

gastronomie & hotellerie

Das Unternehmer-Magazin

Chefsache: Sicherheit & Brandschutz | **Ambiente:** Trends im Gastebad
Technik: Die Kasse macht's | **Food:** Frühstück International



Foto: Lindner-Hotels

huss

HUSS-MEDIEN GmbH
10400 Berlin

Tel. 030 42151-380

Fax 030 42151-214

www.gastronomie-hotellerie.com



Preisliste Nr. 23
gültig ab 01.01.2012

Media-Informationen 2012

Fachzeitschrift

1	Titel-Porträt	Seite 3
T	Termin- und Themenplan	Seite 4-5
P	Preisliste	Seite 6-7
2	Auflagen- und Verbreitungs-Analyse	Seite 8-9
F	Formate und technische Angaben	Seite 10-14

Website

1	Porträt	Seite 15
P	Preise/Werbeformen	Seite 16
F	Formate und technische Angaben	Seite 17-18

Newsletter

1	Porträt	Seite 19
P	Preise/Werbeformen	Seite 20
F	Formate und technische Angaben	Seite 21

Die Medienmarke

Zielgruppe

Hoteldirektoren, Geschäftsführer, Inhaber, F&B-Manager, Service- und Küchenchefs von Hotels, Pensionen, Restaurants, Gaststätten, Bars und Cafés

Themenspektrum

Management, Ambiente, Technik, Food, Getränke, Messen

Crossmediales Angebot

Fachzeitschriften, Website, Newsletter





- 1 Titel:** gastronomie & hotellerie
- 2 Kurzcharakteristik:** gastronomie & hotellerie ist ein überregionales Unternehmer-Magazin für Hotel, Restaurant und Küche
- 3 Zielgruppe:** Zur Zielgruppe gehören Hoteldirektoren, Geschäftsführer, Inhaber, F&B-Manager, Service- und Küchenchefs von Hotels, Pensionen, Restaurants, Gaststätten, Bars und Cafés.
- 4 Erscheinungsweise:** monatlich (Doppelnummern 1/2, 7/8)
- 5 Heftformat:** DIN A4
- 6 Jahrgang:** 43. Jahrgang 2012
- 7 Bezugspreis:** **Jahresabonnement Inland** zzgl. 8,00 € Porto- und Versandanteil 64,00 €
Einzelverkaufspreis zzgl. 1,80 € Porto- und Versandanteil 9,00 €
- 8 Organ:** Offizielles Organ des PARTY SERVICE BUNDES DEUTSCHLAND e. V.
- 9 Mitgliedschaft/ Teilnahme:** 
- 10 Verlag:** HUSS-MEDIEN GmbH
Am Friedrichshain 22
10407 Berlin
Telefon: 030 42151-0
www.gastronomie-hotellerie.com
- 11 Herausgeber:** Wolfgang Huss
- 12 Anzeigen:** Ines Neumann (verantwortlich) (☎ -380)
E-Mail: ines.neumann@hussberlin.de
- 13 Redaktion:** Barbara Böhme (verantwortlich) (☎ -464)
E-Mail: barbara.boehme@hussberlin.de

14 Umfangsanalyse 2010 = 10 Ausgaben

Gesamtumfang:		948 Seiten = 100,0 %
Redaktionsteil		759 Seiten = 80,0 %
Anzeigenteil		189 Seiten = 20,0 %
davon:		
Stellen- und Gelegenheitsanzeigen		10 Seiten = 5,3 %
Verlagseigene Anzeigen		50 Seiten = 26,5 %
Einhefter		4 Seiten = 2,1 %
Beilagen		14 Stück

15 Inhalts-Analyse des Redaktionsteils

759 Seiten = 100,0 %	
Chefsache	152 Seiten = 20,0 %
Technik & Ambiente	259 Seiten = 34,1 %
Food & Beverage	245 Seiten = 32,3 %
Nachrichten	62 Seiten = 8,2 %
Sonstiges	41 Seiten = 5,4 %



Ausgabe	AS	ET	Chefsache	Ambiente	Technik	Food	Getränke	Messen/Sonstiges
1-2	20.01.	06.02.	Nachhaltiges Energiemanagement	Freiluftgastronomie Tischkultur	Kaffeemaschinen Kassentechnik Heißluftdämpfer	Frühstück & Brunch Eis-Hits	Szene- & Mixgetränke Trendspirituosen	INTERGASTRA Stuttgart, 11.–15.02.2012
			INTERGASTRA – Messeausgabe					
3	17.02.	05.03.	Konferenz- & Tagungsgeschäft	Berufskleidung Restaurant-Ausstattung	Minibars & Etagenautomaten, Sicherheits- und Schließtechnik Frontcooking	Brot- & Backwaren Suppen, Saucen & Fonds	Mineralwasser Bier & Bierspezialitäten	BioFach Nürnberg, 15.–18.02.2012
			INTERNORGA – Messeausgabe					
4	21.03.	10.04.	Hotel-TV & Entertainment	Hotelzimmer Gästebad	Raum- und Ablufttechnik Spültechnik	Spargel-Saison Salate & Dressings Gemüse & Beilagen	Kaffee & Tee Fruchtsäfte	INTERNORGA Hamburg, 09.–14.03.2012
				Sonderausgabe Grünes Band – Preis für Nachhaltigkeit im Außer-Haus-Markt				
5	17.04.	07.05.	Objekteinrichtung	Hotelbetten Glas, Porzellan & Co.	Outdoortechnik & -equipment Hauswäscherei: Pro & Contra	Eis & Desserts Fingerfood	Erfrischungsgetränke Wein/weinhaltige Getränke	
6	21.05.	07.06.	Einkaufsgesellschaften	Wellness & Spa Barausstattung	Front- & Backoffice Öffentlicher Sanitärbereich	Grill-Saison Öle & Fette	Kaffeespezialitäten Cocktails & Longdrinks	
				küche & technik – SONDERPUBLIKATION in gastronomie & hotellerie und GV-kompakt				

Ausgabe	AS	ET	Chefsache	Ambiente	Technik	Food	Getränke	Messen/Sonstiges
7-8	30.07.	15.08.	Versicherung & Brandschutz	Buffets Sanitärausstattung	Kaffeemaschinen Reinigung & Hygiene	Fisch & Meeresfrüchte Frühstück & Brunch	Mineralwasser & Co. Weizen- & Spezialbiere	tendence Frankfurt/M., 24.–28.8.2012 hogatec Essen, 02.– 05.09.2012
			hogatec – Messeausgabe					
9	28.08.	13.09.	Catering- & Bankettgeschäft	Sauna & Solarium Hotelzimmer	Frontcooking Spülmaschinen	Brot- & Backwaren Feinkost & Delikatessen	Fruchtsäfte Bio- & Wellnessgetränke	InterCool, InterMeat, InterMopro, Düsseldorf, 23.–26.09.2012
10	21.09.	10.10.	Nutzfahrzeuge & Kleintransporter	Tische, Stühle & Sitzbänke Berufskleidung	Reservierungssysteme Herde/ Induktion	Knabbereien Eis & Desserts	Premium-Biere Liköre/Softspirituosen	
			kaffee & tee – SONDERPUBLIKATION in gastronomie & hotellerie und GV-kompakt					
11	25.10.	12.11.	Frühstückskonzepte	Gästebad Hotelwäsche	Seminar- und Tagungstechnik Heißluftdämpfer	Kartoffeln & Co. Suppen, Saucen & Fonds	Whiskey-Time Kaffee & Tee	
			energie & umwelt – NACHHALTIGKEITS-SPECIAL in gastronomie & hotellerie und GV-kompakt					
12	22.11.	10.12.	Möbel für die Hotellerie	Tableware Minibars & Tresore	Hotel-TV & Internet Kassen & Kassen-Software Spültechnik	Wild & Geflügel Snacks & Fingerfood	Sekt & Champagner Wein & Mineralwasser	

Terminänderungen oder Verschiebungen vorbehalten. Achtung: Redaktionsschluss 6 Wochen vor Erscheinen!

1 Anzeigenpreise und Formate (Preise in Euro, Zuschläge nicht rabattierbar)

Format	Breite × Höhe in mm	sw in €	2-farbig in €	4-farbig in €
 1/1 Seite	182 × 266	5.210	5.870	7.190
 Juniorpage	120 × 192	3.030	3.690	5.010
 1/2 Seite	182 × 130 (quer) 90 × 266 (hoch)	2.650	3.310	4.630
 1/3 Seite	182 × 86 (quer) 58 × 266 (hoch)	1.780	2.440	3.760

Format	Breite × Höhe in mm	sw in €	2-farbig in €	4-farbig in €
 1/4 Seite	182 × 62 (quer) 43 × 266 (hoch) 90 × 130 (Standard)	1.340	2.000	3.320
 1/6 Seite	182 × 48 (quer) 58 × 130 (hoch) 90 × 96 (Standard)	950	1.610	2.930
 1/8 Seite	182 × 34 (quer) 43 × 130 (hoch) 90 × 62 (Standard)	690	1.350	2.670

Millimeterpreis je Spalte: € 5,50 (4-spaltig)
€ 8,20 (3-spaltig)

2 Zuschläge:

Platzierung	4. Umschlagseite	8.230 €
	2. Umschlagseite	7.710 €
	Titelklappe	7.980 €

Farbe	(nicht rabattierbar)	
	Je Normalfarbe (Eurosкала)	660 €
	Zuschlag 4farbig	1.980 €
	Je Sonderfarbe HKS	890 €
	Sonderfarbe Pantone	auf Anfrage

Format	Inselanzeigen	100 % vom Grundpreis
	angeschnittene Anzeigen	10 % vom Grundpreis
	bindende Platzierungsvorschriften	10 % vom Grundpreis

3 Rabatte: Abnahme innerhalb 12 Monaten (Insertionsjahr):

Malstaffel		Mengenstaffel	
bei 3 Anzeigen	5 %	2 Seiten	5 %
bei 6 Anzeigen	8 %	4 Seiten	8 %
bei 9 Anzeigen	10 %	6 Seiten	10 %

Auf Farb-/Anschnittzuschläge, Ad Specials und Beilagen sowie Stellenanzeigen kein Nachlass. Kombi-Rabatte bei Crossmedia-Kampagnen auf Anfrage.

4 Rubriken:	Immobilien (pro mm und Spalte)	4,00 €
	Bezugsquellen (pro mm und Spalte)	3,50 €
	Stellenanzeigen (pro mm und Spalte)	2,75 €
	Chiffregbühr	6,00 €
	Web-Kompass pro Jahr (10 Ausgaben)	350,00 €

5 Sonderwerbeformen:

Beihefter

2seitig (unbeschnitten: 216 × 307 mm)	5.210 €
4seitig (unbeschnitten: 432 × 307 mm)	7.790 €
(andere Beihefterumfänge auf Anfrage)	

Beilagen (lose eingelegt, nicht rabattierbar)

bis 25 g	$\frac{\text{‰}}{00}$ 230 €
bis 50 g	$\frac{\text{‰}}{00}$ 260 €
	zzgl. Mehrporto

Aufgeklebte Postkarten, Warenmuster u.a.

(nicht rabattierbar)	
Preis (masch. Klebung)	$\frac{\text{‰}}{00}$ 140 €
	zzgl. Mehrporto

6 Kontakt:

Susan Grunert, Anzeigendisposition
Tel. 030 42151-454
E-Mail: gastro.anzeigen@hussberlin.de

7 Zahlungsbedingungen/Bankverbindung:

Commerzbank
Konto-Nr.: 976005901, BLZ: 120 400 00
UST-Ident-Nr.: DE 137189299
14 Tage nach Erhalt der Rechnung netto.

Alle Preise verstehen sich zzgl. der gesetzlichen Mehrwertsteuer.

1 Auflagenkontrolle: 

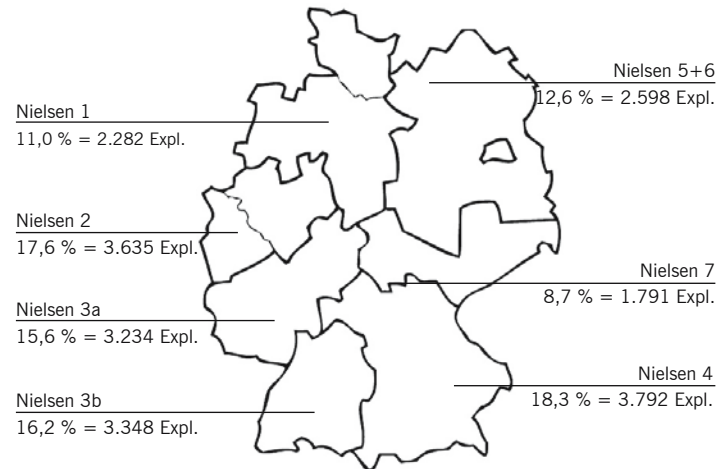
2 Auflagen-Analyse: Exemplare pro Ausgabe im Jahresdurchschnitt
(1. Juli 2010 bis 30. Juni 2011)

Druckauflage	21.000		
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA):	20.842	davon Ausland:	162
Verkaufte Auflage:	8.335	davon Ausland:	140
Abonnierte Exemplare:	7.300	davon Mitgliederstücke:	3.166
Einzelverkauf:	–		
Sonstiger Verkauf:	1.035		
Freistücke:	12.507		
Rest-, Beleg- und Archivexemplare:	158		

3 Geografische Verbreitungs-Analyse:

Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Inland	99,2	20.680
Ausland	0,8	162
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	100,0	20.842

3.1 Verbreitung nach Nielsengebieten:



Kurzfassung der Erhebungsmethode auf Seite 9.



Beschreibung der Erhebungsmethode zur Verbreitungs-Analyse (AMF-Schema 2, Ziffer 3)

1 Untersuchungsmethode:	
Verbreitungs-Analyse durch Dateiauswertung – Total Erhebung	
2 Beschreibung der Empfängerschaft zum Zeitpunkt der Datenerhebung:	
2.1 Beschaffenheit der Datei:	
In der Empfängerdatei sind die Anschriften aller Empfänger erfasst.	
2.2 Gesamtzahl Empfänger in der Datei:	123.789
2.3 Gesamtzahl wechselnder Empfänger:	114.700
(Wechsel nach jeder Ausgabe)	
2.4 Struktur der Empfängerschaft einer durchschnittlichen Ausgabe nach Vertriebsformen:	
• Verkaufte Auflage	8.335
davon: abonnierte Exemplare	7.300
Einzelverkauf	0
sonstiger Verkauf	1.035
• Freistücke	12.507
davon: ständige Freistücke	754
wechselnde Freistücke	11.470
Werbeexemplare	283
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	20.842
davon: Inland	20.680
davon: Ausland	162

3 Beschreibung der Untersuchung:

3.1 Grundgesamtheit (untersuchter Anteil):

Grundgesamtheit (tvA)	20.842	=	100,0 %
Davon in der Untersuchung nicht erfasst:	283	=	1,4 %
• Einzelverkauf	0		
• sonstiger Verkauf	0		
• Werbeexemplare	283		

Die Untersuchung repräsentiert von der Grundgesamtheit (tvA) 20.559 = 98,6 %

3.2 Tag der Datei-Auswertung: 30.6.2011

3.3 Beschreibung der Datenbasis:

Die Auswertung basiert auf der Gesamtdatei. Die ermittelten Anteile für die Verbreitungsgebiete wurden auf die tatsächlich verbreitete Auflage im Jahresdurchschnitt gemäß AMF-Ziffer 2 projiziert.

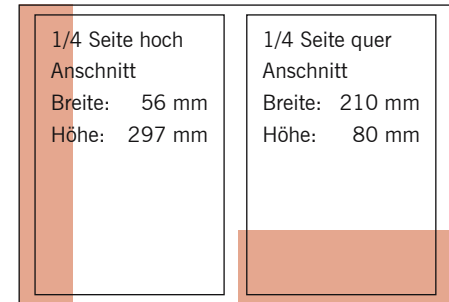
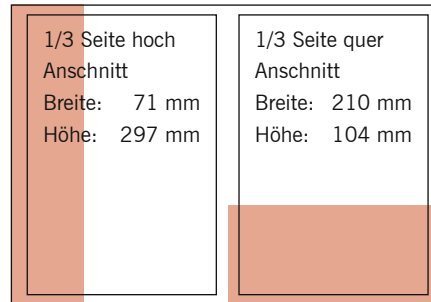
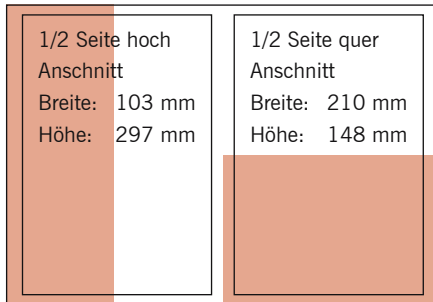
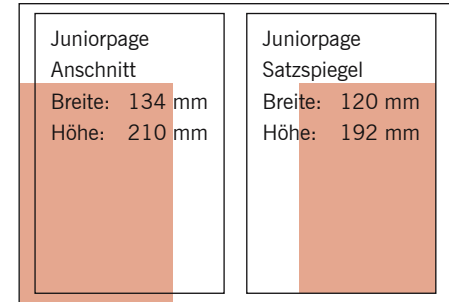
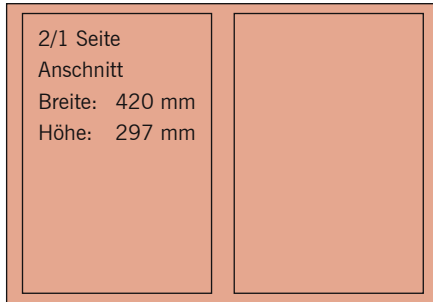
3.4 Zielperson der Untersuchung: –

3.5 Definition des Lesers: –

3.6 Zeitraum der Untersuchung: vom 1.7.2010 – 30.6.2011

3.7 Durchführung der Untersuchung: Verlag

- 1 Zeitschriftenformat:** 210 mm breit × 297 mm hoch, DIN A4
unbeschnitten: 216 mm breit × 303 mm hoch
- Satzspiegel** 182 mm breit × 266 mm hoch
3 Spalten à 58 mm Breite
- 2 Druck- und Bindeverfahren:**
Offsetdruck, Klebebindung
Bevorzugt werden digitale Druckunterlagen
verwendet. Die Anfertigung sämtlicher Druck-
vorlagen, auch digitale Daten, wird berechnet.
- 3 Datenübermittlung:** **FTP:** Ihre FTP-Zugangsdaten erhalten Sie per E-Mail
von Ihrem Ansprechpartner in unserem Haus.
E-Mail: Per E-Mail übermittelte Daten dürfen die
Größe von 15 MB nicht überschreiten und sollten
gepackt sein (zip/sit-Format).
Datenträger: CD-ROM, Daten-DVD
Angaben zum Datenversand:
Zusammen mit den Daten werden alle Informa-
tionen über Zeitschrift/Titel, Absender/Firma,
Betriebssystem, verwendete Programmversionen,
Dateinamen und Farben benötigt.
Auf dem Postweg versendete Daten schicken Sie
bitte ebenso an die Anzeigenabteilung.
- 4 Datenformate:** Für den Offsetdruck geeignete, hochaufgelöste
Dateien im PDF-Format (pdf 1.3) mit eingebetteten
Schriften (PDFX-3- oder PDFX-1a-Standard)
Die Annahme offener Daten ist möglich.
Für offene Daten gilt:
Alle verwendeten Schriften und Schriftschnitte,
auch in EPS-Files enthaltene, müssen dem
Auftrag beigelegt sein.
Bilder und Grafiken müssen im CMYK-Modus zur
Verfügung gestellt werden.
- 5 Farben:** Der Druck erfolgt nach der Euroskala im
Prozessstandard Offsetdruck (PSO) mit den
Grundfarben Cyan, Magenta, Gelb und Schwarz.
- 6 Proof:** Von jeder Seite wird ein farbverbindliches Proof
nach „Medienstandard Druck“ (bvdm) oder je
Farbe ein s/w-Ausdruck benötigt mit jeweiliger
Angabe der Farbe (EURO-Skala, HKS, Pantone).
Farbandrucke vom Farbkopierer sind nicht farb-
verbindlich für den Druck.
- 7 Datenarchivierung:** Daten werden archiviert, unveränderte Wieder-
holungen sind deshalb in der Regel möglich. Eine
Datengarantie wird jedoch nicht übernommen.
- 8 Gewährleistung:** Nur was auf dem Datenträger vorhanden ist, kann
verarbeitet werden. Für Abweichungen in Texten,
Abbildungen und insbesondere Farben übernimmt
der Verlag keine Haftung.
- 9 Kontakt:** Technische Information zum digitalen
Datenversand:
Anzeigenabteilung: gastronomie & hotellerie
Am Friedrichshain 22, 10407 Berlin
Telefon: 030 42151-454, Fax: 030 42151-214
E-Mail: gastro.anzeigen@hussberlin.de
- Programme: QuarkXpress, InDesign, Illustrator,
Photoshop.
Daten aus anderen Programmen nur auf Anfrage.



Alle Anschnittformate zuzüglich 3 mm Beschnittzugabe je Schnittkante



Titelklappe

beidseitig bedruckt

Format: 105 mm × 297mm

7.980 €



Banderole

einseitig bedruckt

Format: 430 mm × 80 mm

8.610 €



**Klappe an Titel-
und/oder Rückseite**

Format Titel:
206 mm × 297 mm

Format Klappe:
201 mm × 297 mm

Preise auf Anfrage

Alle Formate zuzüglich 3 mm Beschnittzugabe je Schnittkante

Weitere Sonderformate sowie Werbemöglichkeiten auf Anfrage.

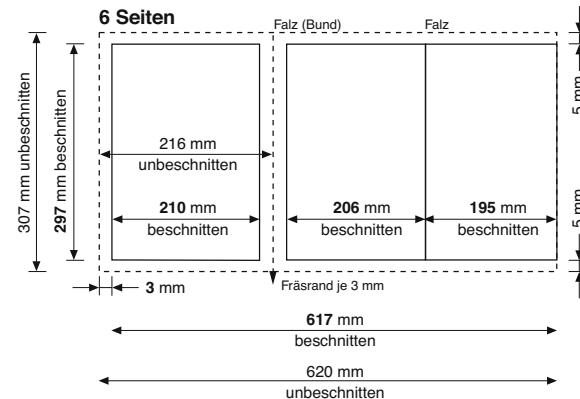
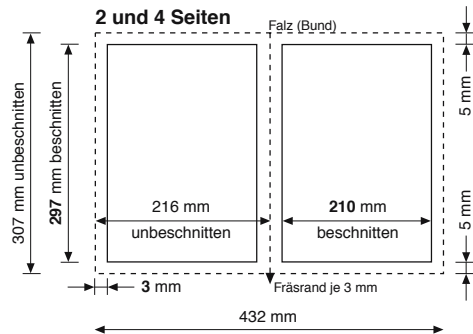
Beihefter

Vor Auftragsannahme und -bestätigung ist die Vorlage eines verbindlichen Musters, notfalls eines Blindmusters, mit Größen und Gewichtsangaben erforderlich. Beihefter dürfen nur für das Verkaufsprogramm eines Werbungtreibenden werben. Sie müssen den Postbestimmungen entsprechend so gestaltet sein, dass sie nicht mit dem Redaktionsteil verwechselt werden können. Die Platzierung ist abhängig von den technischen Möglichkeiten.

Formate:

1 Blatt (= 2 Seiten) unbeschnitten 213 mm breit x 307 mm hoch
 2 Blatt (= 4 Seiten) unbeschnitten 432 mm breit x 307 mm hoch
 3 Blatt (= 6 Seiten) unbeschnitten 620 mm breit x 307 mm hoch
 Weitere Beihefterumfänge auf Anfrage.

Beschnittschema:



- Beilagen:** Vor Auftragsannahme und -bestätigung ist die Vorlage eines verbindlichen Musters mit Größen- und Gewichtsangabe bis spätestens Anzeigenschluss der jeweiligen Ausgabe erforderlich. Beilagen dürfen nur für das Verkaufsprogramm eines Werbungtreibenden werben. Sie müssen den Postbestimmungen entsprechend so gestaltet sein, dass sie nicht mit dem Redaktionsteil verwechselt werden können. Die Platzierung von Beilagen erfolgt den technischen Möglichkeiten entsprechend.
- Beilagenhinweis:** Ein Beilagenhinweis wird kostenlos im Anzeigenteil aufgenommen.
- Benötigte Auflage:** 21.200 Exemplare einschl. Zuschuss
- Anliefertermin:** Bitte 10 Arbeitstage vor Erscheinen des betreffenden Heftes.
- Format:** Maximal 205 mm breit × 290 mm hoch
- Technische Angaben:** Beilagen müssen so beschaffen sein, dass eine zusätzliche Bearbeitung entfällt. Erschwernisse und zusätzliche Arbeiten (z.B. Falzen) werden gesondert in Rechnung gestellt.
Beilagen, die auf einem anderen Werkstoff als Papier gedruckt sind, können nur nach Vorlage eines verbindlichen Musters und vorheriger Zustimmung des Verlages und der Post angenommen werden.
- Aufgeklebte Postkarten:** Aufgeklebte Postkarten (Mindestpapiergewicht 150 g/m²) und Warenmuster auf Einheftern oder ganzseitigen Anzeigen müssen zusätzlich als Beilagen berechnet werden.
Vor Auftragsannahme und -bestätigung ist die Vorlage des Anzeigenmotivs mit aufgeklebter

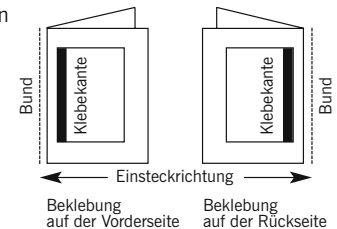
Postkarte (Standmuster), notfalls eines Blindmusters, erforderlich.
Warenmuster können nur nach vorher vom Verlag einzuholender Zustimmung der Post (gegen Vorlage eines verbindlichen Musters) angenommen werden.

Formate: Für aufgeklebte Postkarten gelten die Postvorschriften. Maximalgröße für aufgeklebte Warenmuster: 25 cm², Maximallänge einer Kante: 6 cm

Benötigte Liefermenge: 21.200 Exemplare einschl. Zuschuss

Anliefertermin: Bis spätestens 10 Arbeitstage vor Erscheinen des betreffenden Heftes.

Technische Angaben: Bei aufgeklebten Postkarten sollten die Klebekanten in Bundrichtung liegen



Versandanschrift: Möller Druck GmbH, Zeppelinstraße 6, 16356 Ahrensfelde/OT Blumberg

Liefervermerk: Für gastronomie & hotellerie Nr. X/2012, Name des Kunden, Bezeichnung der Drucksache, Auflagenhöhe, Lieferanzahl der Paletten/Pakete

- 1 **Web-Adresse:** www.gastronomie-hotellerie.com
- 2 **Kurzcharakteristik:** Umfangreiches Internet-Angebot der B2B Kommunikation für Entscheider aus Hotels und Restaurants. Ständig aktuelle Nachrichten und Zusatzinformationen, sowie Produktvorstellungen und eine Jobbörse.
- 3 **Zielgruppe:** Professionelle Entscheider aus der Hotellerie und Gastronomie.
- 4 **Verlag:** HUSS-MEDIEN GmbH
10400 Berlin · Deutschland
Hausanschrift:
Am Friedrichshain 22
10407 Berlin
- Ansprechpartner
Redaktion:** Marion Neubauer, Redaktionsassistentin
E-Mail: marion.neubauer@hussberlin.de
Tel.: 030 42151-490
- Ansprechpartner
Online Werbung:** Susan Grunert, Anzeigendisposition
E-Mail: susan.grunert@hussberlin.de
Tel.: 030 42151-454

The screenshot shows the homepage of the website 'gastronomie & hotellerie'. The header is red with the logo and the tagline 'Das Unternehmens-Magazin'. A navigation menu on the left lists categories like 'Für Gastronomen und Hoteliers', 'Für Auszubildende', 'Mediaservice', 'Prüfungsaufgaben', 'Das Heft', 'Termine', and 'Newsletter'. The main content area features a large image of a hotel entrance with the sign 'HOTEL REBSTOCK'. Below the image is a news article titled 'Hohe Ansprüche bei TIPTOP' with a sub-headline 'Mit einem Güteiegel möchte die TIPTOP-Hotellkooperation künftig Mitgliederhotels auszeichnen, die besondere hohe Qualitätsstandards erfüllen.' Other articles include 'Kampf der Übermacht' and 'Deutscher Brauer-Bund wählt'. On the right side, there are sections for 'Suchen', 'Abonnement', 'Probierexemplar', 'facebook', and 'Messen'. At the bottom, there is a 'Grünes Band' logo and a 'Die Frühstückszusammenarbeit' logo.

1 Preise und Werbeformen:

Werbeform	Platzierung	Format/Größe in Pixel	Datenvolumen bis	Preis je Woche in €
Full-Banner	Horizontal, i. d. R. über dem Kopfbereich der Website	468 × 60	50 KB	200,00
Halfsize-Banner		234 × 60	50 KB	150,00
Superbanner		728 × 90	50 KB	250,00
Skyscraper	Vertikal, i. d. R. am rechten Rand der Website	120 × 600	50 KB	300,00
Half-Skyscraper		120 × 300	50 KB	250,00
Wide-Skyscraper		160 × 600	50 KB	350,00
Wallpaper	Kombination aus Skyscraper und Fullsizebanner	468 × 60 + 120 × 600	50 KB	350,00
Rectangle	Seitenintegriert, i. d. R. in der linken Randspalte	180 × 150	50 KB	250,00
Textanzeige	Anzeige in Textform in Website implementiert	max 350 Zeichen	50 KB	200,00

Alle Preise verstehen sich zzgl. der gesetzlichen MwSt.

2 Rabatte: Abnahme innerhalb 12 Monate (Insertionsjahr):
 Malstaffel
 bei 3 Schaltungen 5%
 bei 6 Schaltungen 8%
 bei 9 Schaltungen 10%
 bei 12 Schaltungen 12%

3 Rubriken: Gesamte Homepage im Rotationsverfahren
 mit höchstens 3 weiteren oder exklusiv
 ausgewählte Unterseiten

**4 Zahlungsbedingungen/
 Bankverbindungen:** Commerzbank
 Konto-Nr.: 97 600 59 01, BLZ: 120 400 00
 UST-Ident-Nr. DE 137 189 299
 14 Tage nach Erhalt der Rechnung netto.

- 1 Dateiformate:**
- | | |
|---------------------|-----------|
| GIF, JPG, PNG | max. 50KB |
| HTML; FLASH | max. 50KB |
| 3rd Party Stream | max. 50KB |
| Javascript | max. 50KB |
| Dauer der Animation | max. 15s |
- 2 Lieferadresse:** Bitte senden Sie die Werbemittel für Ihre Kampagne an folgende E-Mail:
susan.grunert@hussberlin.de

- 3 Lieferfrist:** 3 Tage vor Kampagnenbeginn

Mit diesen Vorlaufzeiten ist ausreichend Zeit, die Formate zu testen und eine sichere Auslieferung der Kampagne zu gewährleisten. Verzögerungen durch verspätete Anlieferungen gehen nicht zu unseren Lasten.

Bei Anlieferung benötigen wir die erforderlichen Meta-Informationen:

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

Bei Flash-Versionen:

- Angabe der Flashversion
- Information über Actionscripte
- integriertes ClickTag
- GIF oder JPG als Fallback im Format der gebuchten Werbeform für User, die kein Flash installiert haben
- Sniffer Code (falls vorhanden)

Drittanbieter:

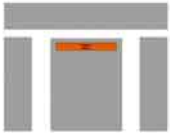
- Javascript/Iframe-Redirect
- Angabe der Flashversion
- Kompatibilitätinformation (Browser, Betriebssystem)
- Informationen zu Aufrufparametern/-variablen für:
- Vermeidung von Caching (Timestamp)
- 3rd-Party-Klicktracking

- 4 Ansprechpartner:** Susan Grunert, Anzeigendisposition
E-Mail: susan.grunert@hussberlin.de
Tel.: 030 42151-454

Bannerformate



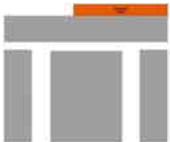
Full-Banner und Halfsize-Banner (horizontal):
Platzierung: über dem Header, gesamte Webseite mit höchstens 3 weiteren
Format/Größe: 468 × 60 Pixel
Datenvolumen bis: 50KB



Platzierung: über dem Content, gesamte Webseite
Format/Größe: 468 × 60 Pixel
Datenvolumen bis: 50KB



Platzierung: über dem Header, gesamte Webseite mit höchstens 3 weiteren
Format/Größe: 234 × 60 Pixel
Datenvolumen bis: 50KB



Superbanner (horizontal):
Platzierung: über dem Header, gesamte Webseite mit höchstens 3 weiteren
Format/Größe: 728 × 90 Pixel
Datenvolumen bis: 50KB



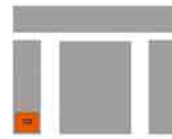
Skyscraper, Wide-Skyscraper und Halfsize-Skyscraper (vertikal):
Platzierung: rechts von der Webseite, gesamte Webseite mit höchstens 3 weiteren
Format/Größe: 120 × 600 Pixel
Datenvolumen bis: 50KB



Platzierung: rechts von der Webseite, gesamte Webseite mit höchstens 3 weiteren
Format/Größe: 160 × 600 Pixel
Datenvolumen bis: 50KB



Platzierung: rechts von der Webseite, gesamte Webseite mit höchstens 3 weiteren
Format/Größe: 120 × 300 Pixel
Datenvolumen bis: 50KB

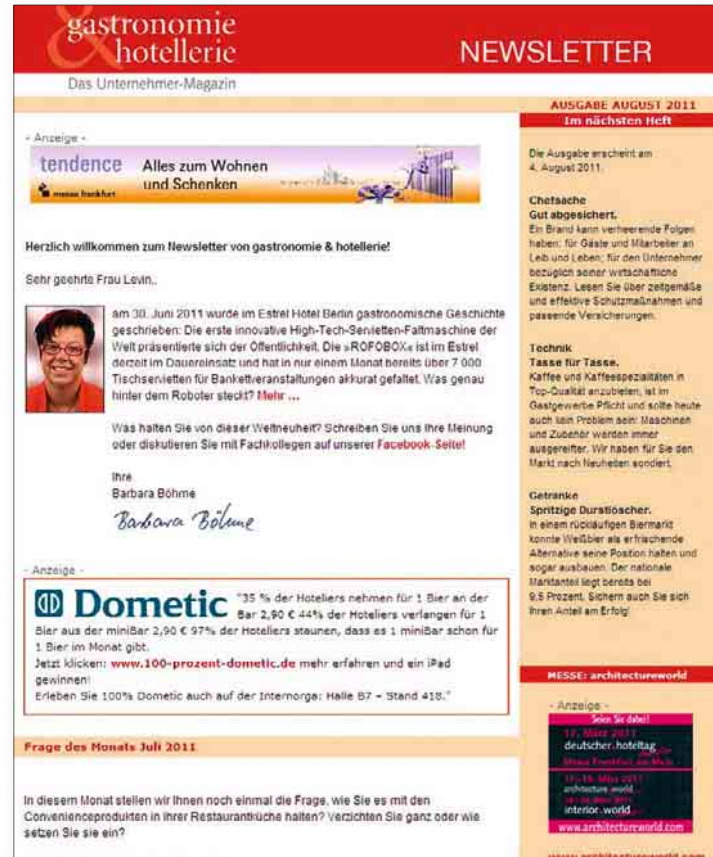


Rectangle:
Platzierung: gesamte Webseite, vereinzelte Unterseiten (Rubrikseite)
Format/Größe: 180 × 150 Pixel
Datenvolumen bis: 50KB



Wallpaper:
Platzierung: gesamte Webseite, im Rotationsverfahren mit höchstens 3 weiteren
Format/Größe: 728 × 90 Pixel + 160 × 600 Pixel
468 × 60 Pixel + 120 × 600 Pixel
Datenvolumen bis: 50KB

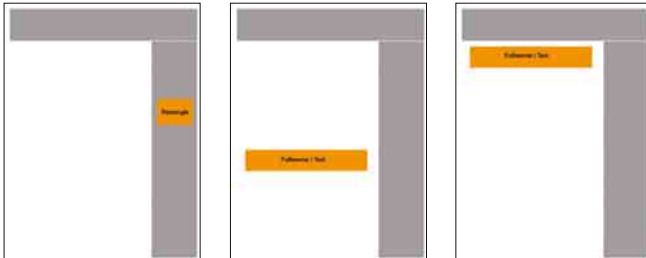
- 1 **Name:** gastronomie & hotellerie Newsletter
- Full-Banner** im News-Teil 468 × 60 Pixel
Text-Banner im News-Teil 300 Zeichen
Rectangle Banner im Service-Teil 180 × 150 Pixel
- 2 **Kurzcharakteristik:** Der innovative Newsletter erscheint monatlich zu aktuellen Themen, beleuchtet Trends und ruft zu Diskussionen über Fakten auf. Spezielle Informationen zu Messen und Events runden das Angebot ab.
- 3 **Zielgruppe:** Der Newsletter erreicht Abonnenten, die an News und Produkten aus dem Fachgebiet interessiert sind. Die Abonnenten kommen aus allen Bereichen des Gastgewerbes. Alle Empfänger haben über das so genannte „double opt-in“ Verfahren Ihr Einverständnis zum Erhalt von Mailings gegeben.
- 4 **Erscheinungsweise:** monatlich
- 5 **Verlag:** HUSS-MEDIEN GmbH
Ansprachpartner **Redaktion:**
 Barbara Böhme, Chefredakteurin
 E-Mail: babara.boehme@hussberlin.de
 Tel.: 030 42151-464
 Marion Neubauer, Redaktionsassistentin
 E-Mail: marion.neubauer@hussberlin.de
 Tel.: 030 42151-490
Anzeigen:
 Ines Neumann, Anzeigenleiterin
 E-Mail: ines.neumann@hussberlin.de
 Tel.: 030 42151-380



1 Werbeformen und Preise:

Werbeform	Platzierung	Format in Pixel	Datenvolumen bis	Preis in €
Full-Banner	Horizontal, über dem Eingangstext	468 × 60	50 KB	180,00
Rectangle	Seitenintegriert, in der rechten Randspalte	180 × 150	50 KB	150,00
Textanzeige	Anzeige in Textform in Newsletter implementiert	max. 300 Zeichen	50 KB	200,00

Alle Preise verstehen sich zzgl. der gesetzlichen MwSt.



2 Rabatte:

Abnahme innerhalb 12 Monate (Insertionsjahr):
 Malstaffel

bei 3 Schaltungen	5%
bei 6 Schaltungen	8%
bei 9 Schaltungen	10%
bei 12 Schaltungen	12%

3 Zahlungsbedingungen/ Bankverbindungen:

Commerzbank
 Konto-Nr.: 97 600 59 01, BLZ: 120 400 00
 UST-Ident-Nr. DE 137 189 299
 14 Tage nach Erhalt der Rechnung netto.

1 Dateiformate: GIF, JPG, PNG 468 × 60 50 KB
 180 × 150 50 KB
 HTML (Text und JPG) max. 300 Zeichen 50 KB

2 Newsletterformat: HTML und Text

3 Lieferadresse: Bitte senden Sie die Werbemittel für Ihre Kampagne an folgende E-Mail:
 gastro.anzeigen@hussberlin.de

4 Lieferfrist: 3 Tage vor Kampagnenbeginn

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

Bei Anlieferung benötigen wir die erforderlichen Meta-Informationen:

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

5 Ansprechpartner: Susan Grunert, Anzeigendisposition
 E-Mail: susan.grunert@hussberlin.de
 Tel.: 030 42151-454

Hinweis zu Werbemitteln im gif-Format:
 Outlook 2007 und 2010 zeigen nur den ersten Frame ohne Animation an. Daher ist eine identische Gestaltung des ersten und letzten Frames empfehlenswert.

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen, Fremdbeilagen und Online-Werbung

1. Anzeigenauftrag ist im Sinne der folgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung von Anzeigen und Fremdbeilagen in einer Druckchrift sowie über Online-Werbung zum Zweck der Verbreitung. Ein Abschluss erfolgt unter Beachtung der gemäß Preisliste zu gewährenden Rabatte.
2. Anzeigen und Fremdbeilagen sind im Zweifel zur Veröffentlichung innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzurufen. Im Fall des Abschlusses des Anzeiges nach dem Abdruck einzelner Anzeigen eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln, sofern die erste Anzeige innerhalb der in Satz 1 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht wird.
3. Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in Ziffer 2 genannten Frist auch über die im Auftrag genannte Anzeigenmenge hinaus weitere Anzeigen zu den vertraglich vereinbarten Konditionen bzw. nach Preisliste abzurufen.
4. Online-Werbung (z.B. Homepage, Newsletter etc.) bestimmt sich nach dem gebuchten Zeitraum. Der Auftraggeber hat während der gesamten Laufzeit des Vertrages die Webseiten bzw. Dokumente, auf die von der Online-Werbung verwiesen wird, voll und ganz zu erhalten. Vorbehaltlich entgegenstehender Individualvereinbarungen sind die vom Bannerstempel des Verlegers genannten Werte bei den Visits und Page Impressions maßgeblich.
5. Wird ein Auftrag, insbesondere ein Serienauftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeachtet etwaiger weiterer Rechtsfolgen, den Unterschied zwischen dem gewährten und dem tatsächlich Abnahme entsprechenden Nachlass dem Verlag zu erstatten. Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höhere Gewalt im Risikobereich des Verlags besteht. Das Vorliegen von bereits gebuchten Anzeigen- und Beilagenaufträgen ist bis 20 Tage vor dem jeweiligen Anzeigenschluss in schriftlicher Form möglich. Danach fallen Stornogebühren in Höhe von 50 % des Anzeigenbruttopreises an. Kündigungen und Rücktritte, die nach dem Anzeigenschluss eingehen, werden frühestens für die übernächste Ausgabe wirksam.
6. Bei der Errechnung der Abrechnungen werden Textmengen zum Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.
7. Aufträge für Anzeigen und Fremdbeilagen, die ausschließlich in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckchrift und im Internet platziert werden sollen, müssen so rechtzeitig beim Verlag eingehen, dass dem Auftraggeber noch vor Anzeigenschluss mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht auszuführen ist. Ansonsten wird für die Aufnahme von Anzeigen in bestimmten Nummern, Ausgaben oder Plätzen keine Gewähr übernommen. Rubrizierte Anzeigen sind in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.
8. Textteil-Anzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens drei Seiten an den Text und nicht an andere Anzeigen angrenzen. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ oder „Promotion“ kenntlich gemacht.
9. Der Verlag behält sich vor, Anzeigen – auch einzelne Abdrufe im Rahmen eines Abschlusses – und Beilagen sowie Online-Werbung wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Verlags abzuhängen, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder deren Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist (z.B. wenn Anzeigen Werbung Dritter oder für Dritte enthalten – sog. „Verbundwerbung“). Dies gilt auch für Aufträge, die bei Geschäftsstellen, Annahmestellen oder Vertretern aufgegeben werden. Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Muster- und Beleg- und Billigung bedingend, und zwar durch Form- und Nachdruck bei Leser den Eindruck eines Bestandes. Ein Bestandes-Bild und Zeitung oder Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt. Azeptiert der Verlag ausdrücklich eine Verbundwerbung, ist er zur Erhebung eines Verbundaufschlages berechtigt.
10. Für die rechtzeitige und einwandfreie Lieferung des Anzeigentextes in Druckunterlagen, Beilagen sowie in der Online-Werbung ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungelegene oder beschädigte Druckunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. Der Verlag gewährleistet eine übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckverfahren gegebenen Möglichkeiten.
11. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder bei unvollständigem Abdruck der Anzeige trotz rechtzeitiger Lieferung einwandfreier Druckunterlagen rechtzeitiger Reklamation Anspruch auf Zulassungsminderung oder eine Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Lässt der Verlag eine ihm hierfür gestellte angemessene Frist mitgehen, so ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zulassungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Bei unwesentlichen Mängeln der Anzeige ist die Rückgängigmachung ausgeschlossen.
- 12.a) Zur Haftung, gleich es welchem Rechtsgrund einschließlich unerlaubter Handlungen, ist der Verlag nur verpflichtet, soweit Schäden (1) durch schuldhaftes Verletzung eines vertragsgewässentlichen Pflicht (Kardinalpflicht) durch den Verlag in die eines Erreichens des Vertragszwecks gefährdenden Weise verursacht werden oder (2) auf grobe Fahrlässigkeit oder Vorsatz von dem Verlag zurückzuführen sind.
- b) Haftung der Verlag gem. Ziffer a) (1) für die Verletzung einer vertragsgewässentlichen Pflicht, ohne dass ihm grobe Fahrlässigkeit oder Vorsatz zur Last fallen, ist die Haftung von dem Verlag ausgeschlossen.
- c) Haftung der Verlag gem. Ziffer a) (1) oder (2) für grobe Fahrlässigkeit oder Vorsatz von Mitarbeitern, die nicht Organe oder leitende Angestellte des Verlags sind, ist die Haftung des Verlags ebenfalls auf die vereinbarten Anzeigenpreise begrenzt.
- d) Für mittelbare Schäden, Vermögensgeschäden oder entgangenen Gewinn haftet der Verlag nicht, sofern diese nicht auf Vorsatz oder grobe Fahrlässigkeit von Organen oder leitenden Angestellten zurückzuführen sind.
- e) Jede Haftung von dem Verlag ist auf solche typischen Schäden beschränkt, mit denen Eintritt der Verlag nach dem ihm bei Vertragsabschluss bekannten Umständen vernünftigerweise rechnen konnte.
- f) Der Ausschluss oder die Begrenzung von Ansprüchen gem. den vorstehenden Ziffern a) bis e) schließt Ansprüche gegen Mitarbeiter und Beauftragte des Verlags ein.
- g) Fälle höherer Gewalt wie auch Abwehrmaßnahmen, Beschwerden, allgemeiner Rohstoff- oder Energieverknappung oder Betriebsstörungen entbinden den Verlag von der Verpflichtung auf Erfüllung von Aufträgen und Leistung von Schadenersatz.
- h) Die Gewährleistung für Online-Werbung ist auf solche Fehler in der Wiedergabe beschränkt, die im Risikobereich und der Einflussphäre des Verlags begründet sind. Sie ist ausgeschlossen für unwesentliche Fehler, z.B. wenn der Fehler den Zweck der Online-Werbung nicht wesentlich beeinträchtigt. Dem Auftraggeber ist bekannt, dass es nach der Natur der Sache bei jeder Online-Werbung zu ungewollten Fehlern kommen wird. Die Haftung des Verlags beträgt mehr als 10 % der gebuchten Zeit und länger als 24 Stunden innerhalb von 30 Tagen nach Beginn der Schaltung aus, hat der Auftraggeber Anspruch auf Nachlieferung der ausgefallenen Mediasteile. Weitergehende Ansprüche sind ausgeschlossen.
13. Der Verlag gewährleistet die drucktechnische Wiedergabe der Anzeige. Reklamationen offensichtlicher Mängel muss der Auftraggeber innerhalb von 4 Wochen nach Veröffentlichung schriftlich erheben. Reklamationen bei nicht offensichtlichen Mängeln müssen binnen einem Jahr ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn schriftlich geltend gemacht werden. Alle gegen den Verlag gerichteten Ansprüche aus vertraglicher Pflichtverletzung verjähren in einem Jahr ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn, sofern sie nicht auf Vorsatz beruhen.
14. Der Verlag übernimmt keine Haftung für Fehler aus telefonischen oder schriftlichen Übermittlungen jeder Art. Eine Haftung wird auch nicht übernommen, wenn sich Mängel an der Vorlage erst bei der Reproduktion oder beim Druck zeigen. Der Werbungsbeitrag hat dann bei ungenügendem Abdruck keine Ansprüche. Die eventuell entstehenden Mehrkosten z.B. zur Nachbesserung der Druckunterlagen oder für Massenschnittstand müssen weiterberechnet werden.
15. Probebezüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probebezüge. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm vor dem Beginn des Probebezugsgesetzten Frist mitgeteilt werden. Sendet der Auftraggeber den ihm rechtzeitig übermittelten Probebezug nicht innerhalb der gesetzten Frist zurück, so gilt die Genehmigung zum Druck als erteilt.
16. Sind keine besonderen Großveranschreibungen gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.
17. Die Rechnung ist innerhalb von 14 Tagen nach Rechnungslegung zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist.
18. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden die gesetzlichen Zinsen, im kaufmännischen Geschäftsverkehr in Höhe von 8 % über dem Basiszinssatz der Europäischen Zentralbank ab Fälligkeit des Rechnungsbetrages, sowie Mahnkosten in Höhe von EUR 7,50 pro Rechnung berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter

19. Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Anzeigenabschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlensystem von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offenerhandelter Rechnungsbeträge abhängig zu machen.
20. Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages werden Anzeigenausschnitte, Belegseiten oder vollständige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.
21. Kosten für die Anfertigung bestellter Druckstöcke, Filme, Lithos, Matern, Zeichnungen etc. sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.
22. Aus einer Auftragsminderung resultiert ein Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisermäßigung hergestellt werden, wenn die in der Preisliste garantierte verkaufte Auflagen im Gesamtdurchschnitt des vergangenen Insetionsjahres i. d. IVW-Meldungen um 30 % unterschritten wird. Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preisermäßigungen- und Schadenersatzansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Vertrag zurücktreten konnte. Änderungen des Heftumfangs behält sich der Verlag vor, ohne dass hieraus der Auftraggeber Ansprüche herleiten kann.
23. Bei Differenzangewender der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Er übernimmt darüber hinaus keine Haftung, Einschreibebriefe und Elektrife auf Zifferanzügen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet. Die Eingänge auf Zifferanzügen werden vier Wochen aufbewahrt. Zuschriften, die hierin nicht abgeholt sind, werden vernichtet. Werbliche Unterlagen werden der Verlag zurück, ohne dass verpflichtet zu sein. Der Verlag behält sich im Interesse und zum Schutz des Auftraggebers das Recht vor, die Eingänge zur Vermeidung von Missbrauch des Zifferandes zu Prüfzwecken zu öffnen. Zur Weiterleitung von geschäftlichen Anpreisungen und Vermittlungsangeboten ist der Verlag nicht verpflichtet.
24. Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung derartiger Unterlagen ist innerhalb der Fristen des Auftrages. Erfüllungsort und Gerichtsstand ist der Sitz des Verlags, soweit hierüber eine Vereinbarung gesetzlich zulässig ist. Auf den Verlag findet deutsches Recht Anwendung.

Zusätzliche Geschäftsbedingungen des Verlags

- a) Die allgemeinen und unsere zusätzlichen Geschäftsbedingungen, die Auftragsbestätigung und die jeweils gültige Preisliste sind für jeden Auftrag maßgebend. Der erteilte Auftragsauftrag wird erst nach schriftlicher Bestätigung durch den Verlag rechtsverbindlich. Abweichende Geschäftsbedingungen werden erst gültig durch schriftliche Bestätigung des Verlags.
- b) Bei Änderungen der Anzeigenpreissetzen die neuen Bedingungen auch für laufende Aufträge – sofern keine anderslautende schriftliche Vereinbarung getroffen wurde – mit dem neuen Tarif zu gilt. Der Verlag behält sich das Recht vor, für Anzeigen in Verlagsbeilagen, Sonderveröffentlichungen und Kollektiven sowie die Online-Werbung Sonderpreise festzusetzen. Anzeigenschlussstermine sind für den Verlag unverbindlich. Eine Anpassung an den Produktionsverlauf ist möglich.
- c) Die Werbungsanzeigen und Werbegewerbestanden verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungsstreibern an die Preisliste des Verlags zu halten. Die vom Verlag gewährte Mitteilungsvergütung darf an die Auftraggeber weder ganz teilweise weitergegeben werden.
- d) Bei Auftrags-/Werbeangeboten, die zum ersten Mal mit dem Verlag in Geschäftsverbindung treten, kann Vorauskasse bis zum Anzeigenschlussstermin verlangt werden.
- e) Bei Druckvorlagen, die zusätzliche Satz-, Film-, Lithokosten etc. verursachen, werden diese in Rechnung gestellt. Sind etwaige Mängel bei den Druckunterlagen und Belichtungsdateien nicht sofort erkennbar, sondern werden dieselben erst beim Druckvorgang deutlich, so hat der Auftraggeber bei ungenügendem Abdruck keine Gewährleistungsansprüche. Das Gleiche gilt bei Fehlern in wiederholt erscheinenden Anzeigen, wenn der Auftraggeber nicht vor Drucklegung der nächstfolgenden Anzeige auf den Fehler hinweist. Bei Überschreitung der im Terminplan festgelegten Daten für die Übersendung der Druckunterlagen kann keine Gewähr für eine einwandfreie Druckwiedergabe übernommen werden.
- f) Der Auftraggeber trägt allein die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit des Anzeigentextes/Bildmotivs und der Online-Werbung. Er stellt den Verlag von allen Ansprüchen Dritter frei, die in diesem Zusammenhang etwa geltend gemacht werden (inklusive der Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung), auch wenn der Auftrag storniert sein sollte. Der Verlag ist nicht verpflichtet, Aufträge und Anzeigen daraufhin zu prüfen, ob durch sie Rechte Dritter beeinträchtigt werden. Durch Erteilung eines Anzeigenauftrages verpflichtet sich der Inserent, die Kosten der Veröffentlichung einer Gegenklage zu übernehmen. Die sich auf tatsächliche Behauptungen der veröffentlichten Anzeigen beziehen, zu tragen, und zwar nach Maßgabe des jeweils gültigen Anzeigenanlagers. Erscheinen nicht rechtzeitig sitierte Anzeigen, so stehen auch dem Auftraggeber daraus keine Ansprüche gegen den Verlag zu.
- g) Der Auftraggeber ist verpflichtet, die Nutzung der Online-Werbung über die Nutzung der Online-Medien aller Art (inkl. Internet) erforderlicher unerbrechlichen Nutzungs- und sonstigen Rechte, insbesondere zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, Entnahme aus einer Datenbank und Abruf, und zwar zeitlich, inhaltlich und örtlich unbeschränkt in dem für die Durchführung der Aufträge notwendigen Umfang.
- h) Anzeigenaufträge können nach Anzeigenschluss grundsätzlich nur aus wichtigem Grund gekündigt werden. Die Kündigung muss schriftlich erfolgen. Telefax und E-Mail genügen. Der Auftraggeber muss mindestens die entstandenen Satzsetkosten berechnen.
- i) Sind etwaige Mängel an gelieferten Drucksuchen, wie Beilehfer, Beilehfer etc., nicht sofort, sondern erst bei der Verarbeitung erkennbar, so hat der Werbungsstreibeinbehalter dadurch entstehende Mehrkosten oder Verluste bei der Herstellung zu tragen.

Zusätzliche Geschäftsbedingungen für die digitale Übermittlung von Druckunterlagen für Anzeigen

- a) Digitale Druckunterlagen sind solche, welche per Datenträger (z.B. Disketten, Cartridges, CD/DVDs), direkt oder indirekt per Fernübertragung (z.B. ISDN, E-Mail, FTP) an den Verlag papierlos übermittelt werden.
- b) Unwesentliche Mängel sind solche, die sich auf einer geringen, geringe Bildduquität etc., die sich auf eine Abweichung des Auftraggebers von den Empfehlungen des Verlags zur Erstellung von Druckunterlagen zurückführen lassen, führen zu keinem Anspruch auf Preisermäßigung oder Schadenersatz.
- c) Bei digitaler Übermittlung von mehreren zusammengehörenden Dateien hat der Auftraggeber dafür Sorge zu tragen, dass diese Dateien innerhalb eines gemeinsamen Verzeichnisses (Ordner) gesamt bzw. gesichert werden. Für die Übertragung von digital übermittelten Druckvorlagen dürfen nur geschlossene Dateien verwendet werden, also solche Dateien, an denen der Verlag inhaltlich keine Möglichkeit der Veränderung hat. Offene Dateien (z.B. Dateien, die unter InDesign, QuarkXPress, Corel Draw, Freshpad usw. gespeichert wurden) kann der Verlag ablehnen. Der Verlag kann bei offenen Dateien für die inhaltliche Richtigkeit nicht in Anspruch genommen werden. Online-Werbung darf nur in geeigneten Dateiformaten mitgeteilt werden. Die Vorgaben des Verlags sind zu beachten.
- d) Digital übermittelte Druckvorlagen für Farbanzeigen können nur auf einem auf Papier gelieferten Farb-Proof zuverlässig verarbeitet werden. Digital erstellte Druckdrucke müssen zur Kontrolle der Farbtrennbarkeit der FOSTA/UGRA Medienline in der aktuellen Version enthalten. Andrucke müssen einen offiziellen Druckkontrollstempel aufweisen. Ohne Farb-Proof sind Farbbeibehaltungen unvermeidbar, die keinen Anspruch auf Preisermäßigung oder Schadenersatz auslösen können. In jedem Fall ist ein Ausdruck per Fax an den Verlag zu senden, um die sachliche Richtigkeit überprüfen zu können. Ein Korrekturfax muss vom Auftraggeber zurückgeschickt werden. Nur bei richtiger Farbanpassung ist eine farblich richtige Umsetzung in üblichen Toleranzen gewährleistet.
- e) Werden digital übermittelte Druckvorlagen per Datenträger an den Verlag übermittelt, werden diese nur auf besonderen Wunsch an den Auftraggeber gegen eine pauschale Versandgebühr von EUR 2,50 zurückgeschickt.
- f) Der Auftraggeber hat vor einer digitalen Übermittlung von Druckvorlagen dafür Sorge zu tragen, dass die übermittelten Dateien frei von evtl. Computerviren, Malware und sonstigen Schadprogrammen sind. Die übermittelten Daten Computer- und Datenkompatibilität haben. Die Daten sollen einheitlich, ohne dass der Auftraggeber hieraus Ansprüche geltend machen kann. Der Verlag behält sich zudem vor, den Auftraggeber auf Schadenersatz in Anspruch zu nehmen, wenn durch solche durch den Auftraggeber mitlieferten Computerdaten dem Verlag Schaden entstanden sind.
- g) Der Verlag ist nicht verpflichtet, die Druckunterlagen auf Vollständigkeit und Richtigkeit zu überprüfen. Der Verlag haftet nicht für Übertragungsefehler.



Im Heft 6 küche & technik

Erscheinen: 07.06.2012
Anzeigenschluss: 21.05.2012
Druckauflage: 32.000



Im Heft 10 kaffee & tee

Erscheinen: 10.10.2012
Anzeigenschluss: 21.09.2012
Druckauflage: 32.000



Im Heft 11 energie & umwelt

Erscheinen: 12.11.2012
Anzeigenschluss: 25.10.2012
Druckauflage: 32.000

Die Sonderpublikationen erscheinen als titelübergreifende Supplements sowohl im Fachmagazin gastronomie & hotellerie als auch im Fachmagazin *GV-kompakt*.

Sichern Sie sich Ihren Erfolg im besonders attraktiven Themenumfeld der Sonderpublikationen rechtzeitig!

	gastronomie & hotellerie	GV-kompakt
Druckauflagen:	21.000	11.000
Verbreitete Auflagen:	20.848	10.844

huss

HUSS-MEDIEN GmbH
10400 Berlin

Tel. 030 42151-380

Fax 030 42151-214

www.gastronomie-hotellerie.com



Weitere Fach- und Sonderpublikationen
aus den Bereichen
Gemeinschaftsverpflegung, Gastronomie und Hotellerie