

oliv

THE GREEN SIDE
OF LIFE

AD rates 2027

Popular, competent, established:
oliv – the Swiss magazine for a
sustainable life. Over 70 000 readers
every month.

Valid from 2027



About *oliv*

Our philosophy

Since 2010, *oliv* magazine has been aimed at people who prefer a modern, balanced and natural diet, who make conscious, sustainable use of resources and who care about their own wellbeing and that of the planet. With twelve issues per year in German and four in French, we offer our readers exciting stories, background information and lots of interesting facts about the «green side» of life. Our forays into the world of certified products from the field to the end product end product invite you to discover and get to know them.

oliv is distributed in the following places/point of sales:

- Organic stores, health food stores, drugstores, Alnatura shops
- Direct marketers (farm stores and market traders)
- Nature-related events, exhibitions, press corners and cooperations
- Partnerships with associations, organizations and trade fairs

Publisher:

Vita Oliv AG
Staufferstrasse 2
5703 Seon, Switzerland
T: +41 62 552 04 00
oliv-zeitschrift.ch

Edition

32 000
Copies in German
(monthly)

4 000
Copies in French
(four issues)

Age structure

18 – 29 years	4 %
30 – 50 years	19 %
50 – 70 years	57 %
70 years and older	20 %

Gender

Male	12 %
Female	88 %

Types of nutrition

Flexitarian	44 %
Vegetarian	26 %
Meat eaters	14 %
Vegan	8 %
Miscellaneous	8 %

Reader Loyalty

regular/always	80 %
occasionally (up to 5 times)	18 %

Influence on purchasing behavior

Editorial contributions	79 %
Advertisements	77 %

Weighting of interests

Producers/Reports	75 %
Health/Nutrition	74 %
News from the organic sector	72 %
Recipes	71 %
Product information	65 %
Environment	60 %
Natural care	35 %

Readers per household

ø 1,6

Readership Switzerland

68 000
in German-speaking
Switzerland
(monthly)

16 000
in French-speaking
Switzerland
(four issues)

Dates 2026

German		Book by	Provide data by	Date of issue
01 2027	January issue	30.11.2026	02.12.2026	30.12.2026
02 2027	February issue	29.12.2026	06.01.2027	28.01.2027
03 2027	March issue	26.01.2027	03.02.2027	25.02.2027
04 2027	April issue	23.02.2027	03.03.2027	25.03.2027
05 2027	May issue	30.03.2027	07.04.2027	29.04.2027
06 2027	June issue	26.04.2027	05.05.2027	27.05.2027
07 2027	July issue	24.05.2027	04.06.2027	26.06.2027
08 2027	August issue	29.06.2027	07.07.2027	29.07.2027
09 2027	September issue	20.07.2027	06.08.2027	28.08.2027
10 2027	October issue	23.08.2027	03.09.2027	28.09.2027
11 2027	November issue	28.09.2027	06.10.2027	28.10.2027
12 2027	December issue	25.10.2027	05.11.2027	27.11.2027
01 2028	January issue	18.11.2027	30.11.2027	28.12.2027
French		Book by	Provide data by	Date of issue
01 2027	Spring	22.12.2026	06.01.2027	28.01.2027
02 2027	Sommer	22.03.2027	07.04.2027	29.04.2027
03 2027	Autumn	13.07.2027	06.08.2027	28.08.2027
04 2027	Winter	21.09.2027	06.10.2027	28.10.2027

Reading habits

79%
regularly

18%
occasionally

3%
rarely

Advertisements

Formats		Size (width × height)* + 3 mm Bleed	German Edition €	French Edition €
2/1 page		420 × 297 mm*	7800.–	5750.–
1/1 page		210 × 297 mm*	4400.–	3000.–
1/2 page	vertical	105 × 297 mm*	2250.–	1500.–
1/2 page	horizontal	210 × 146 mm*	2250.–	1500.–
1/3 page	vertical	76 × 297 mm*	1900.–	1250.–
1/3 page	horizontal	210 × 99 mm*	1900.–	1250.–
1/4 page	vertical	92 × 136 mm	1250.–	750.–
1/4 page	horizontal	210 × 75 mm*	1250.–	750.–
1/8 page	horizontal	92 × 65 mm	650.–	380.–

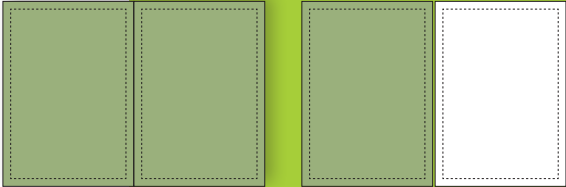
Exclusivity (Fixed placements): 10% Surcharge

Advertorial

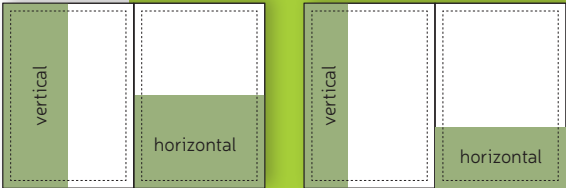
Formats		Size (width × height)* + 3 mm Bleed	German Edition €	French Edition €
2/1 page		420 × 297 mm*	6900.–	4800.–
1/1 page		210 × 297 mm*	4000.–	2400.–
1/2 page	vertical	105 × 297 mm*	2100.–	1250.–
1/2 page	horizontal	210 × 146 mm*	2100.–	1250.–

For special placement requirements: 10% Surcharge

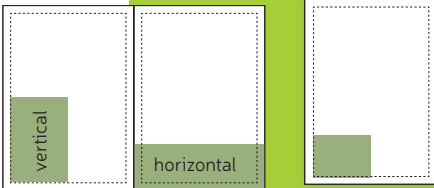
Sizes



2/1 pages 1/1 page



1/2 page 1/2 page 1/3 page 1/3 page



1/4 page 1/4 page 1/8 page horizontal

Special page position 1/1 page:
 2nd and 3rd page + 10%
 Back cover page + 15%

Discounts

Print (only on Advertisements and Advertorial)

Recurring discounts:

3 issues:	5%
6 issues:	10%
12 issues:	15%

Agency commission:

10%

Classified ads, designed

Recurring discounts:

3 issues:	5%
6 issues:	10%
12 issues:	15%

Agency commission:

none

No discounts/commissions on offers from page 7 onwards

Supplement & inserts

Please feel free to contact us about your desired advertising formats or the placement of your insert – for special attention in the organic trade.

Advertising options | Recipes, Double-page spread

→ 2/1 pages

Text: per recipe up to 850 characters (incl. spaces)

Image: 2 recipe photos and packshot(s) of the product with product information (250 characters incl. spaces), Company portrait (600 characters incl. spaces) plus logo & website

German issue

€ 3900.-*

French issue

€ 2500.*

Genuss mit Nussmuse

Nussmuse sind nicht nur gesund, sie machen Speisen auch fein cremig. Wir präsentieren zwei Klassiker als vegane Varianten.

Kartoffelsuppe mit Mandelmus

Für 4 Personen | Zubereitungszeit: 45 Min. | Vegan | Rezept: Rapunzel Nussmuse

WEISSES MANDELMUS

100% süsse Mandeln, blanchiert und sorgfältig gemahlen.

Pasta Carbonara

Für 4 Personen | Zubereitungszeit: 20 Min. | Vegan | Rezept: Rapunzel Nussmuse

WEISSES MANDELMUS

100% süsse Mandeln, blanchiert und sorgfältig gemahlen.

Design example

Data delivery: Photos & packshots in high resolution (300 dpi) as tiff or jpeg file, text in definitive version. Logo as eps file. * Price net incl. design

Two recipes of your choice with product placement and company portrait.

WEISSES MANDELMUS

100% süsse Mandeln, blanchiert und sorgfältig gemahlen.

Die süssen Mandeln werden schonend mit Wasserdampf blanchiert und von ihrem Häutchen befreit. So zeichnet sich das Mus durch seinen ausserst feinen und milden Geschmack aus. Es ist ideal für die Zubereitung von Mandelmilch oder der perfekte vegane Rahmersatz. Auch anderweitig ist es vielseitig verwendbar, z.B. zur Verfeinerung von Saucen und Süssspeisen.

Example: Packshot with product information

RAPUNZEL

NUSSMUSE – 100 % NUSS MIT VIEL ERFAHRUNG, HINGABE UND SORGFALT GEFERTIGT

Nussmuse gehören zu den ersten Produkten, die Rapunzel in den 70er Jahren herstellte. Rapunzel verfügt daher über einen grossen Erfahrungsschatz in diesem Bereich. Neben der sorgfältigen Herstellung wird auch grosser Wert auf die Qualität der Rohstoffe gelegt. So kommen nur hochwertige Nüsse in die Rapunzel Nussmuse und stammen zu 100 % aus biologischem Anbau. Sie werden von langjährigen und vertrauenswürdigen Partnern geliefert, oftmals im Rahmen von Rapunzels eigenen Bio-Landwirtschaftsprojekten.

Weitere Informationen und Rezepte zu den Rapunzel Nussmusen finden Sie unter www.rapunzel.de/brotaufstriche-nussmuse

Example: Company portrait with logo

Advertising option | Recipe, full page

→ 1/1 page

Text: up to 850 characters (incl. spaces)

Image: 1 Recipe photo and Packshot of the product with product information (250 characters incl. spaces)

German issue

€ 2100.–*

French issue

€ 1450.–*



Design example

A recipe of your choice with product placement and information.

ENGEL-TOFU NATURE

Engel-Tofu nature wird seit 1981 traditionell handwerklich hergestellt nach dem Vorbild des japanischen «Baumwoll-Tofus». Dieser zeichnet sich durch eine besonders zarte Textur aus. Unser Tofu nature ist zwar kein Seidentofu, eignet sich aber wunderbar für das Rezept des japanischen kalten Tofus.



Example: Packshot with product information

Data delivery: Photo & packshot in high resolution (300 dpi) as tiff or jpeg file, text in final version. * Price net incl. design

Advertising option | Recipe, half page

→ 1/2 Page

Text: Recipe up to 750 characters (incl. spaces and title)

Image: 1 Recipe photo und 1 packshot of the product

German issue

€ 1250.– *

French issue

€ 850.*



Aus getrockneten Samen und Kernen kann Knuspermehl machen. Es ist gesund, spendet Energie und macht lange satt.



Trachtenöhl wird aus den Samen der Weizensträhnen gewonnen. Daraus gibt es kaltgepresste Öle von Nüssen und Samen.

Ungeschält schwer verdaulich

Ständig ungehäutete Nüsse, Samen und Kerne sowie deren Öle sind nicht nur sehr gute Omega-3-Lieferanten. Auch als Eiweißquelle sind sie sehr wertvoll und bei vegetarischer oder veganer Ernährung geradezu unerlässlich. Um die Inhaltsstoffe für den Körper zugänglich zu machen, sollte man eine paar Dinge beachten, erklärt Nigella Gießler, «die Nährstoffe und Fettsäuren in Samen und Kernen sind gut verschlossen in einer kräftigen Schale, besonders beim Leinsamen, beim ungehäuteten Hanf und bei ungeschälten Sonnenblumenkernen. Der Körper benötigt deshalb eine heutzutage Verdauungsleistung, um die Samen samt Schale zu verarbeiten - Geschrotet oder gar als Mehl seien Kerne und Samen bekömmlicher und die Omega-3-Fettsäuren besser verfügbar. Gut zu wissen: Der Biofachhandel bietet Nüsse und Samen teils auch als Mehl, geschält oder als kaltgepresste, hochwertige Öle an. »

AROMATISCHER AUFSTRICH

ZUTATEN
200 g Sonnenblumenkerne
200 g Tomaten getrocknet
frische Kräuter
(Oregano, Rosmarin, Thymian etc.)
Salz und Pfeffer

ZUBEREITUNG

- 1 Sonnenblumenkerne über Nacht in Wasser einweichen.
- 2 Getrocknete Tomaten 2 Stunden einweichen.
- 3 Einweichwasser von den Sonnenblumenkernen abgessen.
- 4 Tomaten aus dem Wasser nehmen und das Einweichwasser beiseite stellen.
- 5 Sonnenblumenkerne und Tomaten in ein hohes Gefäß geben und mit dem Stabmixer pürieren. So viel Einweichwasser der Tomaten dazugeben, bis die gewünschte Konsistenz erreicht ist.
- 6 Frische Kräuter dazugeben und alles gut mischen.
- 7 Mit Salz und Pfeffer würzen.

Design example

Data delivery: Photo & packshot in high resolution (300 dpi) as tiff or jpeg file, text in final version. * Price net incl. design

Exclusive offer



A recipe of your choice with product image



Example: Packshot

Advertising option | Market news

→ 1/3 page

Text: 1000 characters (incl. spaces)

Image: 1 theme or mood image

German issue

€ 1100.-*

French issue

€ 700.-*

→ Mini-Market news (NEW size)

Text: 500 characters (incl. spaces)

Image: 1 Topic or mood picture

German issue

€ 660.-*

French issue

€ 400.-*

Data delivery: Photo in high resolution (300 dpi) as tiff or jpeg file,
Text in final version. * Price net incl. design



Selbstfürsorge & Auszeit im Kiental

Im Mai 2020: Haus ChienHäus bieten wir geführte Selbstfürsorge-Retreats, individuelle Auszeiten sowie auch Ferien an.

In den geführten Selbstfürsorge-Retreats (Terminie s. unten*) lernt du, die selbst Sorge zu tragen, und nimmst wertvolle Impulse mit nach Hause.

Oder buche Ferien oder eine Auszeit mit Individualprogramm und stelle dir dein Programm aus unseren professionellen Behandlungen und weiteren Angeboten selbst zusammen. Diese Angebote im ChienHäus sind jederzeit buchbar.

*Die nächsten Selbstfürsorge-Retreats:
6. – 10. April 2025
20. – 24. April 2025
4. – 8. Mai 2025
25. – 29. Mai 2025 (Frauen-Special)

1. – 5. Juni 2025
13. – 17. Juli 2025
27. Juli – 3. August 2025
10. – 14. August 2025
17. – 21. August 2025 (Frauen Special)

chienhaeus.ch/selbstfuerorge
chienhaeus.ch/auszeit
chienhaeus.ch/ferien

GUT ZU WISSEN



Mehr Bio-Gemüse auf den Feldern

Der Gemüseanbau in der Schweiz wächst - besonders der biologische. Das zeigen neue Zahlen des Bundesamts für Statistik. Trotzdem landet weniger Bio-Gemüse im Einkaufswagen.

Insgesamt ist die für Gemüse genutzte Landwirtschaftsfläche in der Schweiz seit 1996 um 10 Prozent gewachsen. Sie beträgt heute 12'750 Hektaren. Das entspricht in etwa der Fläche des Vierwaldstättersees. Sogar um das Sechsfache hat der Bio-Gemüseanbau zugenommen, auf heute 1100 Hektaren.

Doch während die Bio-Produktion zunimmt, zeigt eine BFS-Erhebung auch, dass die Konsumentinnen und Konsumenten beim Kaufentscheid nicht so sehr auf Bio setzen. 2023 waren demnach beim Kauf von Gemüse andere Kriterien wichtiger, allen voran die Saisonalität, die regionale oder Schweizer Herkunft und das Aussehen. Danach folgten der Preis und eine möglichst umweltchonende Verpackung - dass die Produkte aus biologischem Anbau stammen, war am sechsten ein Kaufkriterium, heißt es in der Publikation.

Der jährliche Gemüsekonsum pro Person ist bei rund 80 Kilogramm stabil geblieben. Am häufigsten landen Fruchtgemüse wie Tomaten, Zucchini und Melonen auf den Teller, gefolgt von Wurzel- und Knollengemüse wie Karfiol, Fenchel und Rauden. Salate bilden das Schlusslicht.

2023 lag der Selbstversorgungsgrad der Schweiz beim Gemüse bei zirka 50 Prozent. Der Produktionswert belief sich dabei auf rund 758 Millionen Franken - das sind nur rund sechs Prozent des gesamten landwirtschaftlichen Produktionswerts der Schweiz. www.bfs.ch

4 oliv 04|25

Design example
1/3 page

Rezepte

Feuchtigkeitsspendende Gesichtsmaske

Mischen Sie einen Teelöffel Nachtkerzenöl mit einem Teelöffel Haug und tragen Sie die Mischung großzügig auf Ihr Gesicht auf. Lassen Sie die Maske etwa 15 Minuten einwirken, spülen Sie sie dann mit warmem Wasser ab.

Pflegendes Lippenbalsam

Mischen Sie einen Teelöffel Nachtkerzenöl mit einem Teelöffel Rosenwachs und einem Teelöffel Kokosöl. Erwärmen Sie die Mischung in einem Wasserbad, bis sie geschmolzen ist. Gießen Sie sie dann in ein Behältnis mit Deckel oder in eine kleine Lippenstiftschale - sterilisieren lassen und fertig ist die Lippenpomade.

Hauskur für mehr Glanz

Mischen Sie ein paar Tropfen Nachtkerzenöl mit Ihrem bevorzugten Trägeröl, wie Jojobaöl oder Kokosöl, und massieren Sie es sanft in Ihre Kopfhaut ein. Lassen Sie es für mindestens 30 Minuten oder über Nacht einwirken, bevor Sie es gründlich ausspülen. Diese Hauskur stärkt das Haar, verleiht ihm Glanz und reduziert Splitter.



Wohlbefindlich

Award Winning Royal Night Serum

Wirkstoff-Serum für die Nacht mit den 5 wirksamsten Pflanzenölen von: Arganöl, Kalbulaugenöl, Nachtkerzenöl sowie Granatapfelsamen- & Preiselbeer-samenöl für sanftere und jünger wirkende Gesichtshaut. Leicht, ergoßig und extrem reich an Vitaminen E und F, essenziellen Fettsäuren sowie Antioxidantien. Das Öl glättet feine Linien, umhüllt vorzeitige Hautalterung entgegen. ROYAL NIGHT SERUM hilft, den Feuchtigkeitsschutz zu verbessern, Rötungen werden reduziert und das Hautbild verfeinert. www.bepure.ch



Nachtkerzenöl zur Linderung von Entzündungen bei Hautproblemen wie Ekzemen, Akne und Dermatitis eingesetzt. Die darin enthaltenen Gamma-Linolensäure unterstützt zudem das Immunsystem und wird zur Vorbeugung von Herz- und Gefässerkrankungen empfohlen.

Gut für Stimmung und Schlaf

Ausserdem enthält die Nachtkerze eine Vielzahl von Antioxidantien, die den Körper vor «freien Radikalen» (schädliche Stoffwechselprodukte) schützen können. Einige Studien haben gezeigt, dass Nachtkerzenöl auch Symptome des prämenstruellen Syndroms (PMS) und Wechseljahresbeschwerden lindern kann. Möglicherweise gleichen die darin enthaltenen Verbindungen hormonelle Ungleichgewichte aus. Die Forschungen dazu laufen.

Auf die psychischen Ebene wird dem Öl der Nachtkerze eine stimmungsaufhellende Wirkung zugeschrieben. Ähnlich wie das Johanniskraut (Hypericum) soll es depressiven Verstimmungen vorbeugen, Stress, Unruhe oder Nervosität lindern.

Neben der Verwendung von Nachtkerzenöl in Form von Kapseln oder als äusserliche Anwendung in Cremes und Salben, werden auch Ihre Blüten und Wurzeln zu medizinischen Zwecken genutzt: Tee aus den Blüten der Nachtkerze z.B. wirkt beruhigend und kann bei Schlafstörungen helfen. Auch die Wurzeln werden oft zu Tee oder Tinkturen verarbeitet. Sie können Verdauungsprobleme lindern und unterstützen die Gesundheit der Leber.

Wohlbefindlich für Haut und Haar

In der Naturkosmetik wird das kostbare Öl der Nachtkerze häufig als Inhaltsstoff in Cremes, Lotions und Seren verwendet, um trockene und empfindliche Haut zu beruhigen, Feuchtigkeit zu spenden und die Hautelastizität zu verbessern. Es hat sich auch als wirksam erwiesen bei der Behandlung von Hautirritationen wie Rötungen und zur unterstützenden Pflege bei Ekzemen, Neurodermitis und Psoriasis. Ein weiterer Vorteil der Nachtkerze in der Naturkosmetik liegt in ihrer antioxidativen Wirkung. Die enthaltenen Antioxidantien schützen die Haut vor «freien Radikalen», die zu vorzeitiger Hautalterung und Hautproblemen führen können. Produkte mit Nachtkerzenextrakt oder -ölen helfen so, die Haut zu regenerieren und pflegen und Falten zu reduzieren. Und sie sorgen für einen strahlenden Teint. Haarprodukten mit Nachtkerzenöl wiederum verleihten trockenes und brüchiges Haar, verleiht ihm Glanz



Design example
Mini-Marketnotiz

Advertising option | Short interview

→ 1/2 page (maximum 2 per issue)

Text: 1500 characters (incl. spaces)

Image: 1 portrait and 1 mood photo

Text is supplied:

German issue

€ 1300.–*

French issue

€ 850.–*

Text is created by the
oliv editorial team:

German issue

plus € 150.–*

French issue

plus € 150.–*

So gesund ist Gehen

Spazieren als Fitnessaktivität wird oft unterschätzt. Doch der Nutzen ist gross.

Wer sich täglich ausreichend bewegt, kann seiner körperlichen Fitness viel Gutes tun. Dabei müssen es nicht die lange postulierte 10000 Schritte pro Tag sein; schon 30 Minuten Spazieren hat erstaunliche Effekte. Gehen verbessert deutlich Kalorien und hilft so beim Abnehmen. Es kann die Herzgesundheit verbessern, das Immunsystem sowie Knochen und Gelenke stärken, das Energielvel erhöhen und das Risiko für chronische Erkrankungen wie Diabetes senken. Doch nicht nur die körperliche Fitness, sondern auch die mentale Gesundheit scheint ab einer bestimmten Anzahl an Schritten pro Tag zu profitieren. Laut der aktuellen Studie soll regelmässiges Gehen aber nicht nur die Stimmung verbessern, sondern sogar depressive Symptome lindern und das Risiko einer entsprechenden Erkrankung reduzieren. Die Wahrscheinlichkeit, im Laufe des Lebens zumindest einmal eine behandlungsbedürftige Depression zu entwickeln, liegt laut Experten bei 16 bis 20 Prozent. www.merkur.de



Schon 30 Minuten Gehen pro Tag gut für Körper und Geist.

Fit bis ins hohe Alter

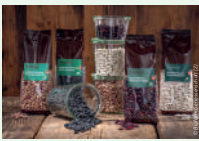
Über «Longevity» (Langlebigkeit) wird viel geschrieben, auch viel Blödsinn. Wie es wirklich braucht für ein gesundes Altern, haben drei kompetente Autoren in einem umfangreichen Buch zusammengetragen und gut verständlich erläutert: von guten Essen und Schlafen über die richtige Bewegung und Atmung bis hin zu mentalen Strategien für Stressreduktion und geistige Klarheit. Wer nur einen Teil der Rat-schläge befolgt und einige der vorgestellten Übungen in seinen Alltag integriert, hat gute Chancen, bis ins hohe Alter gesund, voller Energie und schmerzfrei zu leben.

oliv-zeitschrift.ch 5



«Bohnen sind Alles-köner»

Milena Wagner arbeitet im Verkaufs- und Produktmanagement für die Biofarm Genossenschaft und ist zuständig für die Hülsenfrüchte – darunter auch die Bohnen. Sie schätzt die Vielfalt der farbigen Kraft-pakete auf Tellern und Schweizer Äckern. Weshalb erklärt sie im Kurzinterview.



Frau Wagner, warum ist Ihnen die Schweizer Herkunft bei Bohnen so wichtig?

Weil ich so genau weiss, woher sie kommen, wie sie gewachsen sind und wie sie angebaut hat. Unsere Bohnen stammen alle aus Schweizer Anbau. Sie sind nicht nur gut für die Gesundheit, sondern auch gut fürs Klima. Der Anbau ist ressourcenschonend und mit jedem Kauf unterstützen Konsumentinnen und Konsumenten die regionale Bio-Landwirtschaft und verkürzte Transportwege.

Getrocknete Bohnen gelten in der Küche oft als umständlich. Wie kann man Bohnen einfacher geniessen?

Das stimmt – viele schecken vor dem Einweichen und langen Kochen zurück. Dabei geht's auch einfach: Wer z.B. einmal pro Woche eine grössere Menge Bohnen vorkocht und portionsweise einfriert, hat immer eine vielseitige Zutat parat. Auch mit dem Dampfkochtopf spart man Zeit – die Kochzeit lässt sich damit auf ein Drittel verkürzen.

Ihr Tipp für Einsteiger?

Es lohnt sich, verschiedene Sorten auszuprobieren – jede hat ihren eigenen Charakter. Die Farben- und Formenvielfalt der Bohnen bereichert die Küche. Ob im Salat, als Dip, im Eintopf oder sogar im Brownie – Bohnen sind echte Alleskönner. Bei mir haben sie längst einen festen Platz in meinem Menüplan. So konnte ich schon viele Freunde begeistern – egal ob Veggie oder Fleischliebhaber.

Exclusive
offer



Take the opportunity to
promote your product,
your brand or the history
of your company to
oliv readers.

Design example 1/2 page

Data delivery: Photo in high resolution (300 dpi) as tiff or jpeg file,
Text in final version. * Price net incl. design

Advertising option | Newly discovered!

Text: max. 200 characters (incl. spaces and title) per product.

Image: 1 Packshot

→ Per item

German issue

€ 350.– *

French issue

€ 250.– *

Orange – Heiterkeit und sonnige Wärme
Das ätherische Öl der Orange (*Citrus sinensis*) zählt zu den beliebtesten überhaupt und wird gerne zur Raumbeduftung und -desinfektion eingesetzt. Es wirkt antiviral und antibakteriell. Sein Duft ist fruchtig frisch und wird oft als «warme» beschrieben. Das Öl hat eine stimmungsaufhellende und zugleich beruhigende, entspannende, anregende und schmerzstillende Wirkung. Es fördert den Lymphfluss, deshalb wird es bei Orangenhaut und Cellulite angewendet. Auch bei Schwangerschaftsbeschwerden ist es hilfreich. Achtung: Das Öl erhöht die Lichtempfindlichkeit. Nicht pur auf die Haut auftragen, denn in zu hoher Dosierung kann es reizen wirken.

Lavendel – Mitte und Entspannung
Das Öl des Lavendels (*Lavandula officinalis*, L. vera, L. angustifolia) zählt zu den wichtigsten Ölen der Aromatherapie. Es kann pur auf die Haut aufgetragen werden, hat eine frische, leicht blumige, würzige Note und eine beruhigende, entspannende und antidepressive Wirkung. Es ist wohltuend bei erhöhtem Gemüt, Stress, Nervosität und schenkt einen erholsamen Schlaf. Dazu ein mit 1 bis 3 Tropfen Öl befülltes Taschentuch neben das Kopfkissen legen. Man kann mit Lavendelöl auch Salzte, Marinade oder Desserts aromatisieren.

Zeder – die Mitte stärken
Das Öl der Zeder (*Juniperus communis*) steht für Souveränität, Wärme und Fülle, vermittelt Kraft und Schutz. Sein harmonischer Duft ist harzig, holzig und balsamisch. Es hilft bei Angst, Anspannung und Stress, wirkt harmonisierend, beruhigend und stärkend. In der Psycho-Aromatherapie wird es gerne für die Präsenz und das Sein im Hier und Jetzt verwendet. Das Öl kann bei Cellulite helfen und hat einen positiven Einfluss auf die Bronchien. Zudem wirkt es insekten ab. •

BIO-Chlorella mit Ingwer und Kurkuma
Kraftvolle Bio-Presslinge aus Chlorella, Ingwer und Kurkuma – mild und harmonisch kombiniert für Balance und Vitalität. Natürlich, wohltuend und ideal für den Alltag.
www.naturkraftwerke.com

Quelle: „Ätherische Öle“ von Maria H. Knebeling, Ravensburg Verlag 2018

Design example

Data delivery: Packshot in high resolution (300 dpi) as tiff or jpeg file, text in final version. * Price net incl. design

Introduce
your product to
oliv readers.



→ Product

→ Title

**BIO-Chlorella
mit Ingwer und Ku**

Kraftvolle Bio-Presslinge
Chlorella, Ingwer und Ku
mild und harmonisch kom
Balance und Vitalität. N
wohltuend und ideal für d

www.naturkraftwerke.com

→ Running
Text

→ Website

Advertising option | Marketplace

Text: max. 300 characters (incl. spaces and title).

Image: 1 packshot and 1 mood picture each

→ Per item

German issue

€ 500.- *

French issue

€ 350.- *

ÜBER DEN TELLERRAND

Überraschende Interpretationen

Diele werden *puddings* und *creams* nicht nur in der heimischen Küche gefertigt, sondern auch in der gehobenen Gastronomie. So hat *Kaj Baumgard* den Kristallzucker aus seiner Küche verbannt und verlässt sich stattdessen mit anderen Techniken und Zuckern. Welche er verwendet, liest sie Geheißene. «Man liest in der Branche experimentierfreudiger geworden. Es wird zum Beispiel vermehrt mit der Fermentation gearbeitet, verrotet es. Moderne Interpretationen greifen oft auch auf abstrakte Klassiker zurück, die überraschend interpretiert oder abgelehnt werden. *Puddings* und *creams* können nicht immer Desserts sein», sagt *Baumgard*. Sie können auch zu pikanten Plaisirs oder würzigen *creams* verarbeitet werden, zum Beispiel mit *Armadillo*, Tomaten oder Klee und frischen Kräutern wie *Melisse* oder *Säuerling*.

«Puddings und Cremes
müssen nicht
immer Desserts sein.»

Den Geschmackrichtungen bei Puddings und Cremes sind auf jeden Fall keine Grenzen gesetzt. Erfindet man sich, kann dem Pudding beliebig viele Gerüche, das uns tief im Innersten berührt, Fruchte, Nüsse, Beeren, Karamell, Vanille, Schokolade oder Karamell verleiht man ihnen eine besondere Note. Kräuter und Gewürze wie Salbei, Zimt, Kardamom, Nelken, Chili, Muskatnuss oder Rosmarin sorgen für das gewisse Extra. Egal welche Variante Sie bevorzugen, Ihr Kaugeschmack ist klar, was einen guten Pudding ausmacht: „Liebe.“



ÜBER DEN TELLERRAND

jus – die Sauce

[illegible]

ie anschließend mit dem Stahlsieb kurz abzusieben. In einem dicken Ross wird das Mehl erst von der Mutter dazugegeben wird, führt vor der Brust das Fräulein bleibt gleich. Ich kann zur Ross eignen sich Mehl, oder das wird erst mit ein wenig Wasser von die Stärke direkt in den vor, entstehen Menschen mit Glutenunverträglichkeit. Experte das Abblenden mit Zitruslebens

Exclusive offer



+



Attract more attention with atmospheric images. Present your product or service even more attractively.

Marktplatz



Schicht für Schicht ein Genuss

Mit den heißen Dinkel-Lasagneplatten von Naturata gelingt die Lieblingslasagne besonders aromatisch. Der feine Demeter-Dinkel aus Süddeutschland bringt eine zarte nussige Note, die sich perfekt mit herzhaften oder vegetarischen Saucen verbindet. Bio-Qualität, die man schmeckt.

www.naturata.de

Design example
1, 2 or 3 products

Marktplatz



Bio-Saucen mit Pfif

Mit der richtigen Sauce schmeckt jedes Gericht noch besser. Die heißen und dunklen Saucen von Piffikus passen gut zu Gulaschsaucen, Karfiolgerichten, Pilzen und besonders zu allen Piffikus-Tatletts! Die Zubereitung ist einfach: Zwei EL in warmes Wasser einrühren und 3 bis 5 Minuten köcheln lassen. Gelegentlich umrühren. Fertig! Auf Wunsch mit Rahm verfeinern. Die Saucen gibt es auch im Nachtischbeutel.

www.piffikus-naturals.ch

Sonnenrot Pumpkin
Spice Sirup

Die fünfte Jahreszeit ist die Spice Season. Pünktlich zu Beginn führt kein Weg an Getränk vorbei. So gelingt Latte ganz einfach: einen Sirup mit Milchschaum auflösen und vor dem Umrühren! Wie würzigen im Glas!



Marktplatz



Sonnenrot Pumpkin Spice Sirup

Die fünfte Jahreszeit ist da: die Pumpkin Spice Season. Pünktlich zum Herbstbeginn führt kein Weg an dem würzigen Getränk vorbei. So gelingt die kultige Latte ganz einfach: einen Teelöffel Sirup mit Milchschaum und Espresso aufgießen und vor dem Genuss gut umrühren! Wie würziger Kürbiskuchen im Glas!

www.ebi-pharm.ch



Data delivery: Photo & packshot in high resolution (300 dpi) as tiff or jpeg file, text in final version. * Price net incl. design

Advertising option | Feature Pages

→ Per item

We offer the additional option of presenting your suitable products in a particularly attractive way for **selected themes**.

Text: max. 400 characters (incl. spaces, title and website)

Image: Packshot

German issue

€ 500.–*

FORUM

Für Genussmomente



ALAYA
Tutti Frutti Espresso
600g

ABAKALI
Uganda High Origin
250g

ALABA
Kaffee geizlos
& Gute tun

ALABA
Kaffee geizlos
& Gute tun

ALABA
Kaffee geizlos
& Gute tun

Gesundheit reduzieren

Die ungesüßten Kaffeesorten werden ganz einfach wie Tee aufgegossen. Geschmacklich ähnelt das Heilgetränk sehr einem Kräutertee. Ideal nach dem Sport oder einer Mahlzeit.

www.sambomarket.com

Schluck für Schluck ein Genuss mit gutem Gewissen!

Der Zichorienkaffee, eine harmonische Alternative aus 100% Schoten, enthält kein koffeinhaltiges Aromen kann Süßholz und ist somit ideal für Kinder und Schwangere. Die bei der Herstellung und Transport dieses Heilgetränks verwendeten, werden mit nachhaltiger Kompetenz.

www.naturata.de

Design example Feature Pages matching the focus article «Coffee»

Data delivery: Packshot in high resolution (300 dpi) as tiff or jpeg file, text in final version. * Price net incl. design

Product example suitable for focus article «Coffee»

Your product presented in a memorable way following a focus article.

FORUM

Globe-trotter

Die Weltreise von Berlin nach New York City und zurück. Ein Reisebericht von Sarah Müller.

Wie oft man die Welt umkreisen möchte, ist eine Frage der Zeit. Sarah Müller hat es geschafft: In nur zwei Wochen hat sie die Welt umkreist. Von Berlin nach New York City und zurück. Ein Reisebericht von Sarah Müller.

FORUM

«Wildkaffee hat wenig Säure und viel Aroma»

Der Wildkaffee ist ein Aromakaffee, der aus den Früchten der Wildkaffee-Pflanze hergestellt wird. Er hat einen süßlichen Geschmack und ist sehr gesund.

Kaffee ist ein Genuss

Der Kaffee ist ein Genuss, der in vielen Ländern beliebt ist. Er hat einen süßlichen Geschmack und ist sehr gesund.

Design example: some pages from the focus article «Coffee»

Advertising option | Classifieds text

→ Per post

Text: You can take part for 30 francs for the first two lines (56 characters). Each additional line (28 characters), or part thereof, costs 15 francs (including VAT). These prices apply to one publication per month.

1 Line **CHF 30.–***

2 Lines **CHF 30.–***

3 Lines **CHF 45.–***

4 Lines **CHF 60.–***

1/12 page
horizontal →
55 × 60 mm
€ 330.–*

Classifieds →
mit Text

1/24 page
vertical →
55 × 28 mm
€ 180.–*

*Prices include VAT.

Classifieds image

Attract more attention
with a snapshot
of the atmosphere.

KLEINANZEIGEN

Academia Balance Swiss
Naturkosmetischule & Wellness-Akademie



**Naturkosmetikerin
Ayurveda
Wellness
Ausbildungen & Seminare**

Zürichstrasse 27 • CH-8134 Adliswil
Informationen und Termine online
www.academia-balance.ch • Tel. 044 500 25 08

Gepflegte und stilvolle Einfachheit
in einem historischen Tessinerhaus.
Das «etwas andere» **Albergo** im
Kastanienland Malcantone!
casa-santo-stefano.ch, 091 609 19 35



Grün
Erlebnisaufenthalt am Weltkulturerbe
Nationalpark «Kellerwald Edersee»
hotel-gruen.de
Tel. +49 (0) 66 96 - 911 691

Bio-vegan-vegetarische Kochkurse
in Amden (SG)
Jeweils letzter Samstag im Monat
www.ahara-vihara.com
Nur für Frauen und für max. 6 Pers.
Zeit: 10 h bis 16 h / Fr. 195.–

Advertisements/Advertorial Print

Transfer of data

High-end PDFs by e-mail up to 10 MB
to: grafik@vitaoliv.ch; larger files
via data transfer provider

Clear labelling

Print-ready data with issue number
and customer name
(e.g. 0825_customername.pdf)

Type face

embedded

Four-coloured printing

CMYK colors (no spot colors)

Picture quality

300 dpi (RGB images are automatically
converted in CMYK mode without
correction).

Logo

As EPS (vectorized) or JPG/TIF
with at least 300 dpi resolution

Color profile

PSO Coated v3

Bleed-edge Advertisements

Crop marks + 3 mm bleed allowance
on all 4 sides

Cut-off elements

On all 4 sides at least 3 mm inwards to
the trimmed final format.

Text

Title, running text and subtitles
in final version

Number of characters (incl. spaces)

Unless otherwise stated
for 1/1 page 2000 to 2200,
for 1/2 page 1200 to 1400

Photos and captions

Photos as JPEG or TIF clearly labelled

Provide data by

See page 4

Additional cost

Changes to words, Images or logos after
layout will be charged at an hourly rate of
€ 120.– excluding VAT.

General Terms and Conditions

Prices:

All prices are exclusive of VAT and are valid until further notice.

Design:

Your insertions are marked with the marked «Advertisement» or «Advertorial».

Invoicing:

Performed by Vita Oliv AG, Seon, Switzerland

Payment conditions:

Unless otherwise agreed: 20 days without any early payment discount

Inadequate publication

In the event of inadequate publication that significantly impairs the meaning or effect of an advertisement, the placement costs of the corresponding advertisement will be waived or compensated in the form of advertising space. Any further claims are excluded.

Suspension by the customer:

Cancellations or postponements of booked advertisements and Advertorials can only be accepted, even for compelling reasons only be accepted up to the insertion deadline.

Cancellation of the contract by the publisher:

Should publication cease during the term of the publication is discontinued during the term of the contract, the issuer may withdraw from the contract without compensation.

Rejection of advertisements:

The editors have the right to refuse advertisements, supplements etc. without giving reasons. The publication of editorial contributions cannot be made a condition when placing advertisements.

You may find the detailed GTC at:

oliv-zeitschrift.ch/agb

Readers' voices

oliv always offers new and exciting topics about food – so I am always well informed.

J. Biedermann

The magazine is informative, attractively designed and gives me ideas for my shopping and my diet.

C.-J. Mooser

oliv

THE GREEN SIDE
OF LIFE

AD rates 2027

oliv-zeitschrift.ch

Publisher

Vita Oliv AG
Staufferstrasse 2
5703 Seon, Switzerland
T.: +41 62 552 04 00

Advertising, Media coordination and consulting

Eveline Lieberherr
eveline.lieberherr@vitaoliv.ch
T.: +41 62 769 03 05
M.: +41 79 675 48 68

Editors office

Andreas Krebs
andreas.krebs@vitaoliv.ch
M.: +41 78 736 61 93



oliv is on Instagram:
@olivzeitschrift

