

**Die Zeitschrift Oya erreicht Menschen, die anders denken und anders leben, die es wirklich ernst meinen mit einem gesellschaftlichen Wandel hin zu einer nachhaltigen, lebensfördernden Kultur. Jenseits der konventionellen Konsumkultur suchen sie nach Möglichkeiten, ihr Leben sinnvoll und ökologisch zu gestalten.**

Oya richtet sich an die Gruppe der Kultur kreativen. Entsprechend den Untersuchungen des amerikanischen Soziologen Paul H. Ray sind die Kultur kreativen

- an Selbstverwirklichung, Selbstentwicklung und persönlicher Entfaltung interessiert,
- wertschätzen und pflegen vielfältige Beziehungen,
- vertreten in ihrem Wirkungsbereich holistische und kreative Werte,
- engagieren sich für übergeordnete (gemeinsinnorientierte) Ziele,
- streben eine ökologische, gesunde und nachhaltige Lebensweise ohne Hedonismus an,
- nehmen engagiert Anteil an der Welt, am Ganzen,
- sind offen und lernbereit gegenüber fremden Kulturen,
- bemühen sich um eine reflektierte Spiritualität,
- erfahren sich als zu verantwortungsbewusster Partizipation aufgerufene Mitgestalter der Zukunft des ganzen Planeten.

Ray entdeckte schon in den 90er-Jahren, dass in den USA zum Zeitpunkt der Untersuchung bereits 50 Millionen Menschen zu einem Segment gehörten, das nicht mehr den Traditionalisten oder Modernisten zuzuordnen sei, sondern das er unter dem Begriff *Cultural Creatives* (Kulturkreative) zusammenfasste. Inzwischen sind in verschiedenen europäischen Ländern, in Frankreich, Norwegen, Italien und Ungarn ähnliche Studien durchgeführt worden, die alle zu dem Ergebnis kommen, dass der Anteil der Kultur kreativen zwischen ca. 25 und 35 Prozent liegt. Das lässt entsprechende Rückschlüsse für Deutschland zu.

Die Gruppe der Lohas (*Lifestyles of Health and Sustainability*) ist eine Untergruppe der Kultur kreativen. Sie interessieren sich für ökologische Produkte und möchten durch grünen Konsum die Welt verbessern. Zur Gruppe der Kultur kreativen gehören allerdings auch weniger konsumorientierte Menschen. Sie setzen weniger auf grünen Glamour, sondern suchen gezielt solide, langlebige Produkte, die ihnen eine ökologische Lebensweise ermöglichen. Kulturkreative gibt es in allen Altersgruppen und gesellschaftlichen Schichten.

Eine differenzierte Betrachtung der gesellschaftlichen Größe der Kultur kreativen ergibt nach Paul H. Ray folgendes Bild:

- (1) Latenzphase - Menschen erleben sich in einer (persönlichen oder globalen) Krise und erkennen, dass es so nicht mehr weitergeht; man fühlt sich dem Mainstream nicht mehr zugehörig: rund 16 Millionen Erwachsene in Deutschland;
- (2) Phase der Neuorientierung - man sucht neue Werte und probiert neue Lebenshaltungen aus, erschließt sich neue Informationsquellen und Freundeskreise: rund 3,5 Millionen Erwachsene in Deutschland;
- (3) ein neues Verhalten ist eingeübt worden - nicht nur der Einkauf im Bioladen ist zur Lebenspraxis geworden, man engagiert sich darüber hinaus in einer Community für soziale oder ökologische Ziele: rund 500 000 Erwachsene in Deutschland;
- (4) Integration und Authentizität - man ist Träger und Präger der kultur kreativen Bewegung (Core Group): rund 20 000 Erwachsene in Deutschland.

Oya zielt vor allem auf die Personengruppe der Phasen 3 und 4, reicht aber auch in die Phase 2 hinein. Insofern wird Oya von Meinungsbildnern, Pionieren und Menschen in einer Phase der Neuorientierung gelesen - ein Klientel, das vor allem Informationen, Weiterbildung und Vernetzungsmöglichkeiten sucht, deshalb stehen Bücher und Bildungsveranstaltungen bei ihnen hoch im Kurs. An esoterischen Angeboten ist die Leserschaft von Oya weniger interessiert.

Einer Umfrage unter den Lesern der Vorgänger-Zeitschrift Kurskontakte zeigte deutlich die Interessen einer solchen Leserschaft. Auf die Frage, über welche Produkte eine neue Zeitschrift informieren sollte, erhielten folgende Antworten die meisten Punkte: Kongresse, Tagungen, Festivals, Konzerte im kultur kreativen Kontext, Bücher, ökologische Produkte sowie alternative Gesundheitsprodukte.

# Kontakt und Technische Daten



**Die Zeitschrift »Oya - anders denken. anders leben« ist ein Forum für Menschen der kultur kreativen Bewegungen. Sie machen sich Gedanken über einen Wandel in der Kultur hin zu einem ökologisch nachhaltigen Lebensstil und lebensfördernden Werten.**

## **Frequenz und Termine**

6 Ausgaben im Jahr  
(Januar/Februar, März/April, Mai/Juni, Juli/August, September/Oktober, November/Dezember)

## **Anzeigenschluss**

Der Anzeigenschluss ist jeweils der 10. des Monats vor Erscheinen des Hefts.

## **Druckauflage und Verbreitung**

10 000 Exemplare  
Verbreitung im gesamten deutschsprachigen Raum; Abonnement, Bahnhofskioske, einschlägiger Buch- und Zeitschriftenhandel, Naturkostläden, Seminarhäuser, Arzt- und Heilpraktiker-Praxen.

## **Bezugspreise**

Einzelheft Oya 6,- EUR; Jahres-Abonnement 36,- EUR inkl. Versand in Europa (Preise inkl. 7% MwSt.)

## **Verlag**

Oya Medien eG  
Am See 1, OT Klein Jasedow, 17440 Lüssow  
Telefon (03 83 74) 7 52 10 (Zentrale)  
Telefax (03 83 74) 7 52 23  
Vorstand Lara Mallien, Rita Kurtz  
Aufsichtsratsvorsitzende Christiane Wilkening

## *Chefredaktion Oya*

Lara Mallien, Telefon (03 83 74) 7 52 13  
lm@humantouch.de

## *Anzeigenservice*

Anita Scheel, Telefon (03 83 74) 7 52 20  
as@humantouch.de  
Andrea Kracht, Telefon (03 83 74) 7 52 19  
ak@humantouch.de

## **Internet: [www.oya-online.de](http://www.oya-online.de)**

Platzierungswünsche sind nicht Bestandteil des Auftrags, somit besteht kein Anspruch auf eine bestimmte Platzierung.

## **Heftmaße**

Format 233 × 297 mm | Satzspiegel 208 × 252 mm  
Umfang 88 Seiten Inhalt, 4 Seiten Umschlag

## **Druck und Bindung**

durchgehend 4-farbig Euroskala,  
durchgehend randabfallend,  
gestrichenes Papier (Innenteil aus 100 % Altpapier, Blauer Engel zertifiziert; Umschlag FSC Mix)  
Rollenoffset (Umschlag Bogenoffset),  
2-Klammern-Rückstich-Heftung

## **Daten**

### *Datenformat*

Alle Dateien im CMYK-Modus mit 300 dpi Auflösung  
→ PDF-Dateien, Schriften in Pfade umgewandelt  
→ EPS-Dateien, Schriften in Pfade umgewandelt  
→ TIF-Dateien  
→ JPG-Dateien

### *Datenversand*

→ CD mit der Post an  
Oya Medien eG  
Am See 1, OT Klein Jasedow, 17440 Lüssow  
→ E-Mail an  
anzeigen@oya-online.de  
→ FTP-Download möglich

### *Kontoverbindung*

GLS Gemeinschaftsbank  
Konto 1112989700  
BLZ 43060967

IBAN DE96430609671112989700  
BIC GENODEM1GLS

### *Zahlungsmodalitäten*

Anzeigenrechnungen sind sofort bei Erhalt ohne Abzug zahlbar. Bei Einzugsermächtigung gewähren wir 2 % Skonto.

Es gelten die Geschäftsbedingungen.

# Anzeigen

## Formate und Preise

### Oya Eckdaten

Format 233 × 297 mm | Satzspiegel 208 × 252 mm

Umfang 88 Seiten Inhalt, 4 Seiten Umschlag














Druckauflage 10 000

### Rabatte

Malstaffel 2 Ausgaben 5 %

4 Ausgaben 10 %

Agentur 15 %

Anzeige Nr.	Bezeichnung	Maße in mm	Preis in Euro
<b>1</b>	 U4 – 1/1 Seite	233 x 297 + 3 Beschnitt rundum	1550,-
<b>2</b>	 U2/U3 – 1/1 Seite	233 x 297 + 3 Beschnitt rundum	1450,-
<b>3</b>	 1/1 Seite	233 x 297 + 3 Beschnitt rundum	1350,-
<b>4</b>	 1/2 Seite quer, randabfallend *	233 x 147 + 3 Beschnitt rundum	950,-
	 1/2 Seite quer	200 x 122	
<b>5</b>	 1/2 Seite hoch, randabfallend *	107 x 297 + 3 Beschnitt rundum	950,-
	 1/2 Seite hoch	98 x 252	
<b>6</b>	 1/3 Seite quer, randabfallend *	233 x 99 + 3 Beschnitt rundum	750,-
	 1/3 Seite quer	200 x 74	
<b>7</b>	 1/3 Seite hoch, randabfallend *	73 x 297 + 3 Beschnitt rundum	750,-
	 1/3 Seite hoch	64 x 252	
<b>8</b>	 1/4 Seite hoch	98 x 124	500,-
<b>9</b>	 1/6 Seite hoch	64 x 124	350,-

\* Beachten Sie, im Randbereich von 5 mm keine wichtigen Informationen unterzubringen.

### Gestaltung Ihrer Anzeige

Wir gestalten für Sie die Anzeigenformate Nr. 4 – 9 bei digitaler Bereitstellung von Material in Druckauflösung für einen Preis von 135,- EUR.

Bei Anfragen, die nicht in diese Kategorie gehören, unterbreiten wir Ihnen gerne ein individuelles Angebot.

# Terminkalender Auftrag



anders denken  
anders leben

## Oya Medien e G

Anzeigenleitung  
Am See 1  
OT Klein Jasedow  
17440 Lassan

### DATENVERSAND

- online-Eingabe **www.oya-online.de/termine** hoffentlich bald möglich
- Freischaltung gleich nach Eingang der Zahlung.
- per Fax **(03 83 74) 75223**
- per Mail **anzeigen@oya-online.de**
- diese Vorlage per Post im Sichtfensterumschlag

Der **Terminkalender** ist eine Vorschau auf Veranstaltungen im kulturkreativen Umfeld. Hier können Ausbildungen, Fortbildungen, Seminare, Reisen, Kongresse, Festivals, Konzerte und sonstige kulturelle Veranstaltungen angezeigt werden. Die Gestaltung ist einheitlich (keine Sonderwünsche möglich, Textkürzungen vorbehalten).

Titel (maximal 40 Zeichen)

Veranstaltungsdatum

Veranstaltungsort

Kursinformationen (maximal 240 Zeichen inklusive Leerzeichen)

Kontaktdaten (maximal 200 Zeichen inklusive Leerzeichen)

Abdruck nur bei Bankeinzugsermächtigung oder Kreditkartenzahlung.

### STICHWORT

- Ausbildung
- Fortbildung
- Gemeinschaft
- Gesundheit und Heilung
- Kommunikation und Management
- Kreativität
- Messen, Festivals, Kongresse
- Natur und Umwelt
- Reisen und Freizeit
- Selbstentdeckung
- Verschiedenes

### ABSENDER

Name

Straße

PLZ, Ort

Telefonnummer für Rückfragen

Datum, Unterschrift

### PREIS

40,- EUR pro Eintrag und Ausgabe

### ERSCHEINUNGSTERMIN

- einmalig in der nächsten Ausgabe
- mehrmalig in den nächsten \_\_\_\_ Ausgaben

### ANZEIGENSCHLUSS

Anzeigenschluss ist jeweils der 15. des Vormonats vor Erscheinen des Heftes.

### ZAHLUNG

Sie erhalten Ihre Terminkalender-Rechnung per E-Mail.

- Einzug von deutschem Konto. Ich ermächtige die Oya Medien e G, den Rechnungsbetrag aus diesem Auftrag von meinem Konto per Lastschrift einzuziehen.

Kontonummer

BLZ

Bank

(Bitte prüfen Sie Ihre Angaben sorgfältig. Bei einer Rückbelastung entstehen uns Kosten von bis zu 6,- EUR, die wir Ihnen zuzüglich einer Bearbeitungsgebühr von 4,50 EUR in Rechnung stellen.)

Ich zahle per Kreditkarte.

- Visa  Mastercard

Kartenummer

Name

gültig bis

Bei Rückfragen ist Ihnen unser Anzeigenservice unter der Nummer (03 83 74) 75219 gerne behilflich.



- 1) »Anzeigenauftrag« ist der Vertrag über die Veröffentlichung von Anzeigen eines Auftraggebers in einer Druckschrift zum Zweck der Verbreitung.
- 2) Der Verlag ist frei, eine Anzeige abzulehnen, auch wenn ein Anzeigenauftrag abgeschlossen oder die Anzeige bereits früher veröffentlicht wurde. Ein Anzeigenauftrag gilt als abgeschlossen, wenn er vom Verlag schriftlich bestätigt ist. Kleinanzeigen und Terminkalender-Einträge werden nicht bestätigt.
- 3) Bei Änderung der Anzeigenpreisliste treten die neuen Bedingungen auch bei laufenden Abschlüssen sofort in Kraft, sofern nicht schriftlich anderes vereinbart wurde.
- 4) Für rechtzeitige, vollständige und fehlerfreie Lieferung der Druckunterlagen haftet der Auftraggeber, auch bei fernmeldetechnischer Übermittlung. Zusätzliche Kosten aus Fehlern werden dem Auftraggeber berechnet.
- 5) Der Auftraggeber garantiert, dass er die Urheber- oder Verwertungsrechte aller Fotos, Grafiken und sonstigen Bild- und Textmaterialien, die er für die Anzeige verwendet oder liefert, besitzt. Er haftet für jegliche Forderungen Dritter an die Oya Medien eG, die durch die Veröffentlichung des Materials in der Zeitschrift oder auf der Internetseite entstehen.
- 6) Platzierungswünsche werden vom Verlag nicht garantiert. Der Verlag ist von jeder Gewähr entbunden, wenn dem Platzierungswunsch nicht entsprochen werden kann. Der Ausschluss von Mitbewerbern ist nicht möglich.
- 7) Der Verlag garantiert die drucktechnisch bestmögliche Wiedergabe der Anzeigen. Können Mängel der Druckunterlagen nicht sofort erkannt werden, sondern stellen sie sich erst beim Druck heraus, so hat der Auftraggeber bei ungenügendem Abdruck keine Ansprüche. Im übrigen ist der Auftraggeber bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder unvollständigem Abdruck der Anzeige zu einer Zahlungsminderung berechtigt, es sei denn, dass durch die Mängel der Zweck der Anzeige nur unerheblich beeinträchtigt wird. Bei farbigen Reproduktionen in allen Druckverfahren gelten geringfügige Abweichungen vom Original nicht als berechtigter Grund für eine Mängelrüge. Dasselbe gilt für den Vergleich zwischen Andrucken und dem Auflagendruck.
- 8) Reklamationen aller Art sind spätestens binnen zwei Wochen nach Rechnungseingang geltend zu machen.
- 9) PDF-Dateien oder Schwarz-Weiß-Ausdrucke zur Kontrolle werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Korrekturen werden nur innerhalb der schriftlich bestätigten Frist berücksichtigt. Für Kleinanzeigen- und Terminkalender werden keine Korrekturabzüge zur Verfügung gestellt.
- 10) Anzeigenaufträge sind vertragsgemäß abzurufen. Bei Nichteinhaltung eines Auftrags über mehrere Schaltungen aus Gründen, die der Verlag nicht zu vertreten hat, erstattet der Auftraggeber den Unterschied zwischen dem gewährten Rabatt und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Rabatt.
- 11) Durch höhere Gewalt begründete Unterbrechung der Anzeigenveröffentlichung entbindet nicht vom Vertrag. In solchen Fällen verlängert sich die vereinbarte Abnahmzeit. Die Forderung von Schadensersatz ist ausgeschlossen.
- 12) Kann ein Anzeigenauftrag aus welchem Grund auch immer nicht eingehalten werden, so ist dies schriftlich anzuzeigen.
- 13) Die Rechnung ist innerhalb der aus den Mediadaten ersichtlichen Frist zu bezahlen, sofern nicht Vorauszahlung vereinbart ist. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen in Höhe von 1 Prozent über dem Diskontsatz der Deutschen Bundesbank sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann die weitere Ausführung des Auftrags bis zur Bezahlung zurückstellen oder auch Vorkasse verlangen. Bei Konkurs wird der Gesamtbetrag für noch abzunehmende Anzeigen ohne Verpflichtung zur nachträglichen Anzeigenveröffentlichung sofort fällig. Bewilligte Nachlässe entfallen bei Konkurs, Zwangsvergleich oder im Falle einer Klage.
- 14) Erfüllungsort und Gerichtsstand ist Anklam.