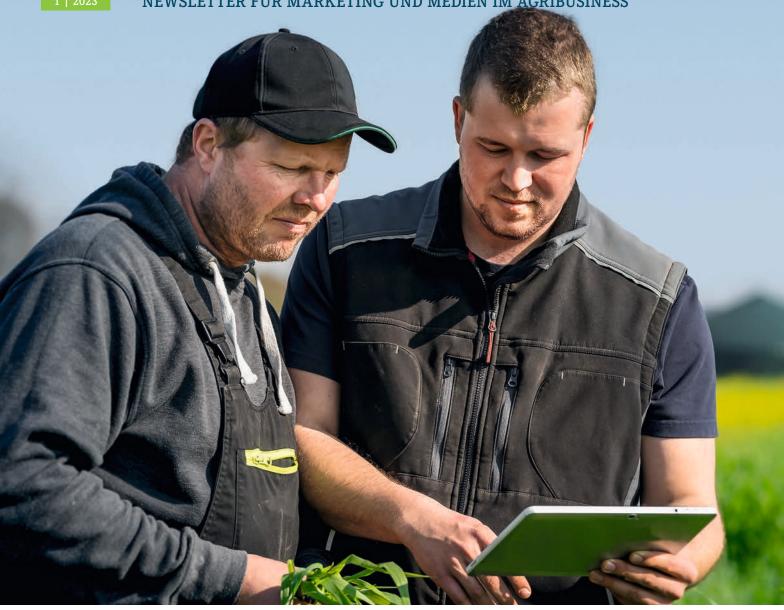


agrar kontakt

NEWSLETTER FÜR MARKETING UND MEDIEN IM AGRIBUSINESS



LV-Fachmedien

Neue Produkte und Termine

MAagrar

Die Ergebnisse sind da!



AUF EIN WORT

Das Runde muss ins Eckige

No sports! Denn jetzt geht es zunächst um Geometrie, um ein tausende Jahre altes, lange ungelöstes Problem: die Quadratur des Kreises. Die ist erst seit wenigen Jahren mathematisch bestimmbar. Genau andersherum verhält es sich bei der Leistungsmessung von Fachmedien. Ja, früher ging das: Auflagenliste und Mediadaten raus, die - begrenzte - Anzahl Marktteilnehmer vergleichen und die maximale Transparenz ist geschaffen – Kreis quadriert! Heute ist dieses Problem indes unlösbar. Denn die Konturen der Print- und Digitalzahlen bei der ivw verschmelzen stetig, viel Digitales ist schlichtweg nicht zu monitoren - der Überblick ist futsch.

Kein Grund zur Panik: Wir dürfen bei aller Digitalaffinität nicht darüber hinwegsehen, dass in der Agrarszene der überwiegende Anteil der Werbespendings noch immer auf Print entfällt. Hinzu kommt, dass einige Agrarverlage noch eher zaghaft in digitale Medienstrategien einsteigen. Was den Umfang des Entscheidungsraumes dann doch reduziert. Somit bildet die aktuelle Lesermarktstudie MAagrar, methodisch ganz neu aufgesetzt und daher nicht 1:1 mit den älteren agriMA-Studien vergleichbar, dennoch einen großen Teil des Werbegeschäftes Agrar ab. Die Studie ist von der Arbeitsgemeinschaft organisationsgebundene Landpresse AOL initiiert worden und daher stärker printorientiert. Gleichwohl spielen die wichtigsten überregionalen Agrartitel und die Spezialmedien in der MAagrar wieder eine ganz zentrale Rolle. Das macht die Studie auch im Jahre 2023 so wertvoll. Ab Seite 4 mehr dazu. Allerdings finden wir auch etwas Wasser in diesem Wein. So verzichtete ein größerer Agrarverlag auf die Abfrage seiner überregionalen Titel. Das schränkt die Vergleichsmöglichkeiten an einigen Stellen zweifellos ein. Das muss aber auch einen Grund haben. Er findet sich möglicherweise rasch bereits in den ivw-Zahlen. Trotzdem schade.

Fest steht, dass die MAagrar nach Jahren nun wieder neue Denk- und Plananstöße liefert. Sie ist ab sofort für einige Zeit das zentrale Media-Kompendium Agrar. Richtig runde – gut funktionierende Mediakonzepte – müssen dann ins Eckige daran, die kubischen Plantabellen! Also doch wie im Sport: das Runde muß schließlich doch wieder ins Eckige, viel Erfolg beim Torschuß!



Herzlichst Ihr

Dr. Peter Wiggers Bereichsleiter LV Media Sales

LEBENSMITTEL PRAXIS VERLAG

30 Jahre Supermarkt des Jahres

Zum 30. Mal haben das zur Unternehmensgruppe Landwirtschaftsverlag Münster gehörende Branchenmagazin Lebensmittel Praxis und der Burda-Verlag im Mai den "Supermarkt des Jahres" ausgezeichnet.

12 Märkte in vier Kategorien standen in der Endausscheidung. Die Wahl der Jury, der auch die Vorstandsvorsitzenden von Rewe und Edeka, Lionel Soque und Markus Mosa, angehörten, fiel diesmal auf zwei Rewemärkte, einen Edeka-Markt sowie ein E-Center.

Die Lebensmittel Praxis ist für den Landwirtschaftsverlag ein wichtiges Medium, weil es als Handelsmagazin das klassische Bindeglied in der Kette zwischen Landwirtschaft und den Verbrauchern darstellt.



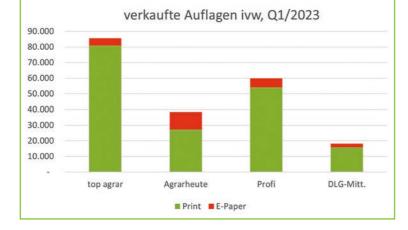
Strahlende Gewinner beim 30. Supermarkt des Jahres

IVW-STATISTIK

Klare Verhältnisse

Die Verbreitung der Agrarfachmedien ist nach wie vor klar strukturiert. Noch immer spielen die gedruckten Exemplare bei den Agrarfachmedien die dominierende Rolle. So betrug der Printanteil von top agrar an der gesamten verkauften Auflage im ersten Quartal 2023 rund 95%, bei profi waren es rund 91% und bei den DLG-Mitteilungen etwa 87%. Agrarheute sticht bei dieser Betrachtung heraus, dort betrug der Anteil der E-Paper-Verkäufe am Gesamt ca. 30%, davon werden allerdings 9.410 von 11.131 Exemplaren (= 85 % der verkauften E-Paper) als "sonstige Verkäufe" geführt.

Zum Vergleich: bei top agrar beträgt der Anteil "sonstiger Verkäufe" 591 von 4.053 Exemplaren, also lediglich rund 15%.



DEUTSCHE FACHPRESSE

Jüngere nutzen Fachangebote intensiv

Der jüngere Teil unter den Entscheidungsträgern in Wirtschaft und Verwaltung nutzt fachbezogene Angebote und speziell Fachmedien besonders intensiv. Dies ergab eine Sonderauswertung der Leseranalyse Entscheider LAE für die Deutsche Fachpresse im vergangenen Jahr. Rund 40 % der Befragten in der Altersklasse bis 39 Jahre nutzen regelmä-

ßig digitale Angebote von Fachmedien, aber 63,9 % bedienen sich zeitgleich auch einer oder auch mehrerer Fachzeitschriften. Damit liegen die Jüngeren bei beiden Informationsquellen vor der Zielgruppe ab 40 Jahren, von denen 55,9 % Fachzeitschriften und 27,1 % digitale Fachmedienangebote regelmäßig nutzen.

Ein anderes Bild zeigt sich nur beim Besuch von B2B-Veranstaltungen wie Kongressen oder Seminaren: hier sind es 30.7 % der ab 40-Jährigen und Älteren und 25,5 % bei der Gruppe bis 39 Jahren.

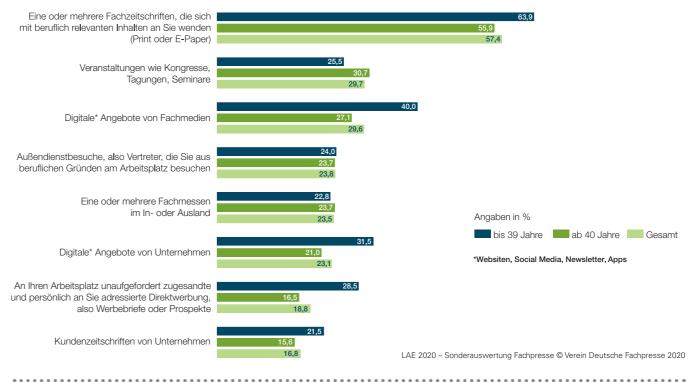
Bei Betrachtung der Häufigkeit der Fachmediennutzung zeigt sich außerdem, dass die Altersgruppen bei mindestens gelegentlicher Nutzung insgesamt deutlich näher beieinander liegen.

3

Regelmäßige Digitalnutzer verwenden zu beachtlichen 74 % auch die Printausgaben, während regelmäßige Printnutzer nur zu knapp 56 % auch einen Blick auf die digitalen Fachmedien werfen

Ein ähnliches Bild ergibt sich in der MAagrar für die Agrarfachmedien übrigens auch (mehr dazu ab Seite 4).

Regelmäßige Nutzung von Informationsquellen durch Entscheidungsträger in Wirtschaft und Verwaltung (nach Alter)



"LASS UNS REDEN..."

Gemeinsames Format von top agrar und F.A.Z. gestartet

Mit "Lass uns reden..." haben top agrar und die Frankfurter Allgemeine ein gemeinsames Diskussionsformat entwickelt (wir

Mit großem Erfolg ist die Reihe im März gestartet, in der ersten Sendung ging es um Innovationen, Versorgungssicherheit und Nachhaltigkeit. In der zweiten Ausgabe Anfang Mai diskutierten Redakteure der F.A.Z. und von top agrar unter anderen mit Bundesagrarminister Cem Özdemir über die Frage "Wie machen wir Ackerbau und Tierhaltung widerstandsfähig und nachhaltig?". Zwei weitere Ausgaben werden noch in diesem Jahr folgen, eine zum Thema Lebensmittelsicherheit und eine wird sich mit der Frage beschäftigen, ob

die Verfütterung von Getreide oder Gemüse noch in die Zeit passt. Der öffentlichkeitswirksame Brückenschlag zwischen Konsument und Produzent könnte kaum besser als in der Kooperation der beiden ausrichtenden Medien symbolisiert werden. Dies zeigen auch die hervorragend besetzten Podien,

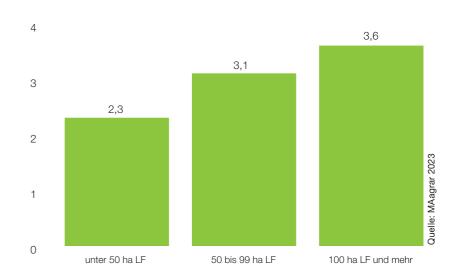
gute Nutzungsfrequenzen und zahlreiche positive Resonanzen aus dem Publikum. Interessant ist das Format als hochwertiges Umfeld auch für die Sponsoren, die darin einen Beitrag für die kontinuierliche Verbesserung des Images

der Landwirtschaft sehen. Nach den ersten Ausstrahlungen sind bereits weitere Interessenten aufmerksam geworden.

Der Live Stream zu den ersten drei Veranstaltungen kann jederzeit unter https://www.fazkonferenzen.de/zukunft-der-landwirtschaft/ verfolgt werden.



Anzahl gelesener Titel pro Betrieb nach Größenklassen



Je größer der Betrieb, desto mehr Titel werden gelesen. Kleinere Betriebe haben im Schnitt mehr als zwei Fachzeitschriften im Haus. Mit zunehmender Betriebsgröße steigt die Zahl deutlich auf über 3,6. Das bietet nach wie vor beste Chancen für Werbungtreibende, in besonders relevanten Perioden ausreichend Kontakte zu ihren Kunden zu schaffen.

MAagrar 2023

DIE LANDWIRTSCHAFT VERTRAUT IHREN FACHMEDIEN

Die landwirtschaftlichen Fachmedien bieten echte Orientierung. Denn sie sind laut der aktuellen Lesermarktstudie MAagrar nach wie vor eine der wichtigsten Informationsquellen für die Leiter landwirtschaftlicher Betriebe. Das betrifft sowohl die landwirtschaftlichen Wochenblätter als auch die überregionalen Fachmedien.

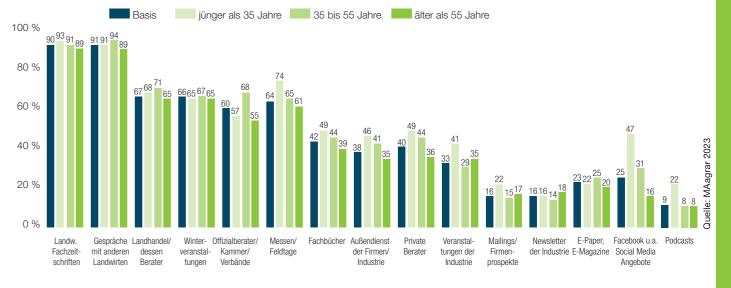
ediennutzung und -bewertung, Leserstrukturen und weitere wichtige Parameter wie die Investitionspläne der Landwirte hat die repräsentative Lesermarktstudie MAagrar 2023 aktuell untersucht. Im Auftrag der Arbeitsgemeinschaft Organisationsgebundene Landpresse (AOL) hatte das Marktforschungsinstitut AgriDirect in den Wintermonaten über 3.000 landwirtschaftliche Betriebsleiter telefonisch befragt. Die MAagrar setzt damit die Reihe großangelegter AOL-Untersuchungen zum

Informationsverhalten der Agrarbranche fort. Da sie methodisch gänzlich anders aufgesetzt wurde als ihre unter der Bezeichnung AgriMA bekannten Vorgänger, sind die Ergebnisse jedoch nicht 1:1 mit den Resultaten der früheren Erhebungen vergleichbar. Darauf wiesen die Marktforscher ausdrücklich hin. Ein wesentlicher Unterschied: als telefonische Befragung war die Vorlage von Titelkarten nicht möglich. Außerdem antworten Menschen am Telefon anders – zumeist zurückhaltender als im persönlichen

Gespräch – ein psychologisches Phänomen. Im Vordergrund des Interesses steht vielfach die Frage: Erreicht das Medium die Betriebsleiter, also diejenigen, die über die Ausgaben bei Investitionen etwa in Landtechnik und Beschaffungen wie Pflanzenschutzmittel und Saatgut verfügen und die finalen Entscheidungen treffen?

Dies kann eindeutig bejaht werden: So schaffen es zum Beispiel die Wochenblätter, auf bis zu 87% der Schreibtische der Landwirte zu gelangen.

Relevanz von Informationsquellen nach Alter sehr wichtig/ wichtig für die Betriebsführung



Wenn die Landwirte es ganz genau wissen wollen, fragen sie entweder ihre Berufskollegen – oder eben die Fachzeitschriften. Beide Quellen liegen gleichauf, mit einigem Abstand dahinter folgen Beratungsangebote, Messen und Veranstaltungen, Industrieaktivitäten, aber auch digitale Produkte wie Social Media oder Podcasts. Besonders spannend daran: Auch wenn die jüngere Zielgruppe deutlich intensiver digital, etwa in den sozialen Netzwerken, unterwegs ist, so sind sie dennoch bei den Kollegengesprächen und insbesondere den Fachmedien gleich intensiv dabei. Und während die älteren Kollegen eher Rat bei der Offizialberatung, Kammern und Verbänden suchen, interessieren sich die Jüngeren überdurchschnittlich stark für Messen oder Feldtage. Insgesamt bestätigt sich, dass jüngere Branchenvertreter tendenziell ein deutlich breiteres Medienportfolio nutzen als ihre älteren Berufskollegen.

Reichweiten Wochenblätter in ihren jeweiligen Verbreitungsgebieten (WTK*)

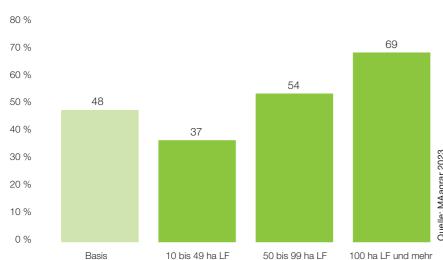


Die landwirtschaftlichen Wochenblätter zeigen auch unter der neuen Methodik eine Spreizung auf hohem Niveau: die Range liegt zwischen 87% und 64 %. An der Spitze rangiert die Badische Bauernzeitung. Das Wochenblatt für Landwirtschaft und Landleben in Westfalen Lippe ist mit 80 % im oberen Mittelfeld gut "dabei". Dabei erreicht das Wochenblatt für Landwirtschaft und Landleben Westfalen-Lippe übrigens 83 % der landwirtschaftlichen Nutzfläche in dieser Region.

*WTK = Werbeträgerkontaktchance



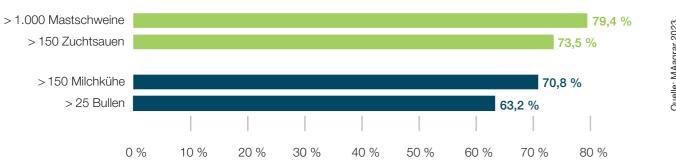
Reichweiten top agrar nach Betriebsgrößenklassen (WTK*)



Keine Überraschung: Der Blick auf die Performance von top agrar belegt erneut die starke Position des Marktführers. Insgesamt erreicht der Titel fast die Hälfte der landwirtschaftlichen Betriebsleiter. Der Wert ist in den vergangenen Jahren kontinuierlich besser geworden, was auch mit dem Strukturwandel speziell bei den kleineren Betriebseinheiten zu tun hat. Selbst hier nutzen fast vier von zehn Betriebsleitern top agrar. Die professionellen Betriebe nutzen mit zunehmender Größe den Marktführer immer intensiver. Knapp 70 % in der Gesamtgruppe über 100 ha, bei der zum Vergleich das Maschinenring-Magazin unter 30 % blieb, sind ein beeindruckendes Ergebnis.



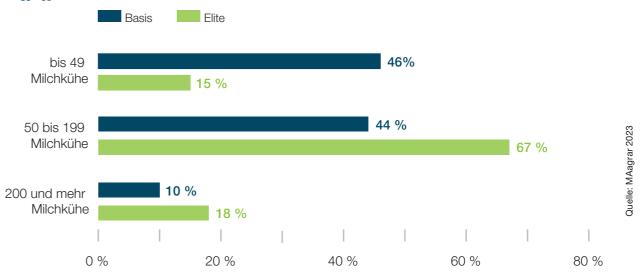
Reichweiten top agrar (WTK*)



Auch bei der Innenwirtschaft kann top agrar einmal mehr seine Stärke unter Beweis stellen: So erreicht der Titel zwei Drittel der Bullenmäster mit mehr als 25 Tieren sogar 71% der größeren Milchviehbetriebe ab 150 Kühen. Noch stärker ist top agrar bei den Schweinhaltern: drei von vier größeren Sauenhaltern und vier von fünf größeren Mästern lesen top agrar.



Bestandsstruktur Milchviehbetriebe Elite (WTK*)



Sehr interessant ist auch ein Blick auf die Leserschafts-Strukturen der einzelnen Spezialmedien. So zeigt sich stellvertretend am Beispiel von Elite, dem Magazin für Milcherzeuger, wie sie sich von den Grundgesamtheiten unterscheiden. Elite ist mit 15 % seiner Leserschaft bei den Milchviehbetrieben mit bis 49 Kühen, die in Deutschland derzeit 46% ausmachen, eher unterrepräsentiert. Mit zunehmender Betriebsgröße steigt die Überlegenheit von Elite gegenüber der Grundgesamtheit an – gut 85% der Elite-Leser haben 50 und mehr Kühe im Stall. Ein guter Beleg für die Attraktivität als Werbeträger.

Studiensteckbrief MAagrar 2023

Grundgesamtheit: Minimum ha-Fläche: Methode: 188.000 Betriebe, 16,04 Mio. ha LF West 10 ha LF und Ost 50 ha LF

Methode: CATI (Computer Assisted Telephone Interviews)
Institut: AgriDirect

Im Auftrag der: AOL – Arbeitsgemeinschaft

Organisationsgebundene Landpresse





Fazit: die neue MAagrar bietet eine Vielzahl an Auswertungsmöglichkeiten, an dieser Stelle konnten nur stellvertretend einige davon gezeigt werden. Auch Wirtschaftlichkeitsberechnungen wie Streupläne sind für die untersuchten Titel in tiefer Differenzierung zu jeweils aktuellen Preisen möglich. Neue Darstellungen und Berechnungen finden Sie regelmäßig im Mediacenter von LV Mediasales (Iv-mediasales.de). Der Landwirtschaftsverlag Münster bietet darüber hinaus einen speziellen Markt- und Mediaservice an, der Ihre individuellen Fragen kompetent, kurzfristig und kostenlos beantwortet. *Kontakt: ma-agrar@lv.de*

MAagrar 2023

Interessante Auswertungsmöglichkeiten

Bei den Ergebnissen der Studie lassen sich zumeist Übersichtsergebnisse darstellen, die von Interesse für möglichst viele Werbungtreibende und Agenturen sind. Die Auswertungsmöglichkeiten gehen jedoch sehr viel weiter in die Tiefe. Die Möglichkeiten sind dabei so zahlreich wie die potentiellen Fehlerquellen. Daher empfehlen wir, die Services der teilnehmenden Verlage zu nutzen. Der Landwirtschaftsverlag Münster bietet diesen über seinen Markt-Media-Service an (maagrar@lv.de). An dieser Stelle nur ein paar Anregungen, in welche Richtungen dabei gedacht werden kann.

Exklusiv- und Mehrfach-Leserschaften

Fast immer dreht es sich bei der Mediaplanung um die Kontaktkosten. Additive Kontakte werden dabei sehr unterschiedlich bewertet. Wählt man etwa die Gruppe der Betriebe aus, die mehr als 10 ha Getreide anbauen, so errechnet sich eine Grundgesamtheit von rund 98 tsd. Betrieben. top agrar erreicht knapp 54 tsd. davon. Der Spezialtitel Getreidemagazin erreicht rund 7.6 tsd. Betriebe dieser Gruppe. Die Analyse zeigt, dass nahezu 6 tsd. Leser beide Titel nutzen, so dass für das Getreidemagazin etwa 1,6 tsd. Exklusivleser übrig bleiben, während top agrar über fast 48 tsd. Exklusivleser

Bezieht man die aktuellen Anzeigen-Seitenpreise in die Betrachtung ein, so errechnen sich für diese Zielgruppe Tausend-Nutzerpreise von 942,60 € beim Getreidemagazin und 361.63 € bei top agrar. Bezogen auf die Exklusivleser erhöhen sich die Beträge entsprechend. Eine zu top agrar zusätzliche Belegung des Getreidemagazins mit einer Seite würde 7.170 € kosten und gut 1.600 Nutzer zusätzlich bringen, somit läge der 1.000er Preis für diese zusätzlichen Kontakte sogar

bei über 4.400 €. Aber das ist natürlich nur ein Rechenexempel.

Kontaktkosten bei spitzen Zielgruppen

Auch die Kontaktkosten bei "spitzen" Zielgruppen können anders ausfallen, als mancher vermutet. So liegt es bei einem Vergleich zwischen profi und dem Maschinenring Magazin nahe, Betriebe mit größerer Flächenausstattung unter die Lupe zu nehmen. Von den etwa 43 tsd. Betrieben mit mehr als 100 ha LF (ohne Wald) erreicht das Maschinenring Magazin laut MAagrar etwa 13 tsd., profi ca. 16 tsd. Trotz ähnlicher Anzeigenpreise liegen die Tausend-Nutzerpreise von profi (766,40 €) rund 20 % unter denen des MR-Magazins (943,76 €). Es lohnt sich also, einige Varianten durchzuspielen. Für Ihre Kommunikationsplanung berechnen wir Ihnen gerne interessante Varianten. Kontakt: miriam.groening-voelker@lv.de.

Beispiel Betriebe ab 10 ha Getreidefläche

MAagrar 2023

M-Cloud	Betriebe	2023

W Oloda Bethe	DC 2020				
Tarife 2023 netto	1/1 4sc				
Referenzgruppe	Gesamt	3.050 ungew. Fälle		189 tsd. = 100 %	
Zielgruppe	Flächennutzu	Flächennutzung Ernte 2023		≥ 10 ha Getreide	
Zieigiuppe		2.336 ungew. Fälle		98 tsd. = 51,9%	
Medien	Getreidema	gazin			
Plan		Form. 1/1 4c	nur Getreide-Magazin	nur top agrar	beide
Nutzer	%		7,8	54,8	56,4
Nutzer	, tsd.		8	54	55
Koster	1, €		7.170	19.412	26.582
€/tsd. N	Vutzer		942,6	361,33	480,62

Beispiel Betriebe ab 100 ha Getreidefläche

MAagrar 2023

Tarife 2023 netto	1/1 4sc
Referenzgruppe	Gesamt

M-Cloud

Betriebe 2023

Referenzgruppe	Gesamt	3.050 ungew. Fälle		189 tsd. = 100 %	
7iolaminno	Flächennutzung Ernte 2023		≥ 100 ha LF/o. Forst		
Zielgruppe		2.309 ungew. Fälle / 694		43 tsd. = 22,7%	
Medien	Maschinenring-Magaz	zin	profi		
Plan	Form.	1/1 4c	nur MR-Magazin	nur profi	beide
Nutzer %			29,7	37,2	53,2
Nutzer, tso	d.		13	16	23
Kosten, €			12.034	12.248	24.282
€/tsd. Nutz	er		943,76	766,4	1.063,54



20 JAHRE ELITE

Geburtstagsausgabe mit Sonderheft

Elite - das Fachmagazin für Milcherzeuger feiert seinen 20. Geburtstag! In dieser Zeit hat sich in der Milcherzeugung - aber auch bei Elite - einiges getan: Gestartet als reines Printmedium reicht das Portfolio nun über Website, Social Media, Newsletter und App bis hin zu einem umfassenden Seminarangebot in Präsenz und Digital.

Die innovative Weiterentwicklung des Informationsangebots für den Milcherzeuger von heute und morgen steht bei Elite an oberster Stelle! Getreu dem Motto Kühe.Milch.Zukunft. wird daher in der Jubiläumsausgabe 6/23 inklusive Sonderheft der Blick nach vorn gerichtet und die Frage beleuchtet, wie die Milchproduktion in Zukunft aussehen kann.



Profitieren Sie von der erhöhten Auflage zur agritechnica und der einmaligen Werbewirkung. Nutzen Sie die Geburtstagsedition für Ihre Anzeigenwerbung!



HOFnetzwerk digital:

Das HOFnetzwerk digital von Hofdirekt, der Zeitschrift für Direktvermarkter, veranstaltet in diesem Jahr noch zwei Webinare:

"Warenwirtschaft - mit Warenwirtschaftssystemen betriebliche Abläufe digitalisieren und die Prozesse im Blick haben"

Termin: 14. September 2023

Themen: Was können Warenwirtschaftssysteme und wie finde ich das passende System für meinen Betrieb?

Einfaches Bestellwesen, Schnelle Lieferung.

immer das richtige Etikett - wie bringt die Wawi den Betrieb voran?

"Immer nur ackern wie blöde? Wege aus der Arbeitsfalle"

Termin: 30. November 2023

Themen: Stress lass nach - Anzeichen, dass es zu viel wird.

Liegen lassen lernen: Direktvermarkterinnen und Direktvermarkter sind zwar nie fertig, aber Feierabend machen lässt sich lernen.

"Mir reicht's, ich geh schwimmen" - wie verschaffen sich Direktvermarkterinnen und Direktvermarkter eine Pause? Beispiele aus

Für beide Webinare sind Sponsorings möglich. Kontakt: Maria Telges, 02501 801- 2861, maria.telges@lv.de



SUS-FACHTAGUNG

Hochwertiger Content mit neuem Konzept!

Die SUS-Fachtagung stellt sich in diesem Jahr internationaler auf: Am 26.06.23 in Herrieden und am 27.06.23 in Vechta sind neben renommierten deutschen Referenten, die über aktuelle Markttrends und den Einsatz von künstlicher Intelligenz referieren auch Experten aus Spanien und den Niederlanden zu Gast, die über ihre Herausforderungen und Erfahrungen berichten. Aktiv mitgestalten und diskutieren können die Teilnehmer bei den Podiumsdiskussionen, die mit Landwirten und weiteren Akteuren der Wertschöpfungskette geführt werden.



Übernimmt Pflege von Kundenadressen

Mit den AgriDirect-Scannern werden Betriebs- und Kontaktdaten kontinuierlich aktualisiert. AgriDirect unterhält somit die aktuellste und umfassendste Datenbank im europäischen Agrarsektor. Der Kunde entscheidet, in welchem Umfang, ob einmalig oder in bestimmten Zyklen AgriDirect die aktuellsten Betriebsdaten übermittelt werden sollen. In Kooperation mit dem Landwirtschaftsverlag Münster bietet AgriDirect auch gerne individuelle Lösungen an und verwaltet Kunden-Adressdaten in einem modernen CRM-System, nach DSGVO Vorgaben. Kontakt: Tobias Plogmaker, tobias.plogmaker@agridirect.de

Sonderheft "Beruf und Karriere 2023"

Chancen und Optionen für Absolventen von Unis, Hoch- und Fachschulen stehen im Son-

derheft "Beruf & Karriere" mit dem Wegweiser zur Messe Campus & Career im Mittelpunkt. Was das Agribusiness ausmacht, welche facettenreichen Aufgabenfelder es im Zuge von Künstlicher Intelligenz, Digitalisierung und Internationalisierung der Unternehmen gibt und wie sich dadurch die Arbeitswelt und die Berufsfelder ändern – das thematisieren die DLG-Mitteilungen in diesem Magazin.

Das Sonderheft liegt zur Agritechnica 2023 der Ausgabe 11/23 der DLG-Mitteilungen und auf Messe als Karriere-Wegweiser aus. Es ist ein unverzichtbares Werbemittel im Vorfeld und während der Argitechnica und bietet den passenden Rahmen und die Reichweite, um die Potenzialträger und Nachwuchskräfte im Agribusiness effektiv und mit geringen Streuverlusten zu erreichen.

Erscheinungstermin 31.10. 2023 Anzeigenschluss: 13.09.2023 Druckunterlagenschluss: 20.09.2023



Kontakt: mediamarketing@lv.de

Mehr Landwirtschaft! agrar

Forstmagazin 2023

Das diesjährige top agrar Forstmagazin erscheint am 19. September 2023 zusammen mit der top agrar-Ausgabe 10/2023 unter anderem mit Beiträgen zur Bestandespflege und Pflanzung, Forst- und Rücketechnik sowie Holzvermarktung.

Die große Zielgruppe der Landwirte und Agrar-Unternehmer mit Wald wird mit diesem Produkt sehr gut erreicht. AS: 14. August 2023, DU: 21. August 2023.



mediamarketing@lv.de

Ratgeber Energie 2023 im Herbst.

Auf über 100 Seiten Umfang werden die aktuell wichtigsten Themenbereiche ausführlich angesprochen: Solar EEG 2023, neue Konzepte zu Agri-PV, Solar-Freiflächen und Wirtschaftlichkeit, Biogas Vermarktung, Reststoff-Vergärung und Flexibilisierung sind nur einige wenige Stichworten zu dem umfangreichen Themenmix des Ratgebers. Das Sonderheft wird in einer Auflage von 5.000 Expl. ab Herbst 2023 zum Verkauf angeboten.

Das redaktionelle Umfeld bietet vielfältige Werbemöglichkeiten, um die spannende Zielgruppe investierender Betriebsleiter anzusprechen, AS: 04. September 2023. DU: 11. September 2023.

> Sie interessieren sich für eine Platzierung in diesem Umfeld?

Sprechen Sie uns gerne an:

Laurina Barkmann, F-Mail: laurina barkmann@lv.de Tel.: 0 25 01/8 01 26 60





PROFI SPEZIAL 2023

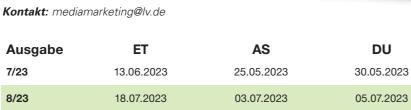
profi Spezial Smart **Farming**

Mit der Ausgabe 8 erscheint ein neues profi Spezial Smart Farming. Themen sind u.a. Präzisionslandwirtschaft und Robotik - digitale Themen bewegen mehr und mehr die landwirtschaftliche Praxis. profi zeigt Lösungen mit Potenzial für den Betrieb von morgen. Das Spezial ermöglicht eine Einordnung des Ist-Zustands für den Betrieb und gibt Impulse für weitere Entwicklungen beim digitalen Management, Landtechnik und Veredelungstechnik.

Zwei Sondernewsletter werden zum Spezial Smart Farming versandt. Der erste ist schon komplett ausgebucht. Versandtermin 2. Sondernewsletter: 20.07.2023, AS: 17.07.2023 (first come - first serve!) Smart Farminig: ET: 18.07.2023, AS: 09.06.2023, DU: 20.06.2023

Schwerpunktthema Glyphosat

Schwerpunkt Glyphosat-Alternativen In einem dreiteiligen Schwerpunkt zu Glyphosat-Alternativen beantwortet profi in den kommenden drei Ausgaben 6, 7 und 8 die drängendsten Fragen aus der Praxis: Wie kann Ackerbau auch ohne Glyphosat gelingen? Welche technischen Möglichkeiten gibt es, die Feldhygiene positiv zu beeinflussen? Alles rund um das Thema der mechanischen Unkrautbekämpfung und noch



ELITE DIGITAL

"Hohe Auslastung am Melkroboter" als Online-Serie

Um rentabel melken zu können ist eine hohe Auslastung am Melkroboter entscheidend. Die Elite-Redaktion hat vier Milcherzeuger befragt, welche Kennzahlen sie erreichen und wie sie eine kontinuierliche Auslastung über das Jahr gewährleisten.

Die exklusive Online-Artikelserie geht unter anderem ein auf die Platzierung des Melkroboters im Stall, die Fütterung am AMS und Futtertisch sowie auf die Klauengesundheit und erscheint im Juni auf elite-magazin.de.



Smart Farming

profi Spezial Fahrzeugkomponenten

Pünktlich zur Agritechnica zusammen mit Folge 12 erscheint das profi-Spezial Fahrzeugkomponenten

Darin geht es um Zahnräder für Getriebe, Schneidwerksmesser. Kabinen auf dem Selbstfahrer und mehr. Rund um die Systems & Components Messe im Rahmen der Agritechnica wirft profi zusammen mit der DLG einen Blick auf die große Welt der Fahrzeugkomponenten. Ihre Vorteile im Sonderheft: Offizielles Messeheft der System & Components Messe in Hannover, Platzierung Ihres Logos auf dem Hallenfaltplan (bei Anzeigenschaltung ab einer 1/4 Seite), Vollbeilage im profi Magazin Zusätzliche Auslage an den Eingängen der S&C-Messe in einer Gesamtauflage von ca. 70.000 Exemplaren Sondernewsletter + Anzeige + Hallenfaltplan

→ Jetzt das Gesamtpaket buchen!

Versandtermin Sondernewsletter zum Spezial Fahrzeugkomponenten: 10.11.2023 AS: 07.11.2023 (first come – first serve!)



Zahlreiche profi-Sondernewsletter 2023

••••••••••••

Newsletter erfreuen sich zunehmender Beliebtheit und werden gerne gelesen. In den kommenden Monaten bieten die profi-Sondernewsletter somit spannende Einblicke in verschiedene Aspekte der Landtechnik - und sehr gute Werbeplätze!

Geplante Themen:

20. Juli 2023: Smart Farming

4. August 2023: Mähdruschtechnik

17. August 2023: Glyphosat-Alternativen

24. August 2023: Forsttechnik

12. Oktober 2023: Smart Farming (ausgebucht) 3. November 2023: Agritechnica (ausgebucht)

10. November 2023: Systems & Components

14. November 2023: Agritechnica (ausgebucht)

14. Dezember 2023: Logistik

Im Vorfeld der Agritechnica wird zudem der reguläre wöchentliche profi-Newsletter um die Rubrik "Road to Agritechnica" ergänzt. In dieser Rubrik finden Sie alle News rund um die wichtigste Landtechnikmesse der Welt.

Und wenn es die große Bühne für Ihre Kampagne sein soll fragen Sie uns nach möglichen Terminen für den profi Standalone-Newsletter. Wir versenden Ihre Werbebotschaft damit exklusiv an die Leser des profi-Newsletters.

Details und Verfügbarkeiten erfahren

Anna-Lena Südhoff, Tel. 02501 /801-1710, E-Mail: anna-lena.suedhoff@lv.de

Wochenblatt

Sonderteil "Ausbildung und neue Perspektiven im Job"

Nicht nur das Handwerk benötigt dringend qualifiziertes Personal. Bei der Suche entpuppt sich der ländliche Raum als Reservoir wertvoller Arbeitskräfte. Das Wochenblatt für Landwirtschaft und Landleben unterstützt die Suche mit dem Sonderteil "Ausbildung und neue Perspektiven im Job." Unternehmen aus der Grünen Branche genauso wie Handwerksbetriebe und andere Branchen erhalten in Folge 37 des Wochenblattes die Chance, ihr Unternehmen genauso wie die typischen Arbeitsfelder vorzustellen und das mit der Suche nach Auszubildenden bzw. gualifiziertem Personal zu verbinden.

Besonders Handwerksbetriebe schätzen die

besonderen Eigenschaften und Fähigkeiten junger Menschen und Arbeitnehmer:innen vom Land. Das wollen wir mit dem neuen Sonderteil unterstützen. Ausgabe 37 vom 14. September 2023. Anzeigenschluss Mitwoch, 6. September 2023.

Kontakt: mediamarketing@lv.de

TERMINE

top agrar

Forstmagazin mit Ausgabe 10/2023 ET: 19.September 2023 AS: 14. August 2023

Ratgeber Energie ET: im Oktober 2023 AS: 04. September 2023

top agrar Österreich

top agrar Österreich Wandkalender 2024 ET: Folge 11, 7. November 2023 AS: 13. September 2023

profi Spezial Smart Farming mit Ausgabe

ET: 18. Juli 2023 AS: 09. Juni 2023

profi Spezial Fahrzeugkomponenten mit . Ausgabe 12/2023 ET: 08.11.2023 AS: 02 10 2023

DLG-Mitteilungen

Sonderheft "Beruf und Karriere 2023" ET: 31.10. 2023 AS: 13 09 2023

Elite

20 Jahre Elite Geburtstagsausgabe/Sonderheft ET: 06. November 2023 AS: 12. Oktober 2023

Best Practice "Klauengesundheit im Griff!" ET: 01.09.2023 AS: 28.07.2023

Elite-Stallgespräche Kälbergrippe den Kampf ansagen Veranstaltungsdatum: 25.10.2023 Buchungsschluss: 11.08.2023

Update für Eigenbestandsbesamer Veranstaltungsdatum: 22.11.2023 Buchungsschluss: 11.10.2023

Eutergesundheit am Melkroboter Veranstaltungsdatum: 13.12.2023 Buchungsschluss: 11.10.2023

SUS

Wochenblatt

SUS-Wandkalender: ET: 06.12.2023 AS: 09.10.2023

Wochenblatt

Sonderteil "Ausbildung und neue Perspektiven im Job" ET: 14. September 2023

AS: 06. September 2023

HOFdirekt - Schwerpunkte

Eis erfolgreich vermarkten FT: 8 Juli 2023 AS: 12. Juni 2023 Automatenverkauf ET: 8. Juli 2023 AS: 12. Juni 2023

ET= Erscheinungstermin AS= Anzeigenschluss



Thomas Preuße verabschiedet



Thomas Preuße (r), langjähriger Chefredakteur der DLG-Mitteilungen, ist am 30. März 2023 in den Ruhestand gewechselt.

Der 64-jährige kam bereits 1984 als Volontär zu den DLG-Mitteilungen – und hat seitdem viel bewegt. Zunächst arbeitete er als Pflanzenbau-Redakteur und übernahm früh Verantwortung für die damals noch eigenständige "Pflanzenschutz-Praxis". 1989 beriefen ihn die Gesellschafter des Max Eyth-Verlages zum Chefredakteur. In seiner Amtszeit entwickelte der Agrarwissenschaftler die Markenfamilie

DLG-Mitteilungen und die Qualität der Inhalte konsequent weiter. So wurde 1998 das von ihm initiierte und verantwortete englisch-sprachige Magazin "agrifuture" gelauncht - der erste mediale Schritt der DLG in ein Umfeld internationaler Landwirte. Seit einigen Jahren wird der Fokus "Zukunft Landwirtschaft" auch im Titel der Zeitschrift deutlich.

Sein Nachfolger ist Thomas Künzel (41, links im Bild), der ebenfalls schon seit 14 Jahren als Redakteur für die DLG-Mitteilungen tätig ist. Er war bereits im Oktober 2022 in die Chefredaktion eingetreten.





Zuchttitel Milchkuh ist gut gestartet

Das Magazin Milchkuh – Züchten aus Leidenschaft – ist gut ins das Jahr 2023 gestartet. Der Titel war den Rinderzüchtern erstmals im vergangenen Herbst zur EuroTier angeboten worden. Nicht nur bei den Lesern, auch bei den Werbekunden haben die interessanten Kennenlernangebote offensichtlich Erfolg gehabt.

Die hohe Attraktivität zeigt sich darin, dass die vier Ausgaben bereits jetzt mit einem Anzeigenergebnis belegt bzw. vorgebucht sind, das die Verlagserwartungen deutlich übertreffen konnte. Das Milchkuh-Team aus Rinderexperten im Verlag arbeitet mit Hochtouren daran, die Erfolgsgeschichte fortzuschreiben.

Alle Informationen zu unseren Medienangeboten und zur MAagrar finden Sie unter www.LV-Mediacenter.de Immer auf dem Laufenden – melden Sie sich auch zum Agrarkontakt Newsletter an unter agrarkontakt@lv.de

Impressum

Herausgeber: Landwirtschaftsverlag GmbH, Hülsebrockstr. 2–8, 48165 Münster

Mail: agrarkontakt@lv.de; www.lv-mediasales.de

Geschäftsführung: Dr. Ludger Schulze Pals, Malte Schwerdtfeger Redaktion: Dr. Peter Wiggers (verantwortlich), Miriam Gröning-Völker

Layout: LV MediaPro im Landwirtschaftsverlag GmbH, Titelfoto: AdobeStock | Countrypixel



DEUTSCHER

2023

GRAR-MARKETING-PREIS

15. DEUTSCHER AGRAR-MARKETING-PREIS

Der Award für die besten Agrar-Werbekampagnen

JETZT TEILNEHMEN!

(Einreichungsschluss ist der 25. August 2023)

Alle Infos zum Wettbewerb und zur Teilnahme unter agrarmarketingpreis.de und agrarmarketingpreis@lv.de



