

BIORAMA

TARIFE UND MEDIADATEN 2020

STAND: HERBST 2019

BIORAMA – AUFREGEND UND ANDERS



BIORAMA ist ein **Print-Magazin in seiner besten Form mit klarem Fokus, gut recherchierten Reportagen und spannenden Stories.** Die nachhaltigen Einkaufstipps und die unterhaltsame Lektüre zeichnen BIORAMA Heft für Heft aus. Kurz und gut: Ein echter Bio-Genuss!

MARTINA HÖRMER, Geschäftsführerin
Ja! Natürlich (REWE International AG)



BIORAMA ist die Indie Rock Band unter den ganzen Bio-Magazinen. Ökoschlappen und Achselhaar sind hier nicht erlaubt. Hier wird hart auf Kante geschrieben und der Finger schön tief in die Wunde gelegt. Wer coole nachhaltige Alternativen sucht, wird sie hier finden. **Das Schönste, was gerade aus Österreich importiert wird. Bitte mehr davon.**

BERND HAUSMANN, Glore Onlineshop für EcoFashion



BIORAMA ist für mich eine erfrischende Lektüre, die aktuelle nachhaltige Themen auf moderne Art und Weise zu vermitteln vermag. **Die Dinge aus einem anderen Blickwinkel zu betrachten, den Fokus einmal anders zu setzen** und all das mit einer kreativen grafischen Gestaltung einzurahmen – das macht BIORAMA für mich aus.

PHILIPP THIEL, ÖMA, Ökologische Molkereien Allgäu (D)



Mit BIORAMA steht uns ein zuverlässiger und kompetenter Partner zur Seite, der nicht nur wertvolle Inputs zur originellen Gestaltung und optimalen Aussteuerung unserer Inhalte liefert, sondern aus unseren Wünschen Formate erstklassiger Kreativität entwickelt. **Wir können uns darauf verlassen, dass die Umsetzung unserer Onlinemaßnahmen schnell und mit hohem Qualitätsanspruch erfolgt** – abgestimmt auf unsere Bedürfnisse und die Ansprüche der Zielgruppe.

ALI DEMIRYUERK, Head of Digital Unit, WWF Österreich

BIORAMA – AUFREGEND UND ANDERS



Ich lese gerne über Lebensmittel in ehrlicher Qualität, von Menschen die mit ihrem Namen und Ihrem Gesicht dahinter stehen, damit das Vertrauen in die Qualität unseres Essens nicht verloren geht! **Wir brauchen mehr davon!**

JOSEF ZOTTER, *Chocolatier,
Bauernhofromantiker und Andersmacher*



BIORAMA ist alternativ und naturverbunden, aber keineswegs schmutzig und altmodisch. **Mit BIORAMA können wir unseren Kunden nun ein frisches und freches Magazin anbieten, das auch junge und moderne Themen behandelt.**

LUKAS NOSSOL, *Marketingleiter Dennree
GmbH/Denn's (Töpen/D)*



BIORAMA ist **das bisher einzige Magazin, das konsequent nachhaltigen Konsum propagiert**. In einer Art und Weise, die Lust auf mehr macht und die Neugierde weckt. Immer nah am Puls der Szene bringt es Trends, die anderen Medien verborgen bleiben.

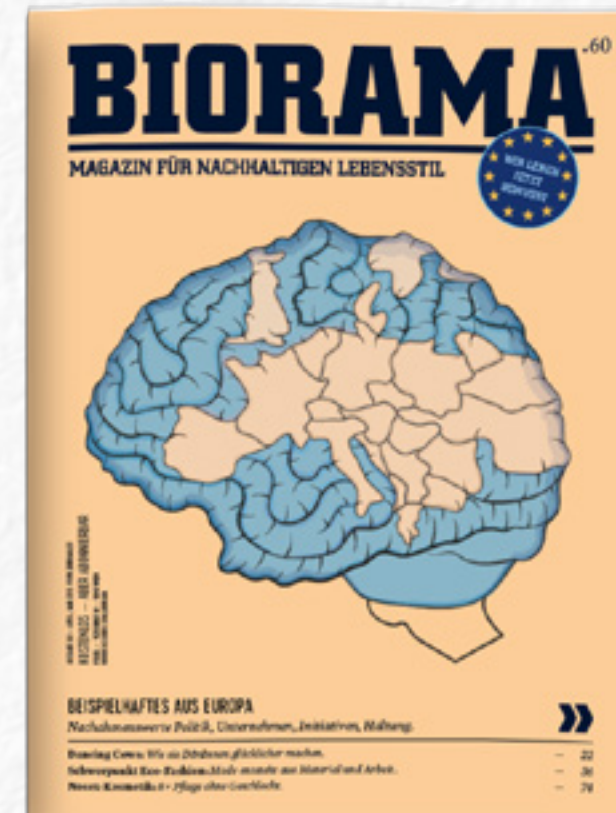
SABINE LYDIA MÜLLER, *Vorstand
Dasselbe in Grün e. V. (Köln/D)*



BIORAMA zeigt Möglichkeiten auf, wie's auch anders gehen kann. Und das in einer **journalistisch professionellen und kreativ-bunten Art und Weise**.

JOHANNES GUTMANN, *Gründer Sonnentor
(Sprögnitz/Ö)*

BIORAMA. MAGAZIN FÜR NACHHALTIGEN LEBENSSTIL ...



... erzählt von seiner Welt und reflektiert basierend auf einfachen, grundsoliden Werten. BIORAMA ist kein Reißbrettprodukt, sondern ein Anliegen. Eine Herzensangelegenheit, gemacht **von der Zielgruppe für die Zielgruppe**. Grundsätzlich ist BIORAMA ein Magazin.

Aber BIORAMA ist auch ein **Kompetenzzentrum**. Wir betreiben eine Online-Plattform (biorama.eu), sind im Web 2.0 aktiv, konzipieren und organisieren Veranstaltungen. Das alles beruht auf ökologisch-sozialen Werten, der inhaltlichen Kompetenz, den redaktionellen Fähigkeiten, der Feinfühligkeit und den konzeptionellen Stärken von BIORAMA.

DATEN, DIE SIE INTERESSIEREN KÖNNTEN

BIORAMA 60 — LERNEN VON EUROPA: GRIECHENLAND

24



TEXT UND BILD
Jürgen Schmücking

DIE KLEINEN SEELEN DER ÄGÄIS

Atherinas sind kaum größer als ein kleiner Finger. Sie leben in großen Schwärmen und ihre Bestände gelten, im Vergleich zu manchen Artgenossen, als stabil. Kleine Fischereien in Griechenland werfen ihre Netze nach ihnen aus und sind damit ökologisches Vorbild für eine ganze Industrie.

25

Acht ägyptische Fischer, die ihr Handwerk beherrschen. Ein griechischer Kapitän, der seit 35 Jahren zur See fährt und die Ägäis praktisch im Blut hat. Ein alter Kutter, der genauso heißt wie das Dorf, in dem sein Hafen liegt: Agios Georgios. Eine Nacht außerhalb der Komfortzone und mit erstaunlichen Erkenntnissen. Über Europa, die Fischerei und über das Fischen am unteren Ende der Nahrungskette.

Am frühen Abend, kurz vor Sonnenuntergang, kehrt Ruhe ein, am Steg von Agios Georgios. Die Ausflugsboote der TouristInnen sind längst im Hafen, die TouristInnen, viele sind es hier ohnehin nicht, verteilen sich auf die Handvoll Tavernen im Dorf. Am Steg sitzen ein paar Männer und flicken Netze. Sie warten auf ihren Kapitän. Auf »Käpt'n Lambros« und auf die Nacht. Und sie hoffen auf guten Fang. Erwa zwölf Stunden werden sie im Meer zwischen der Insel Evia und dem griechischen Festland kreuzen und ihre Netze einholen. Die Art, wie sie fischen, ist jahrhundertaltes Handwerk. Was sie fangen, ist nicht mehr das Gleiche wie noch vor zehn Jahren. Die Menge der gefangenen Fische wird ebenso kleiner wie die Fische selbst. Kleine Ährenfische und Bastardmakrelen. Der Großteil des Fangs wird aus diesen beiden Fischarten bestehen. Was sonst noch im Netz landet, wird man sehen.

Außerhalb Griechenlands (und Teilen der Türkei) haben es kleine Fische wie die Atherinas, die Kleinen Ährenfische, nicht einfach. Der Markt will große, feste und vor allem grätenfreie Filets. »Nose to tail« beim Fisch ist im Mainstream noch nicht angekommen. Dabei wäre es ökologisch viel sinnvoller, vermehrt kleine Fische auf die Speisekarte zu setzen. Einfach weil sie kürzere Reproduktionszyklen haben und sich daher schneller erholen als Kabeljau, Thun oder Seeteufel. Von der geschmacklichen Horizonterweiterung dieser im Ganzen frittierten Winzlinge ganz zu schweigen.

Ägäis
Das Ägäische Meer, benannt nach Ägeus, dem sagenumwobenen König Athens, ist der nördöstliche Teil des Mittelmeers zwischen Griechenland und der Türkei. Von den Ägäischen Inseln – bekannt sind vor allem Kos, Lesbos und Euböia – gingen im Altertum viele kulturelle Entwicklungen aus.

EKKURS: AM GRUND DER BÜROKRATIE
Lambros Paugeros' Fischgründe liegen in der Ägäis. Genauer gesagt im nördlichen Golf von Evia. In der Sprache der Bürokraten und Diplomaten gehört das zum PAO-Fanggebiet 37. Untergebiet 3 (Östliches Mittelmeer), Bereich 37.3.1 (Ägäis). In diesem Bereich gelten die beiden Fischarten, die Lambros' Fang noch vor

BIORAMA 60 — ECOFASHION: DENIM

45



TEXT
Paula Emilio Huppertz

DIE GUTE NEUE BLUEJEANS

Wie unterscheidet sich nachhaltiger Denim von konventionellem? Diese acht europäischen Jeansmarken versuchen, Umwelt und Mensch zu schonen.

Eine Jeans für viele Körper – bei Seltman wird jedes Paar auf Onlinebestellung maßgeschneidert.

Seit der Entstehung des Denim im französischen Nîmes hat sich bei der Jeansproduktion einiges getan – leider nicht nur Gutes: Der Einsatz von genetisch verändertem Saatgut, Pestiziden und ein hoher Wasserverbrauch beim konventionellen Baumwollanbau sowie giftige Färb- und Bleichmethoden machen Jeans zum echten Umwelt- und Gesundheitsrisiko. Diese acht Slow-Fashion-Labels möchten es anders machen: Sie alle nutzen ressourcen- und umweltschonende Materialien und Verfahren und bemühen sich offensichtlich um Transparenz des Produktionsprozesses.

FAIRJEANS
Die Freiburger Marke hält ihre Jeanskollektion mit nur drei Herren- und zwei Damenmodellen bewusst minimal. Es besteht aber die Möglichkeit, bei Farbe (Blau oder Schwarz), Material (100 Prozent Baumwolle oder mit zwei Prozent Elasthan) und Waschung (Raw Denim oder Used Look) zu wählen. Die GOTS-zertifizierte Biobaumwolle wird in der Türkei angebaut und gewebt und in Polen weiterverarbeitet.

MUD JEANS
Diese Hosen können nicht nur gekauft, sondern durch eine monatliche Zahlung auch gemietet werden. Bei der »Lease A Jeans«-Option bleibt die Hose im Besitz des niederländischen Unternehmens und kann nach Ende des Leasing-Zeitraums zurückgegeben werden. Anschließend wird sie als Vintage-Hose angeboten oder in einem der ältesten Unternehmen Spaniens (Tejidos Royo) zu neuem Denim recycelt. MUD Jeans bestehen aktuell zu 23–40 Prozent aus recyceltem Denim-Material.

MUD Jeans werden mit Denim aus recycelter 80- und Biobaumwolle sowie Tencel hergestellt.

BIORAMA 55 — KÄSETRENDS UND TRENDKÄSE

43



TEXT UND BILD
Jürgen Schmücking

CHEESES!

Über Trends beim Käse zu schreiben, war die Aufgabe. Gibt es das? Trends beim Käse? Gibt es. Hier ein paar Beobachtungen dazu. Von heimischen Schimmeln und britischen Stinkern.

Beginnen wir, womit eine Käsedegustation in der Regel endet. Beim Blauschimmelkäse. Ein Klassiker unter den Blauschimmeln der Käsewelt. Um die Entstehung des Gorgonzolas ranken sich Mythen und Legenden, bei denen die älteren auf das Jahr 879 zurückgehen. Viel wichtiger ist aber, dass der Gorgonzola Classico ein cremig-würziger Blauschimmelkäse ist, der es allein schon durch seine zähflüssige Konsistenz seinen Konkurrenten schwer macht. Er wirkt stütlich, kräftig und voluminös. Bleibt lange genug am Gaumen haften, um in guter Erinnerung zu bleiben. Aus dem »Stall« der Käserie Plangger kommen seit jeh'r Tirols spannendste Käseotypen. In den planggerschen Kellern reift grandioser Käse- und Almkäse. Und auch ein Blauschimmelkäse. Die Grundlage liefert Bioheumilch, die Reifung dauert etwa zwei Monate. Durch seine kompakte Form, den würzigen Geschmack und die feste Konsistenz eignet sich der Tiroler Bio-Blue perfekt für die Marend, die Tiroler Brotzeit.

BLAUER WUNDER VON BÜFFEL UND SCHAF
Dem Käse der Nuarts fliegen immer die Herzen zu. Wenn man das Glück hat, hier einen gereiften Laib zu ergattern, ist das ganz großes Blauschimmelkino. Außerordentlich intensive und reife Noten. Überhaupt sind Reife und Schmelz die Grundcharakteristika dieser Rarität. Außerdem bietet er rustikal-pilzige Aromen und einen Abgang, der überhaupt nicht aufzuhören scheint.

Feine Adern ins rechte Licht gerückt: Blauschimmelkäse ist auch eine Schönheit. Bild: Marion Lüttenberge.

100 %
PICK-UP RATE
KEIN
STREUVERLUST

BIORAMA

ERSCHEINUNGSWEISE

Gratis, aber abonnierbar. BIORAMA liegt an **glaubwürdigen Orten** und im Einzelhandel (Denn's Biomärkte, Naturkostläden, Eco-Fashion-Stores etc.) aus, in Bio- und Designhotels, in der Gastronomie und wird im Rahmen von **saisonalen Vertriebschwerpunkten** distribuiert (BioFach, ErdGespräche, Heldenmarkt, ÖkoRausch, Vienna Design Week, WearFair etc.). Weil BIORAMA immer schnell vergriffen ist, lohnt es sich, das Magazin zu abonnieren. Diesen Service weiß ein stark wachsender Anteil unserer LeserInnen zu schätzen.

AUFLAGE

85.000 Stück im deutschsprachigen Raum: davon etwa 55.000 in Deutschland und 30.000 in Österreich.

VERTRIEB

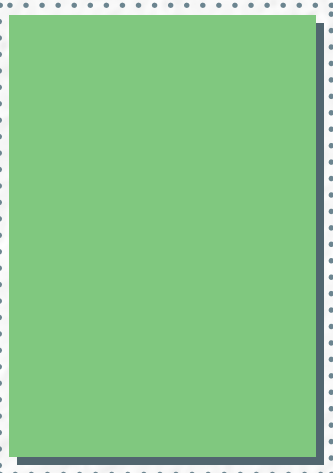
6 × jährlich + mehrere Sonderhefte

UNSERE ANZEIGENFORMATE UND PREISE

KLASSISCHE ANZEIGENFORMATE

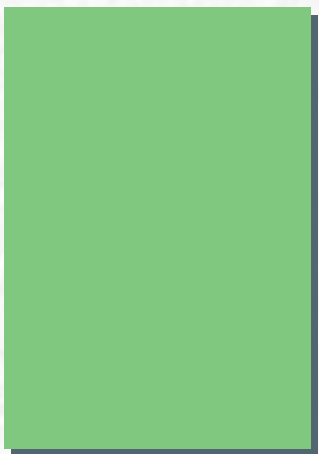


Magazinformat:
190 × 250 mm



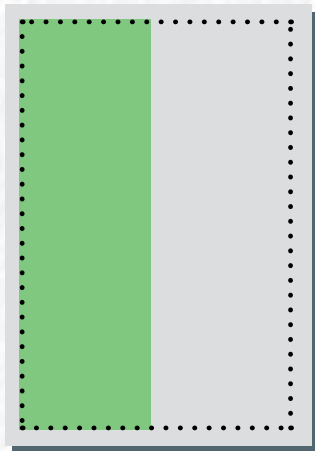
1/1 SEITE
GESAMTAUFLAGE
190 × 250 mm
plus 3 mm Beschnittzugabe

EUR 4.500,—



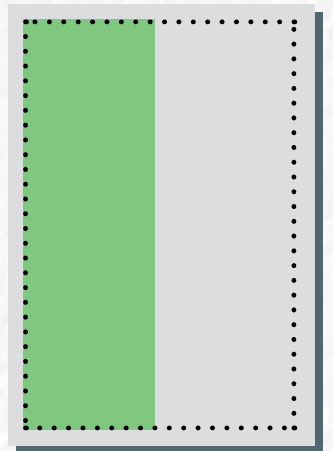
1/1 SEITE
Ö- ODER D-AUFLAGE
190 × 250 mm
plus 3 mm Beschnittzugabe

EUR 3.700,—



1/2 SEITE
GESAMTAUFLAGE
78 × 226 mm
ohne Beschnittzugabe

EUR 2.700,—



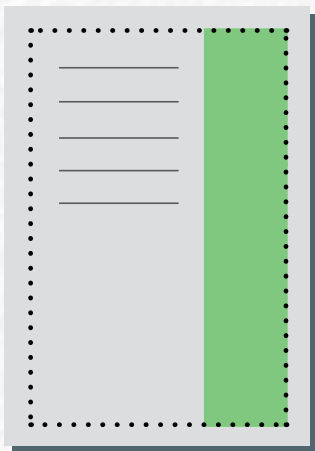
1/2 SEITE
Ö-O ODER D-AUFLAGE
78 × 226 mm
ohne Beschnittzugabe

EUR 2.200,—



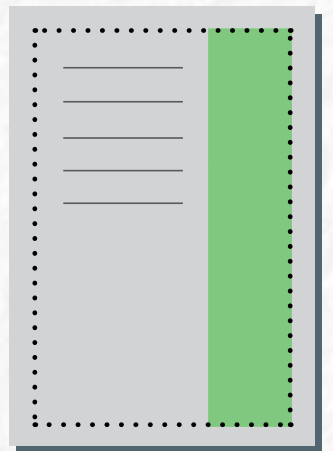
»RAMBAZAMBA« ANZEIGENFORMATE

im Satzspiegel, ohne Beschnittzugabe



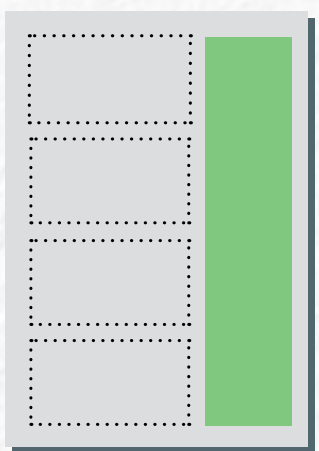
SEITE 3
**NEBEN INHALTS-
VERZEICHNIS,**
GESAMTAUFLAGE
51 × 225,3 mm

EUR 2.700,—



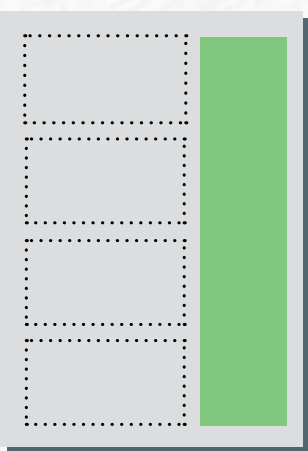
SEITE 3
**NEBEN INHALTS-
VERZEICHNIS,**
Ö- ODER D-AUFLAGE
51 × 225,3 mm

EUR 1.700,—



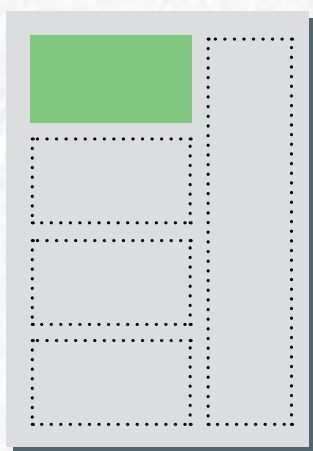
KLEINANZEIGE
GESAMTAUFLAGE
51 × 225,3 mm

EUR 2.500,—



KLEINANZEIGE
Ö- ODER D AUFLAGE
51 × 225,3 mm

EUR 1.500,—



KLEINANZEIGE
GESAMTAUFLAGE
109 × 52 mm

EUR 590,—

PLATZIERUNG

U2/ **UMSCHLAGSEITE GESAMTAUFLAGE** EUR 5.900,—
UMSCHLAGSEITE NUR Ö- ODER D-AUFLAGE EUR 4.900,—

U3/ **UMSCHLAGSEITE GESAMTAUFLAGE** EUR 5.200,—
UMSCHLAGSEITE NUR Ö- ODER D-AUFLAGE EUR 4.500,—

U4/ **UMSCHLAGSEITE GESAMTAUFLAGE** EUR 7.100,—
UMSCHLAGSEITE NUR Ö- ODER D-AUFLAGE EUR 5.900,—

BEILAGEN (ohne Fremdanzeigen) pro 1.000 Stück EUR 140,—

Panorama und 1/2 Panorama, Beikleber, Beihefter und Sonderwerbe-
formen sowie Goldideen zur Wettbewerbseinreichung, Preise auf Anfrage.

THEMEN

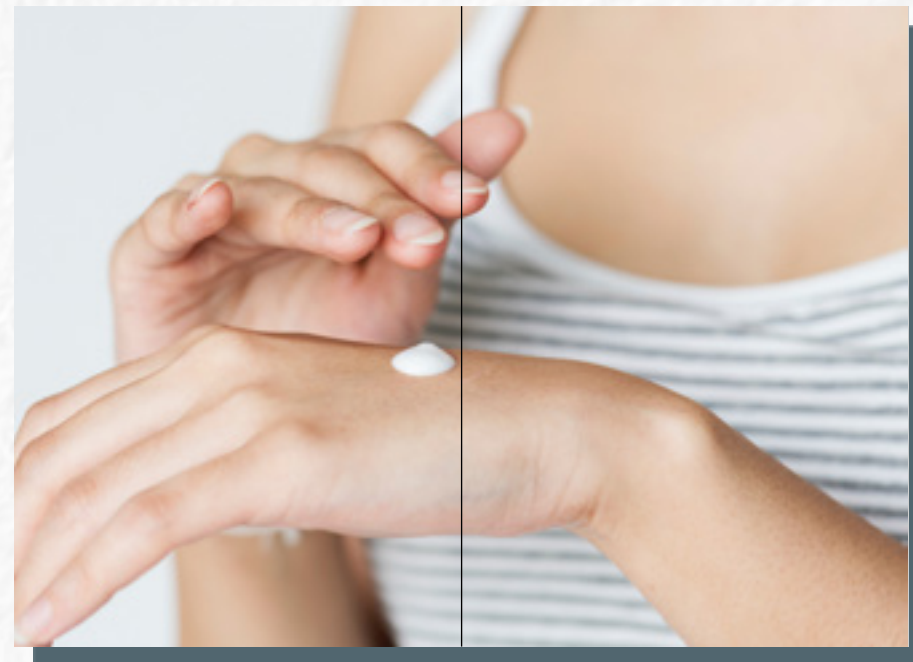
FOLGENDE THEMEN BEGLEITEN UNS DAS GANZE JAHR UND KOMMEN IN FAST JEDER AUSGABE VOR:



LEBENSMITTEL, FOOD,
GENUSSMITTEL



VEGANISMUS



NATURKOSMETIK



MOBILITÄT & REISEN



ECO-FASHION

Neben Lebensmitteln und Kosmetik bleibt Eco-Fashion der große, wachsende Bio-Bereich. Ökologisch verträgliche Materialien und Verarbeitung verlangen auch eine sozial verträglichen Produktion und Langlebigkeit bei ständig wechselnden Moden.



WEIN

Biowein und seine Varianten beschäftigen seit vielen Jahren den Weinbau. Der Klimawandel bringt Winzer dazu, andere Rebsorten anzubauen. Neu gezüchtete Rebsorten brauchen weniger Spritzmittel und Pestizide. Wein und sein Genuss bleiben für uns Thema!



FINANCE

Unternehmen suchen nach neuen Formen der Zusammenarbeit, Banken bieten bei Investments nachhaltige Produkte an und seit 2018 gibt es einen EU-Aktionsplan „Nachhaltige Finanzwirtschaft“. Ab 2019 widmen wir uns regelmäßig dem Thema Green Finance.

SCHWERPUNKTE & ERSCHEINUNGSDATEN

Ausgabe	Erscheinungstermin Druckunterlagenschluss	SCHWERPUNKTE
65	10. FEBRUAR 2020 17. JÄNNER 2020	Klimakosten der Digitalisierung, Konfliktstoffe, Bison Farming, Landschaftspflege, Landleben in Rumänien, Trends der Biofach, Käsetrends, Zucker, Zugreisen & Reisegepäck, Kleidertausch, Natürliche Raumdüfte, Zahnpflege
66	6. APRIL 2020 13. MÄRZ 2020	Biodiversität und Artenvielfalt, Upcycling-Mode, Leben ohne Plastik, Agriturismo, Honig, Nützlinge am Balkon und im Garten, Abenteuerurlaub, Yoga-Reisen, Cola, Tierfutter, Flachs – Rückkehr einer alten Kulturpflanze, Verbene, Eisenkraut oder Zitronenverbene
67	8. JUNI 2020 15. MAI 2020	Schweden, Garten und Balkon: Regenwasser, die Grillparty, Tipps gegen Hitze, Hofladen, Wildfrüchte, Vorratshaltung in der Wohnung, Zugreisen, Outdoor-Mode, Küchenmesser, Rasur, Kukurmer liegt in der Luft
68	10. AUGUST 2020 17. JULI 2020	Die schönsten Wander-Regionen, Kindermode, Berufsorientierung: Jobs mit Sinn, der Apfel, Essig, Brotbacken, Städtetrips mit dem Zug, Textilien färben, Proviant zum Wandern, Auf Dauer desodoriert: Natürlichkeit vs Langzeitwirkung, Stangendeos
69	5. OKTOBER 2020 11. SEPTEMBER 2020	The Sex Issue: Schwerpunktausgabe Sex, Natürlich verhüten, Polyamorie, Bäume vermehren, Romantische Urlaubswochenenden, Temeswar – Europäische Kulturhauptstadt 2021, Kochen mit Milch, Pilgerreisen, Jagd, Grillen im Winter, Schlafwohl: Was uns schöner aufwachen und einschlafen lässt; Algensegen: Die Rotalge hat sich von der Küche ins Bad ausgebreitet
70	7. DEZEMBER 2020 13. NOVEMBER 2020	Hund und Katz, Fair Trade, Honig, Gewürz-Trends, Yoga für EinsteigerInnen, Hyaluronsäure und ihre Doppelgängerinnen der Naturkosmetik, Backen und süße Backmischungen

SONDER- PUBLIKATIONEN



BIORAMA NIEDERÖSTERREICH

Juni und Oktober 2020
Auflage: jeweils 20.000



ECO FASHION GUIDE

Frühjahr 2020



DAS ÖSTERREICHISCHE BIER MAGAZIN

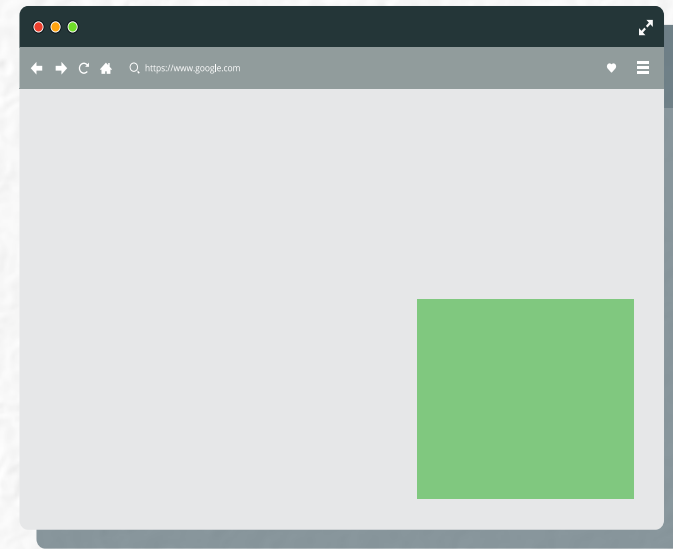
3× jährlich
Auflage jeweils 20.000 Stück



BOOKAZINE: BIOKÜCHE IN ÖSTERREICH 2020

November 2019, Auflage: 40.000

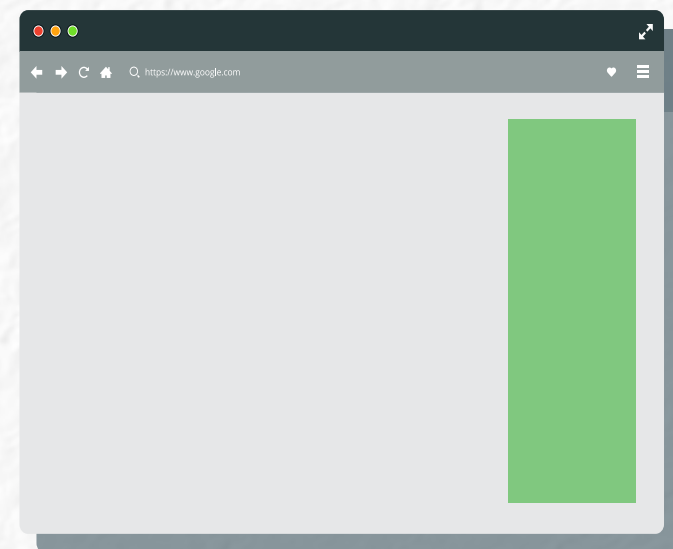
WERBEFORMEN ONLINE



CONTENT-AD 300 × 250 Pixel

Die unangefochtene Nummer eins unter den Online-Werbemitteln. Sie werden unmittelbar bei redaktionellem Content eingebunden – **erhöhte Aufmerksamkeit ist Ihnen gewiss.**

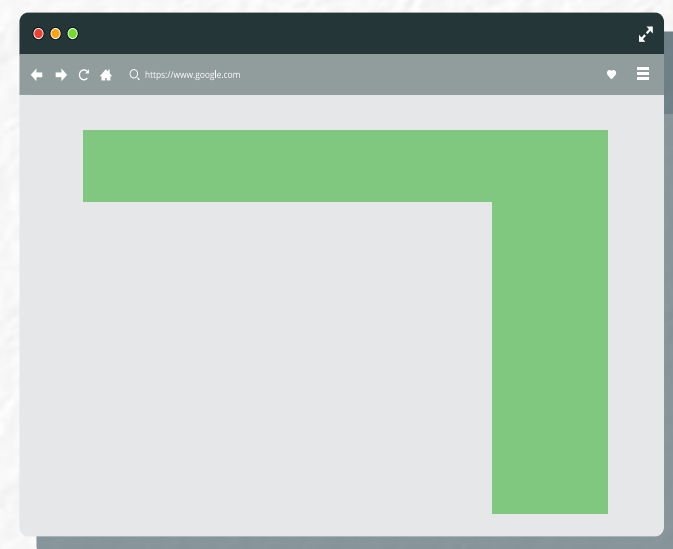
TKP EUR 55,—



SKYSCRAPER 160 × 600 Pixel

Der Skyscraper ist hochformatig, wird rechts neben dem Textfeld platziert und reicht ganz nahe an die Scroll-Leiste heran.

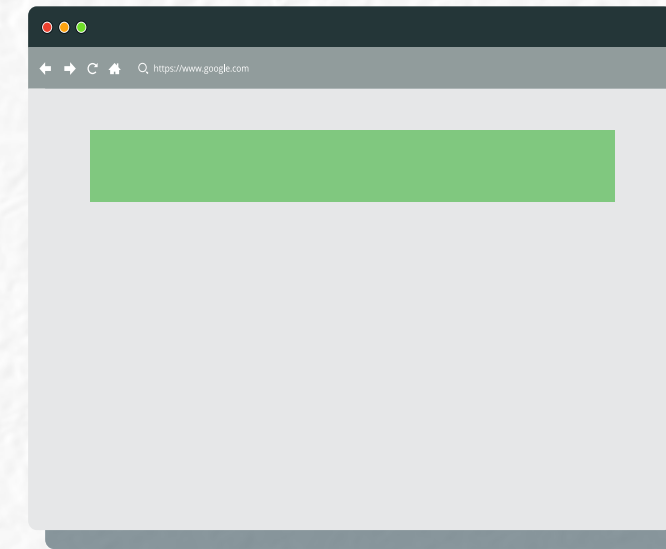
TKP EUR 45,—



L-AD 728 × 90 Pixel + 160 × 600 Pixel

Kombination aus Skyscraper und Superbanner. Dieses Format sticht durch seine Größe hervor und bietet sich ganz besonders für Imagekampagnen an.

TKP EUR 55,—



SUPER-BANNER 728 × 90 Pixel

Mittig und oben am Bildschirm platziert, befindet sich der Super-Banner stets im direkten Blickfeld. Durch die, im Vergleich zum Standardbanner, größeren Abmessungen haben Sie genug Raum, Ihre Inhalte zielgerichtet zu verbreiten.

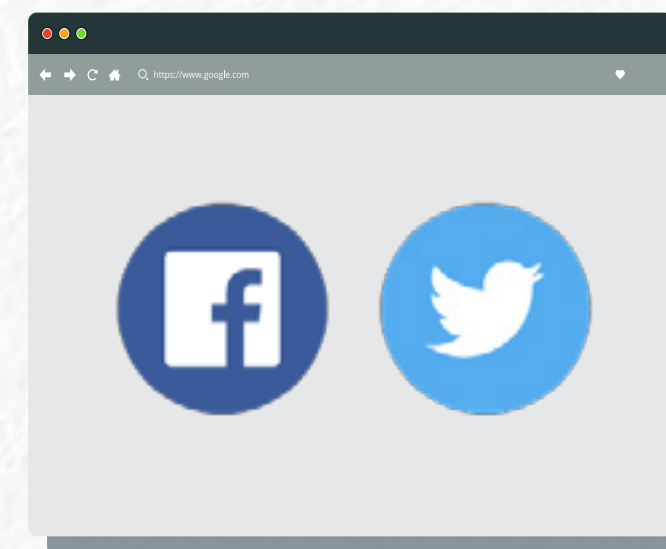
TKP EUR 35,—



ADVERTORIAL 2000 Zeichen

BIORAMA unterstützt mit seiner Reichweite beim Roll-out die Storytelling-Formate seiner PartnerInnen, transparent ausgewiesen als Advertorial. Dabei liegt die Texterstellung beim Kunden oder gegen Aufpreis und nach Kundenbriefing bei BIORAMA.

EUR 1.000,— / WOCHE



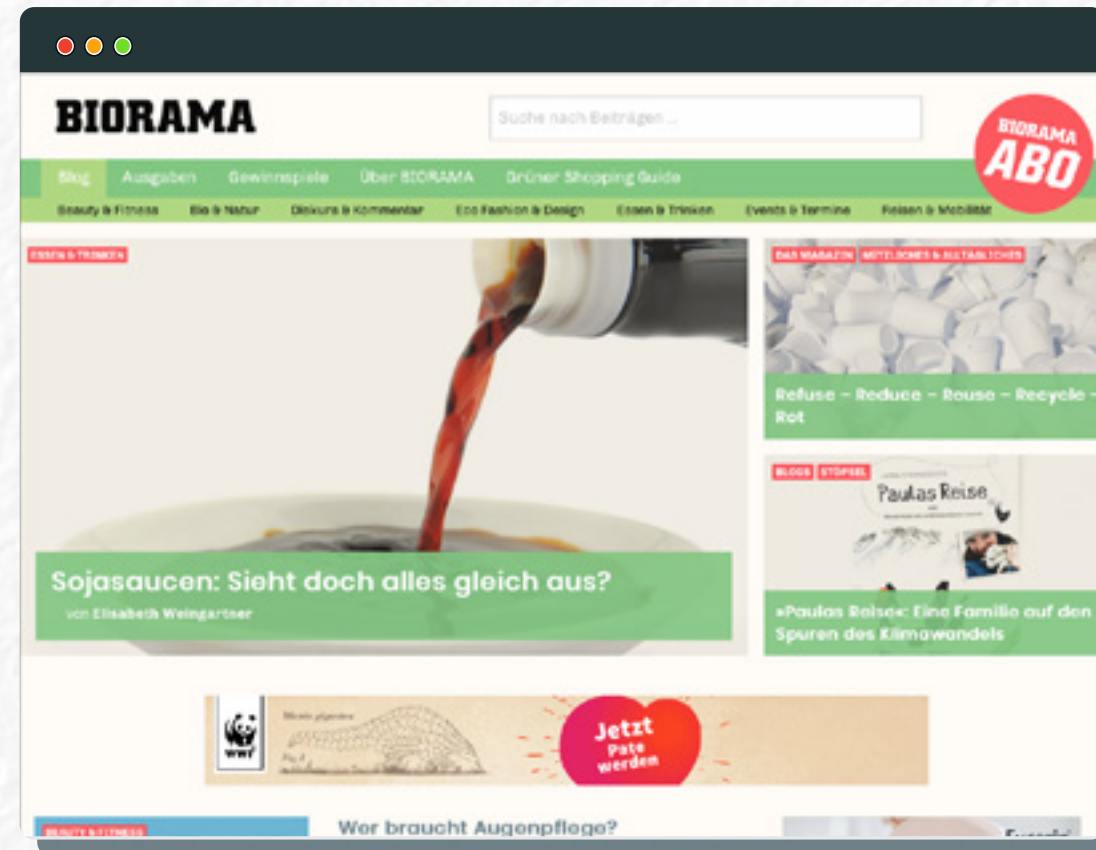
SOCIAL MEDIA SEEDING

Gerne bieten wir Ihnen unsere Social Media Kanäle auf Facebook und Twitter zur Verbreitung von Content, Events etc.

TKP EUR 350,—

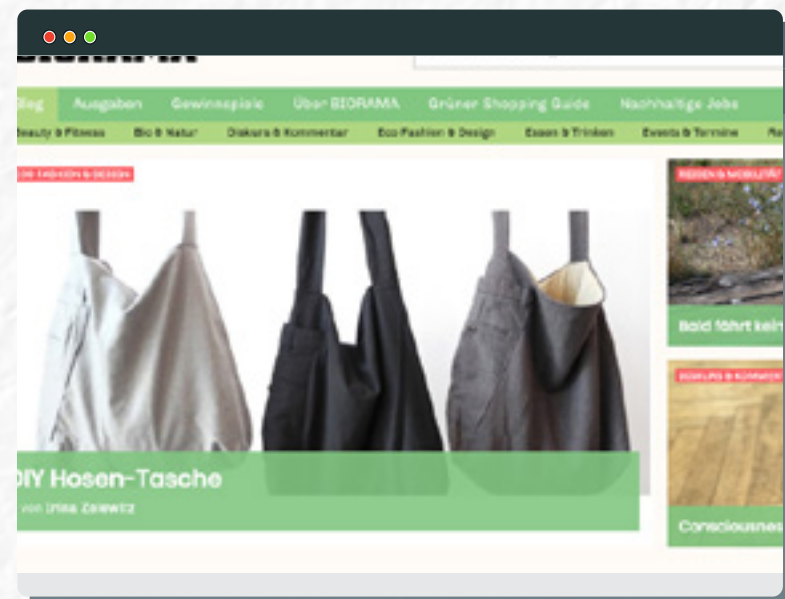
WERBEFORMEN ONLINE

SPEZIELLE
ANGEBOTE UND
FIXPLATZIERUNGEN
GERNE AUF
ANFRAGE!



BIORAMA.EU

Auf dem Webportal biorama.eu berichtet die Redaktion tagesaktuell über relevante Themen. In Kombination mit einer großen Facebook- und Twitter-Community wird zusätzliche Aufmerksamkeit generiert.

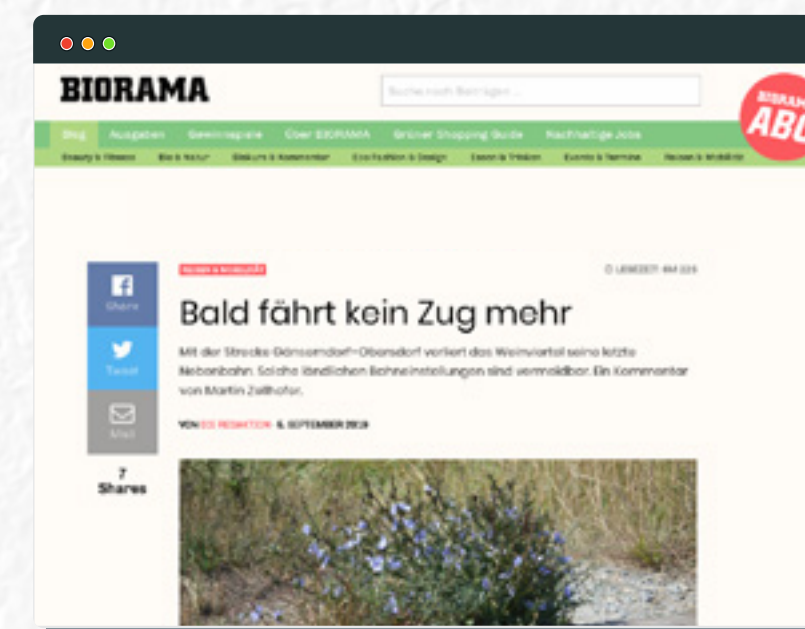


BRANDED CONTENT

BIORAMA hilft bei der Entwicklung individueller Erzählformate für Ihre Brand Message. Branded Content auf biorama.eu bedeutet: Artikel mit individuellem Mehrwert für unsere LeserInnen, die wir mit den Kommunikationszielen unserer zahlenden Kunden verbinden. Dabei setzen wir auf direkte Ansprache, eine jeweils passende Bildwelt, appellativen Charakter mit klarem

Call-to-action. Wir erstellen Branded Content inhaltlich fundiert und glaubwürdig, zielgruppengerecht und SE-optimiert. Er wird transparent als bezahlte Kooperation ausgewiesen, entspricht dabei aber konsistent dem Look-and-Feel von BIORAMA und erreicht Zielgruppen in einem thematisch passenden Umfeld.

PREIS AUF ANFRAGE



THEMENSEITE

Wir richten auf biorama.eu Channels ein, die von PartnerInnen gebrandet werden können, und themenspezifischen BIORAMA-Content zugänglich machen. Die Inhalte auf diesem Channel können redaktionelle Artikel aus unserem Archiv, Advertorials oder auch Branded Content sein.

Das Design kann sich an BIORAMA orientieren – oder bis zur komplett frei gestaltete Landing Page oder Microsite reichen – auf Wunsch auch als Subdomain von BIORAMA.eu.

PREIS AUF ANFRAGE

BIORAMA EVENTS

BIORAMA engagiert sich mit zahlreichen Veranstaltungen im Umfeld seiner Print- und Onlineplattformen. Ob mit Diskussionsveranstaltungen, LeserInnen-Safaris oder Märkten wie der BIORAMA Fair Fair oder den Craft Bier Festen – BIORAMA macht Themen greifbar.



01 BIORAMA LESER-SAFARI BIORAMA-THEMEN LIVE ERLEBEN

Wir besuchen regelmäßi mit interessierten LeserInnen Betriebe, Produktionstätten und Projekte.



02 BIORAMA FAIR FAIR FRÜHJAHR 2020

Fashion-, Design- und Food-Market für nachhaltige Produkte.



03 CRAFT BIER FEST UND VIENNA BEER WEEK 2019 4 EVENTS

Bierige Events rund ums Jahr.



04 AUSZEICHNUNG »BIOPRODUKT DES JAHRES« HERBST 2020

Zum dritten Mal küren die Bio Österreich (Messe Wieselburg) und BIORAMA 2020 das »Bioprodukt des Jahres« – in vier Kategorien.

BIORAMA

MAGAZIN FÜR NACHHALTIGEN LEBENSSTIL

WIR LEBEN
JETZT
BEWUSST

KONTAKT

WWW.BIORAMA.EU

BIORAMA GmbH
Wohllebengasse 16/6
1040 Wien
Österreich

E-Mail redaktion@biorama.eu
Web www.biorama.eu

Druckdaten an
grafik@biorama.at

**FACEBOOK.COM
/BIORAMA**

Thomas Weber
Herausgeber
weber@biorama.eu

Martin Mühl
Geschäftsführer
muehl@biorama.eu

**TWITTER.COM
/BIORAMA_MAG**

Micky Klemsch
Anzeigenleitung
klemsch@biorama.eu
+43 699 110 52 667

Herwig Bauer
Anzeigenberatung
bauer@biorama.eu
+43 699 195 33 718

**INSTAGRAM.COM
/BIORAMA_MAG**

Norbert Windpassinger
Anzeigenberatung
windpassinger@biorama.eu
+43 667 622 71 088

Bernadette Schmatzer
derzeit in Karenz