



Verlag:	B&L MedienGesellschaft mbH & Co.KG Verlagsniederlassung München	
Postanschrift:	Postfach 34 01 33, D-80098 München	
Hausadresse:	Augustenstraße 10, D-80333 München	
Telefon-Zentrale:	(089) 370 60-0	
Telefax:	(089) 370 60-111	
E-Mail:	muc@blmedien.de	
Internet:	www.firstclass-online.com www.blmedien.de, www.gastroinfoportal.de	
Verlagsleitung:	Annemarie Heinrichsdobler (089) 370 60-100	
Stv. Verlagsleitung:	Paula Pommer	-110
Chefredakteurin und verantwortlich i.S.d.P.:	Annemarie Heinrichsdobler (089) 370 60-100	
Stv. Chefredakteurin:	Sylvie Konzack	-135
Anzeigenverkauf (intern):	Paula Pommer (verantwortlich)	-110
	Gerhild Burchardt	-205
	Eva Heinrichsdobler	-110
	Rosi Höger	-210
	Gabriele Leyhe	-225
	Bernd Moeser	-200
	Torsten Sievers	-215
Anzeigenverkauf (extern):	Rocco Mischok	-220 (0160) 94 41 02 69
Anzeigendisposition:	Felix Hesse	-261
	Stefanie Wagner	-260
Abonnentenbetreuung:	Basak Aktas	-270
Marketingleitung:	Bernd Moeser	-200

Objektbeschreibung

Kurzcharakteristik:

... setzt als Management-Magazin seit 1983 Akzente für erfolgreiche Hotellerie- und Gastronomie-Konzepte.
... bietet eine weitestgehende Marktabdeckung der deutschen Hotellerie und Top-Gastronomie.
... ist auf die speziellen Kommunikationsbedürfnisse von Top-Führungskräften der Branche zugeschnitten.
... recherchiert gründlich und informiert tiefgreifend, übersichtlich und gut lesbar.
... bietet aktuelle Informationen über den Strukturwandel in der Hotellerie und Gastronomie, spürt die Trends bei Reisegewohnheiten auf.
... unterhält mit den Fachzeitschriften **GVmanager** und **24 Stunden Gastlichkeit** ein regelmäßiges Panel im Außer-Haus-Markt (GV, Hotellerie,

Gastronomie) für die Erhebung einzigartiger Marktforschungsdaten der Branche.

... bietet kompetente Entscheidungshilfen im F&B- und Online-Bereich.

... gibt Anregungen bei Modernisierung, Umbau, Ausstattung und Einrichtung in Hotel, Restaurant und Küche.

... zeigt in Supplements (Kaffee & Co., Technik-Update) branchenübergreifende Trends auf.

... ist Partner wichtiger Branchenverbände und Kooperationen.

... verleiht basierend auf einer großen Marktforschung zur Leistungsbandbreite der Industriepartner im Außer-Haus-Markt regelmäßig den Preis „**Best of Market**“. Er stützt sich ausschließlich auf Beurteilungen der Leser.



Jahrgang/Jahr:
... im 30. Jahrgang 2012

Erscheinungsweise:
... monatl. (2 Doppelausgaben)

Zielgruppen:
... Entscheider in umsatz- und kapitalkräftigen Betrieben der Branche:
Hotellerie: Mittlere, gehobene u. Top-Hotellerie ab 20 Betten.
Restaurants: Gehobene, Spitzen-Restaurants und Hotel-Restaurants.

... Weitgehend namentliche Direktbelieferung an Hoteliers, Inhaber, Manager, Geschäftsführer, Pächter, Direktoren, F&B-Manager, Einkaufsleiter, Küchenchefs und wichtige Fachentscheider der zweiten Führungsebene.

Bezugspreis:
... Jahres-Abonnementpreis:
Inland € 55,- inkl. Mwst.
und Versandkosten/ Ausland € 73,- inkl. Versandkosten

FIRST CLASS

Partnerschaften:



Redaktioneller Partner der Akzent Hotels e.V.



Offizieller Partner der Berlin Partner GmbH, Berlin



Redaktioneller Partner von Die BIO-Hotels, Nassereith/A



Redaktioneller Partner von Deutsches Netzwerk Schulpflege e.V.



Offizieller Partner der Euro-Toques GmbH, Kaisersbach-Ebni



Redaktioneller Partner des Istituto internazionale dell'ospitalità, Venezia/ I



Redaktioneller Partner der Ringhotels e.V.



Redaktioneller Partner des VDP. Die Prädikatsweingüter, Gau-Algesheim (Geschäftsstelle)



Redaktioneller Partner der Wellness-Hotels-Deutschland GmbH, Düsseldorf



Termin- und Redaktionsplan

FIRST CLASS

2012

FOOD
für den Profi

BEVERAGE
Supplement
TRINK *know*

TECHNIK
EINRICHTUNG
AMBIENTE

WELLNESS
SPORT
FREIZEIT

MANAGEMENT

MESSE-
KALENDER

Ausgabe 1/2

AS: 13.01.2012
DU: 16.01.2012
ET: 03.02.2012



- Frühstückskonzepte
- Torten- und Blechkuchen
- Fisch- und Seafood-trends

- Mineralwasser/ Near Water
- Bio-Weine
- Gin/Grappa
- Gläser für die Bar

- Möbel für das Terrassengeschäft: Tische, Stühle, Sonnenschutz, Heizsysteme, Zelte, Accessoires
- Hotel-TV, Musik-, Video- und Internetsysteme

- Kosmetikkonzepte und -produkte: Behandlungen, Equipment
- Aus- und Weiterbildung des Wellnesspersonals

- Yieldmanagement, Revenue Management, Hotelbewertungen, Channelmanagement, Software
- Berufsmode & Mietwäsche für Rezeption, Küche, Service, Spa

- Ambiente, Frankfurt/M. 10.02.-14.02.12
- Intergastra, Stuttgart 11.02.-15.02.12
- Fish International, Bremen 12.02.-14.02.12
- Nord Gastro & Hotel, Husum 13.02.-14.02.12

MESSE-SPEZIAL: Intergastra, Stuttgart / BioFach, Nürnberg / Ambiente, Frankfurt am Main / Fish International, Bremen [wethotel](#)

Ausgabe 3

AS: 08.02.2012
DU: 10.02.2012
ET: 01.03.2012

- Raffinierte Produkte der Frischdienste, Industrie und des Fachgroßhandels, Convenience
- Neue Eis- und Dessert-Highlights

- Säfte & Smoothies
- Weizenbiere
- Deutscher Wein
- Anisspirituosen
- Barschulen

- „Grüne“ Küchentechnik: Planen, Produzieren, Spülen
- Hotelzimmer & Apartments: Planung, Finanzierung, Ausstattung
- Outdoorausstattung

- Wellness digital: Moderne Spa-Softwaresysteme
- Medical Wellness: Behandlungen & Equipment

- Marketing & PR: Online-Marketing, Social Media, Marketingkooperationen, Charity
- Fachschulen und Seminaranbieter
- Energiesysteme

- BioFach, Nürnberg 15.02.-18.02.12
- Gulfood, Dubai/VAE 19.02.-22.02.12
- MIA, Rimini/I 25.02.-28.02.12

MESSE-SPEZIAL: ITB, Berlin / Internorga, Hamburg / ProWein, Düsseldorf **SPEZIAL: Ranking „Best of Market“**

Ausgabe 4

AS: 20.03.2012
DU: 22.03.2012
ET: 05.04.2012

- Süße und salzige Snacks für Zimmer, Minibar & Automaten
- Klassiker für kurze Zeit: Spargelkreationen
- Suppen & Saucen

- Restauranteinrichtung: Sitzmöbel, Tische etc.
- Kaffee, Tee & mehr: Cash-Cow-Geschäft mit modernen Maschinen und Konzepten
- Außenanlagen

- Planung & Technik von Schwimmbädern: Aufbau, Abdeckungen, nachhaltige Energiesparsysteme, Wasseraufbereitung

- Effektives Einkaufsmanagement, Supply-Chain-Management
- Schädlingsbekämpfung, Hygiene, Reinigung

[wethotel](#)

- Hotelympia, London 26.02.-01.03.12
- ProWein, Düsseldorf 04.03.-06.03.12
- Cebit, Hannover 06.03.-10.03.12
- ITB, Berlin 07.03.-11.03.12

Ausgabe 5

AS: 11.04.2012
DU: 13.04.2012
ET: 03.05.2012

- Frühstück & Brunch: Von Croissants, Omeletts bis zu Müslis, Waffeln, Pancakes & Pfannkuchen
- Grillen für Gourmets: Heiße Fleisch-, Fisch-, Gemüsekreationen

- Tafeln mit Stil: Porzellan, Glas, Besteck, Tischwäsche, Servietten, Dekoration
- Barrierefreiheit im Hotel: Innovative Einrichtungs-konzepte

- Sport & Fitnessgeräte sowie -programme im Hotel, Incentive-konzepte
- Hygiene, Qualitätsmanagement, Zertifizierungen im Spa

- Front-/Backoffice: Kassensysteme, Warenwirtschaftsprogramme, EDV
- Fahrzeuge und Limousinenservice
- Energiemanagement

PLUS [technik](#)

SPEZIAL: Ranking „Best of Market“, Service, Teilbereich Hotel

Ausgabe 6/7

AS: 29.05.2012
DU: 31.05.2012
ET: 18.06.2012

- Bio, regional und vital: Gastrokonzepte im Spa
- Zusatzgeschäft: Roomservice, Vending, Catering, Außer-Haus-Services
- Kartoffelgerichte

- Cola-/Fruchtlimonaden
- Biermixgetränke
- Dt. Premiumbiere
- Dosiertechnik & Zapfanlagen

- Hotel-TV, Musik, Video
- Hotelbett
- Energiesparende Spültechnik, Entsorgung, Fettabscheider

- Gästebäder, Private Spas, öffentliche Gästetoiletten
- Controlling und Revenue Management im Wellnessbereich

- Leihküche & Co.: Human Resources, Zeitarbeit, Leasing, Auslandseinsätze
- Give-Aways à la Spiele, Bücher, Marmeladen

Informieren Sie Ihre Kunden rechtzeitig über Ihren Messe-Auftritt!

Ausgabe 8

AS: 27.07.2012
DU: 30.07.2012
ET: 16.08.2012

- Spitzenconvenience und TK-Gerichte
- Fitmacherküche: Salate, Kräuter, Dressings
- Buffetideen

- Mineralwasser
- Cocktail-Sirups, Cognacs
- Festbiere
- Schampus, Sekt, Cava und Prosecco

- Umbau & Modernisierung: Planung, Finanzierung, Einrichtung
- Hotelwäsche, Wäschesysteme und Berufsmode

- Ausstattung zum Entspannen: Massage-, Ruhe-, Kosmetikliegen, Loungemöbel, Musiksysteme



- Nachhaltiges Energiemanagement und Haustechnik: Heizungs-, Wasser- und Stromsysteme
- Marketing & PR

MESSE-SPEZIAL: Hogatec, Essen

SPEZIAL: Ranking „Best of Market“, Qualität, Teilbereich Hotel

Ausgabe 9

AS: 22.08.2012
DU: 24.08.2012
ET: 10.09.2012

- Eis und Desserts
- Wurst und Feinkost
- Butter-, Käse- und Milchprodukte

- Küchentechnik und -methoden: Cook & Chill, Sous Vide & Co., Kühl- sowie Ablufttechnik
- Lichtdesign & -technik

- Kosmetische Behandlungen: Kosmetik, Düfte, Öle und Instrumente
- Zusatzgeschäft mit Wellnessshops

- Sicherheit: Brandschutz, Schließ- und Alarmsysteme, Beschilderung, Tresore
- Hotels als Immobilien: Strategien & Verkäufe

MESSE-SPEZIAL: InterCool/InterMeat/InterMopro, Düsseldorf

SPEZIAL: Ranking „Best of Market“, Preis-Leistungsverhältnis, Teilbereich: Hotel



Ausgabe 10

AS: 18.09.2012
DU: 20.09.2012
ET: 05.10.2012

- Internationale Küche: Gewürze, Kräuter, Öle aus der Ferne
- Verpflegungskonzepte für Mitarbeiter



- Kommunikationstechnik für Geschäftsreisende & technikaffine Gäste
- Hotel-TV, Musik, Video

- Neubau/ Umbau: Planung, Finanzierung, Ausstattung, Design und Energiespartechnik im Wellnessbereich, Bäder

- Hygiene, Reinigung und Entsorgung: Mittel und Geräte
- Versicherungen
- Kassensoftware, Abrechnungssysteme, EDV

MESSE-SPEZIAL: Inoga/IKA, Erfurt / Interbad, Stuttgart / Expo Real, München

Ausgabe 11

AS: 19.10.2012
DU: 22.10.2012
ET: 08.11.2012

- Brot & Backwaren zum Frühstück, Dinner, als Snack, Fingerfood
- Premiumconvenience
- Ideen für das Weihnachtsgeschäft

- Frucht- u. Gemüsesäfte
- Energydrinks
- Internat. Biere, Whisk(e)ys
- Wettbewerbe: Gewinner und ihre Drinks

- Fokus Zimmer im Spiegel einer Hotelgeneration
- Eventlogistik & -equipment: Catering, Banquet, Theken, mobile Küchen, Tischkultur

- Guest Supplies: Seifen, Cremes, Slipper & Co. als Gastgeschenke

- Qualitätssicherung und Zertifizierungen von Hotels: Sternevergabe, Siegel und Servicestufen
- Energiesparende Systeme

GEBURTSTAGS-SPEZIAL: 30 Jahre FIRST CLASS



Ausgabe 12

AS: 21.11.2012
DU: 23.11.2012
ET: 07.12.2012

- Süßes im Winter: Patisserie, Konfiserie, Eis- und Dessertkunst
- Küchengröße & mehr: Vorspeisen und Zwischengerichte

- Lobby & Rezeption: Sitzbereiche, Boden, Türen, Stoffe
- Profitcenter MICE: Tagungs- und Seminartechnik, Möbel

- Saunaaanlagen, Solarien, Dampfbäder, Floating, Sauna-Equipment etc.
- Das Spa als Eventlokalisierung

- Reservierungssysteme, Internetverkauf, Online-Marketing, EDV-Systeme
- Steuer- und Finanzierungsmodelle

- Reservierungssysteme, Internetverkauf, Online-Marketing, EDV-Systeme
- Steuer- und Finanzierungsmodelle

- Hotel und Gast, Salzburg/A: 18.03.-20.03.12
- FIBO, Essen 19.04.-22.04.12
- IMEX, Frankfurt/M. 22.05.-24.05.12
- Tendence Lifestyle, Frankfurt/M., 06.07.-10.07.12
- Hogatec, Essen 02.09.-05.09.12
- Coteca, Hamburg 20.09.-22.09.12
- InterCool/InterMeat/InterMopro, Düsseldorf 23.09.-25.09.12
- Inoga/IKA, Erfurt 06.10.-09.10.12
- Expo Real, München 08.10.-10.10.12
- Interbad, Stuttgart 10.10.-13.10.12
- Sial Paris, Paris/F 21.10.-25.10.12
- GastRo, Rostock 04.11.-07.11.12
- Equip' Hotel, Paris/F 11.11.-15.11.12

Bei sämtlichen Angaben Änderungen vorbehalten.

Hotelmarkt in Zahlen · Marktforschungen · Branchenfokus · Service-Tests · Aus- und Weiterbildung · Karriereregipfel · Hotelöffnungen · Verkaufs- und Marketingstrategien · Online-Trends · Spa-Tests · Markt & Trend · Wellness als Profitcenter · Recht, Steuern und Versicherungen · Verbandsnachrichten · Stellenangebote/-gesuche

Ständige Rubriken

3. Quartal 2011 (ivw) im Durchschnitt:



Druckauflage	23.500 Expl.
Verbreitete Auflage	23.098 Expl.
Verkaufte Auflage	15.745 Expl.

Verlag

B&L MedienGesellschaft mbH & Co. KG
Verlagsniederlassung München
Augustenstraße 10, D-80333 München

Postanschrift

B&L MedienGesellschaft mbH & Co. KG
Verlagsniederlassung München
Postfach 34 01 33, D-80098 München

Kommunikation

Tel. +49 (0)89 370 60-0
Fax +49 (0)89 370 60-111
E-Mail muc@blmedien.de
www.blmedien.de

Zahlungsbedingungen

Bei Vorauszahlung und Bankeinzug 3 % Skonto,
bei Zahlung innerhalb von 10 Tagen nach
Rechnungsdatum 2 % Skonto, sonst spätestens
30 Tage nach Rechnungsdatum ohne Abzug.

Zahlungsmöglichkeiten

Postbank Köln, Konto-Nr. 33735507
(BLZ 37010050), SWIFT/BIC PBNKDEFF,
IBAN DE35 3701 0050 0033 7355 07
Commerzbank AG, Düsseldorf,
Konto-Nr. 0652200700 (BLZ 30040000),
SWIFT/BIC COBADEFFXXX,
IBAN DE58 3004 0000 0652 2007 00.
Postbank Brüssel/Belgien,
Konto-Nr. 000-1306383-84,
SWIFT/BIC BPOTBEB1,
IBAN BE03 0001 3063 8384.

Anzeigenformate & Preise:

Allen Preisen ist die jeweils gesetzliche Mehrwertsteuer hinzuzurechnen.

Format	Breite x Höhe in mm	Grundpreis s/w €	4-farbig (Skala) €
1/1 Seite	185 x 254	5.690,-	8.050,-
3/4 Seite	138 x 254 185 x 180	4.400,-	6.500,-
Juniorpage	138 x 185	3.500,-	5.730,-
1/2 Seite	90 x 254 185 x 120	2.950,-	4.930,-
1/3 Seite	59 x 254 185 x 80	2.050,-	4.150,-
1/4 Seite	43 x 254 90 x 120 185 x 60	1.510,-	3.490,-
1/6 Seite	90 x 80	1.035,-	2.760,-
1/8 Seite	43 x 120 90 x 60 185 x 30	810,-	2.285,-

Tonflächen-Schmuckfarbe bei Formatanzeigen (rabattierbar) auf CMYK-Basis: je **740,-**

Sonderfarben: (rabattierbar) HKS, Pantone usw. je **870,-**

Textteilanz.: 43 mm breit pro mm, s/w **6,60** (jede weitere Farbe 0,60)

Vorzugsplätze: (Muster s. Anzeigenformate auf dem Beiblatt)

Titel-Altarfalz 1/1 Seite bis max. 212 x 280 mm angeschnitten, plus 2 mal 1/2 Seite
hoch über Bund links und rechts (Muster s. Beiblatt) **14.800,-**

Titelumschlag 1/2 Seite Außen- und Innenseite der Titelschürze **9.980,-**

Umschlagseite II und III 212 x 280 mm angeschnitten, nur 4-farbig **7.870,-**

Umschlagseite IV 212 x 280 mm angeschnitten, nur 4-farbig **8.300,-**

Zuschläge für Sonderformate und Platzierungen: (nicht rabattierbar)

Anzeigen über Bund: **20 % auf den Grundpreis**

Inselanzeigen: **150 % auf den Grundpreis**

Angeschnittene Anzeigen: **10 % auf den Grundpreis**

Sonstige bindende Platzvorschriften: **20 % auf den Grundpreis**

FIRST CLASS
ist auch als
E-Mag online
lesbar auf
gastroinfoportal.de.
Ihre Anzeige wird
automatisch direkt
vom E-Mag auf
Ihre Homepage
verlinkt!
Dafür entstehen
technische Kosten
in Höhe von **100 €.**

Zeitschriftenformat

212 mm breit x 280 mm hoch
bei Bunddurchdruck im Bund je
Seite 3 mm Beschnitt zugeben

Satzspiegel

185 mm breit x 240 mm hoch,
4spaltig je 43 mm breit

Druckverfahren

Rollenoffset

Druckunterlagen

Müssen am Tag des Druckunterlagen-
schlusses (s. Redaktions-/ Terminplan)
im Haus sein.

Wir bitten aus produktionstechnischen
Gründen ausschließlich um digitali-
sierte Druckunterlagen per CD oder
per E-Mail an f.hesse@blmedien.de jeweils
plus Proof/ Farbausdruck per Post. Wir

bitten Sie, Ihre Anzeige möglichst im
TIFF-Format oder als druckfähiges PDF
abzuspeichern, da es bei offenen Dateien
(Quark, Freehand etc.) zu Unstimmigkeiten
kommen kann. Bitte sorgen Sie dafür, dass
Ihre digitalisierte Anzeige eine Bildauflö-
sung von 300-dpi im CMYK-Modus und die
Größe 1:1 hat.

Bei Lieferung von Reinzeichnungen, Dias,
Fotos oder reprofähigen Vorlagen wird für
die Anfertigung/ Fertigstellung der Anzeige
der Selbstkostenpreis in Rechnung gestellt.

Termine

Erscheinungsweise: 10 Ausgaben jährlich
Erscheinungstermine: siehe Redaktionsplan
Anzeigenschluss: siehe Redaktionsplan

Es gelten die allgemeinen Geschäftsbedingungen
für das Anzeigenwesen. Erfüllungsort und
Gerichtsstand ist Düsseldorf.

Gelegenheits- / Stellenanzeigen:

Gesuche 43 mm breit, mm-Preis s/w **4,-** **Angebote** 43 mm breit, mm-Preis s/w **5,50**

Chiffre-Gebühren: **9,-**

Top-Adressen: Mindestlaufzeit 1 Jahr, 43 mm breit, mm-Preis s/w **3,20** (jede weitere Farbe 0,60)

Einhefter: Benötigte Liefermenge: 25.500 Exemplare

2-seitig, Anlieferung unbeschnitten

5.510,-

4-seitig, Anlieferung unbeschnitten

9.280,-

6-seitig, Anlieferung unbeschnitten

12.220,-

mehrseitige Einhefter auf Anfrage. Bitte beachten Sie unser Zeitschriftenformat.

Einhefter unbeschnitten gefalzt anliefern. Beschnittzugabe 3 mm im Bund, je 5 mm außen.

Rabattierung nur nach der Mengenstaffel unter Berücksichtigung des halben Umfangs.

Beilagen: Benötigte Liefermenge: 25.500 Exemplare

bis 25 g Preis pro Tausend inklusive Postgebühren

265,-

Als Beilagen gelten auch Gegenstände, Datenträger, aufgeklebte Prospekte.

Format bis höchstens 205 mm Breite x 280 mm Höhe. Teilbelegung auf Anfrage möglich.

Klebekosten für Postkarten etc.

Preis pro Tausend inklusive Postgebühren

168,-

Beilagen und Klebekosten für Postkarten sind nicht rabattierfähig.

Lieferanschrift: für Einhefter, Beilagen und Postkarten.

Mayr Miesbach GmbH, Am Windfeld 15, 83714 Miesbach

Rabatte: Bei Abnahme innerhalb eines Jahres

Malstaffel

ab 3 Anzeigen	3 %
ab 6 Anzeigen	5 %
ab 9 Anzeigen	10 %
ab 12 Anzeigen	15 %
ab 18 Anzeigen	17 %
ab 24 Anzeigen	20 %

Mengenstaffel

ab 1 Seite	3 %
ab 3 Seiten	5 %
ab 6 Seiten	10 %
ab 8 Seiten	15 %
ab 10 Seiten	20 %
ab 12 Seiten	22 %

Technische Zusatzkosten sowie Platz- und Ansnitzzuschläge sind nicht rabattierfähig.

Ebenfalls nicht rabattiert werden Anzeigen im Bezugsquellenverzeichnis und Gelegenheits-/
Stellenanzeigen sowie Teilbeilagen.

Mal- und Mengenstaffel ist auch anwendbar auf Kombinationen mit den Titeln:

Auflage	Gesamt	FIRSTCLASS	24	GVmanager	Schulverpflegung
Druckauflage	98.500	23.500	45.000	15.000	15.000
Verbreitete Auflage	97.119	23.098	44.637	14.758	14.626
Verkaufte Auflage	31.895	15.745	3.814	5.448	6.888

3. Quartal 2011 (ivw) im Durchschnitt

Empfängergruppen

Stand September 2011 (Erhebungsmethode nach Empfängerdatei auf EDV)

	in Prozent	Exemplare
Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage Inland		
Hotels*		
Stadt-, Tagungs-, Kongress-, Wellness-, Ferien-, Schloss-, Sporthotels	66,5	14.859
Hotelketten (Zentralen)	1,2	263
Spitzengastronomie		
gehobene und Spitzengastronomie, Hotel-Restaurants	17,4	3.892
Bars, Hotelbars	2,3	519
Wellnessbetriebe		
selbstständige Wellnesseinrichtungen, Beautyfarmen, Kosmetikstudios, Day Spas	4,5	1.013
Hotelfachschulen/ Verbände		
Hotelfachschulen	1,4	324
Hotelvertretungen/ Reservierungsbüros	0,7	166
Einzelpersonen, Studenten	5,1	1.137
Handel und Industrie		
Architekten, Planungsbüros, Objekteinrichter	0,7	162
Nahrungs- und Getränkehandel, -industrie	0,2	47
Tatsächlich verbreitete Auflage Inland	100,00	22.382
Tatsächlich verbreitete Auflage Ausland		1.104
Tatsächlich verbreitete Gesamtauflage		23.486
Rest-, Archiv-, Belegexemplare		366
Druckauflage		23.852

* Empfänger-Analyse nach Größe und Kategorie

	in Prozent	Exemplare	in Prozent	Exemplare
Hotels: 20 – 49 Betten			11,7	2.610
Luxushotels	2,1	462		
First-Class-Hotels	3,2	718		
Mittelklasse-Hotels	4,0	887		
gutbürgerliche Hotels	2,4	543		
Hotels: 50 – 99 Betten			31,0	6.956
Luxushotels	2,1	471		
First-Class-Hotels	8,6	1.934		
Mittelklasse-Hotels	15,1	3.389		
gutbürgerliche Hotels	5,2	1.162		
Hotels: 100 und mehr Betten			23,7	5.293
Luxushotels	7,7	1.716		
First-Class-Hotels	8,9	1.992		
Mittelklasse-Hotels	5,5	1.234		
gutbürgerliche Hotels	1,6	351		
Hotelketten (Zentralen)			1,2	263
Hotels			67,6	15.122

Gliederung

der tatsächlich verbreiteten Inlandsauflage nach Nielsen-Gebieten:

	in Prozent	Exemplare
Nielsen Gebiet 1	14,6	3.265
Nielsen Gebiet 2	11,1	2.474
Nielsen Gebiet 3 a	13,7	3.059
Nielsen Gebiet 3 b	19,5	4.371
Nielsen Gebiet 4	23,8	5.336
Nielsen Gebiet 5	4,7	1.059
Nielsen Gebiet 6	6,6	1.472
Nielsen Gebiet 7	6,0	1.346

Inland	100,00	22.382
--------	--------	---------------

Empfängergruppen

Stand: September 2011 (Erhebungsmethode nach Empfängerdatei auf EDV)

Gliederung nach der Funktion/ Berufsbezeichnung innerhalb unserer Hauptgruppen Anteil an tatsächlich verbreiteter Gesamtauflage

	in Prozent	Exemplare
Hotelinhaber	19,2	4.521
Hoteldirektoren	15,6	3.642
Sales-Manager	4,2	987
Küchenchefs	12,9	3.025
F&B-Manager	3,4	806
Restaurant-Manager	3,2	742
Barkeeper	3,5	827
leitende Hausdamen	2,4	574
leitende Haustechniker	0,5	118
Wellness-Verantwortliche	5,2	1.224
leitende Kosmetikerinnen	0,8	182
Hotelmanagement (ohne konkrete Berufsangabe)	14,5	3.417
Einzelpersonen (u. a. Mitglieder unserer offiziellen und redaktionellen Partner)	14,6	3.421

Wir servieren Ihnen für Ihre Werbung die richtige Zielgruppe:

- Entscheider in umsatz- und kapitalkräftigen Betrieben der Branche: mittlere bis gehobene Top-Hotellerie mit ihrer Gastronomie und Bar sowie die Top-Restaurants
- Weitgehend namentliche Direktbelieferung an Führungskräfte

Weitestgehende Marktabdeckung der deutschen Hotellerie und Top-Gastronomie!



Best of Market Wer sind die Besten der Besten im Markt?

Große Marktforschung Außer-Haus-Markt 2012

Aufgrund der großen Nachfrage unserer detaillierten Marktforschungen aus den Jahren 2010 und 2011 steht auch das Jahr 2012 ganz im Zeichen der Ergebnisse aus unserer Befragung: Wie werden zu-liefernde Unternehmen von ihren Kunden bewertet?

Wir haben unsere Leser, die Kunden der Zulieferindustrie der Branche, befragt. Analysiert und bewertet wurden:

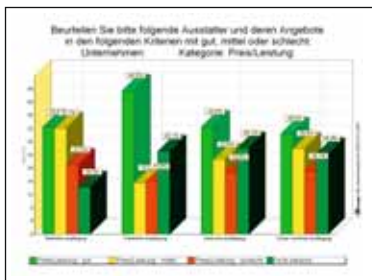
- das Einkaufsverhalten
- die Investitionsplanung
- die Qualität, der Service und das Preis-/Leistungsverhältnis ausge-wählter Unternehmen aus den Marktsegmenten Ausstattung, Food und Technik.

Aus den repräsentativen Ergebnissen entstanden Ran-kings, die Ihnen zeigen, wie die Kunden die jeweiligen Unternehmen bewerten.

Die Auswertungen für den Markt der Gastronomie veröffentlichen wir in mehreren Ausgaben des Jahres. Verfolgen Sie die Ergebnisse bzw. Meinungen unserer Leser. Anhand der Rankings kann überprüft werden, ob Ihr Anspruch an Ihre Produkte und Leistungen im Markt angenommen wird, ob eventuelle Verbesserungen beim Service nötig sind und wie bekannt Ihre Marke ist. Die Termine entnehmen Sie bitte dem Redaktionsplan.

Die besten Unternehmen aus den Kategorien werden wir auf der Intergastra 2012 in Stuttgart mit dem Preis „Best of Market“ ehren.

Geben Sie auch 2012 wieder Ihr Bestes und machen Sie auf sich aufmerksam – für die folgenden Rankings „Best of Market“.



Ranking: Qualität		
1.	Unternehmen A	1,3 Pkt.
2.	Unternehmen B	1,9 Pkt.
3.	Unternehmen C	2,3 Pkt.
4.	Unternehmen D	2,5 Pkt.



Kurzcharakteristik:

Gastroinfoportal.de ist unsere virtuelle Fachzeitschrift für den Außer-Haus-Markt in Ergänzung unserer Fachmagazine

FIRST CLASS 24 GVmanager Schulverpflegung
und unserer Sonderpublikationen

TRINK Kaffee Technik Marken

Gerade in der heutigen Zeit ist die zeitnahe Versorgung mit relevanten Markt-Informationen von wesentlicher Bedeutung.

Als Info-Portal für die Gastronomie und Hotellerie mit einer über 15-jährigen Geschichte (ehemals gvnet-infodienst.de) bietet gastroinfoportal.de aktuelle News und redaktionelle Berichte aus und über die Branche. Die Redaktion recherchiert Firmennachrichten sowie Produktinformationen und berichtet aktuell von den wichtigsten Fachmessen. Darüber hinaus werden spezielle Themen für das Management, Fallstudien und Marktanalysen angeboten.

Der enge Kontakt mit den Besuchern ist der Redaktion wichtig. So kann jeder User zu jeder Nachricht sofort seine Meinung dazu abgeben. Als langjähriges Portal für den Außer-Haus-Markt besteht eine enge User-Bindung, und unsere Kommunikationsplattform ist fest in der ganzen Branche etabliert.

Leistungsspektrum und Services:

- Wochentags täglich aktuelle Meldungen für den Außer-Haus-Markt
- Übersichtliche Gliederung der redaktionellen Themen:
Food · Beverage · Technik · Ausstattung · Management · Services
- Wöchentlicher Newsletter, damit unsere User stets umfassend über Neuigkeiten im Markt informiert sind
- Praktische Suchmaschinen-Funktion
- Attraktive Services:
 - Archiv
 - Firmenlinks
 - Stellenpool
 - Verbandsinfos und -nachrichten

- E-Mags: Unsere Fachmagazine auch online lesen
- Prins: Artikelpässe namhafter Unternehmen
- Job-Hotel und Stellenpool
- Wer liefert was? Die Lieferantensuchmaschine
- mynetfair.com: Weltweite Online-Messe, weltweite Produktdatenbank
- eBay: Auktionen rund um Gastronomie und Küchentechnik
- Rezeptsuche
- ...und vieles mehr



Neu:
gastroinfoportal.de
jetzt auch
optimiert für alle
Smartphones

Platzieren Sie Ihre Werbebotschaft auch auf unserem Portal für Hotellerie, Gastronomie, GV und Schulverpflegung!

Alle Werbemöglichkeiten finden Sie im Mediadaten-Download auf gastroinfoportal.de unter Service.

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen in Zeitungen und Zeitschriften im kaufmännischen Geschäftsverkehr

FIRST CLASS

1. „Anzeigenauftrag“ bzw. „Auftrag“ im Sinne der nachfolgenden allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungstreibenden oder sonstigen Inserenten in einer Druckschrift zum Zweck der Verbreitung.

2. Anzeigenaufträge sind im Zweifel innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzuwickeln. Bei Änderungen der Anzeigenpreise treten mangels anderer Vereinbarungen die neuen Bedingungen auch für laufende Aufträge sofort in Kraft.

3. Die in der Anzeigenpreisliste bezeichneten Nachlässe werden nur für die innerhalb eines Jahres in einer Druckschrift erscheinenden Anzeigen eines Werbungstreibenden gewährt. Die Frist beginnt mit dem Erscheinen der ersten Anzeige.

4. Der Werbungstreibende hat rückwirkenden Anspruch auf den seiner tatsächlichen Abnahme von Anzeigen innerhalb Jahresfrist entsprechenden Nachlass, wenn er zu Beginn der Frist einen Auftrag abgeschlossen hat, der aufgrund der Preisliste zu einem Nachlass von vornherein berechtigt.

5. Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Verlag zu erstatten. Die Rückvergütung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Verlags beruht.

6. Für die Aufnahme von Anzeigen in bestimmten Nummern, in bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift wird keine Gewähr geleistet, es sei denn, dass der Auftraggeber die Gültigkeit des Auftrags ausdrücklich davon abhängig gemacht hat. In letzterem Falle muss der Auftrag so rechtzeitig beim Verlag eingehen, dass dem Auftraggeber noch vor Anzeigenschluss mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht auszuführen ist. Hat sich der Auftraggeber ein Rücktrittsrecht vorbehalten, so bedarf dies zu seiner Verwirklichung

einer Ankündigungsfrist von mindestens 8 Wochen vor dem Erscheinungsmontat der jeweiligen Aussendung. Bei Kalendern ist ein Rücktrittsrecht nicht möglich.

7. Der Verlag behält sich vor, Anzeigen- und Beilagenaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Verlages abzulehnen. Dies gilt auch für Aufträge, die an den Schaltern der Geschäftsstellen, bei Annahmestellen oder bei Vertretern aufgegeben werden.

Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Modells der Beilage und deren Billigung bindend. Beilagen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteiles der Zeitung oder Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen. Die Ablehnung eines Auftrags wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

8. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen oder der Beilagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. Bei fernerdmündlich aufgegebenen Anzeigen bzw. fernerdmündlich veranlassenden Änderungen sowie für Fehler infolge undeutlicher Niederschrift übernimmt der Verlag keinerlei Haftung für die Richtigkeit der Wiedergabe. Der Verlag gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten.

9. Ist der Abdruck der Anzeige ganz oder teilweise unleserlich, unrichtig oder unvollständig und hat der Verlag dies zu vertreten, so hat der Auftraggeber Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine Ersatzanzeige, wenn durch die Mängel der Zweck der Anzeige erheblich beeinträchtigt wurde.

Fehlende oder fehlerhaft gedruckte Kontrollangaben ergeben keinen Anspruch für den Auftraggeber, sofern nichts Abweichendes vereinbart ist. Weitergehende Ansprüche des Auftraggebers, insbesondere Schadensersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei

Vertragsschluss, grober Fahrlässigkeit und unerlaubter Handlung sind ausgeschlossen. Ersatzansprüche wegen Unmöglichkeit und Verzug sind auf den Ersatz des vorhersehbaren Schadens und auf das für die betreffende Anzeige oder Beilage zu zahlende Entgelt beschränkt. Ansprüche wegen Fehlens zugesicherter Eigenschaften sind auf den Ersatz des Erfüllungsinteresses beschränkt.

Reklamationen jeder Art müssen vom Auftraggeber innerhalb 4 Wochen nach Absendung von Rechnung und Beleg beim Verlag geltend gemacht sein.

10. Eingehende Anforderungen, Mitteilungen, Karten und Adressenaudrucke, die für den Auftraggeber bestimmt sind, werden vom Verlag als normale Postsendungen weitergeleitet, es sei denn, dem Verlag steht ein Zurückbehaltungsrecht zu, weil der Auftraggeber in Zahlungsverzug ist. Bei Verlust einer Sendung hat der Auftraggeber kein Recht auf Preiserminderung.

11. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Sendet der Auftraggeber den ihm übermittelten Probeabzug nicht fristgemäß zurück, so gilt die Genehmigung zum Druck erteilt.

12. Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung mit Beleg spätestens am 5. Tage des auf die Veröffentlichung der Anzeige folgenden Monats erteilt. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen, vom Empfang der Rechnung an laufenden Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine kürzere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt. Jahresrechnungen für Abdrucke in der Rubrik „Bezugsquellen“ werden spätestens mit der Veröffentlichung in der ersten Ausgabe des Berechnungszeitraumes fällig.

13. Bei Eintritt von Zahlungsverzug entstehen Verzugszinsen nach den gesetzlichen Maßgaben sowie ggfls. weiterer Verzugschaden. Zugesagte

Mengenrabatte entfallen, wenn der Auftraggeber die Rechnung nicht pünktlich bezahlt. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrags bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen. Bei Insolvenz oder Vergleich/Moratorium entfällt rückwirkend für das Kalenderjahr jeglicher Nachlass.

14. Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenausschnitt. Wenn Art und Umfang des Anzeigenauftrags es rechtfertigen, werden bis zu zwei vollständige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Aufnahmebescheinigung des Verlages.

15. Kosten für erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen und für Anfertigung und Lieferung bestellter Vorlagen und Zeichnungen hat der Auftraggeber zu bezahlen.

16. Ein Aufgaberückgang gibt bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen nur dann einen Anspruch auf Preiserminderung, wenn eine bestimmte Auflagenhöhe in der Preisliste oder auf andere Weise ausdrücklich genannt wurde und diese um mehr als 20 % absinkt. Darüberhinaus sind sämtliche etwaigen Gewährleistungs- oder Schadensersatzansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber vom Absinken der Auflage (ab 10 %) so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Vertrag zurücktreten kann.

17. Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet 3 Monate nach Ablauf des Auftrages. Das Transportrisiko geht allen vom Verlag an den Auftraggeber oder an Dritte zurückgesandten Druckunterlagen zu Lasten des Empfängers.

18. Anzeigen mit Inhalten von Wettbewerbsverlagen werden nicht akzeptiert.

19. Erfüllungsort und ausschließlicher Gerichtsstand für beide Teile ist der Sitz des Verlages. Die vertraglichen Beziehungen unterliegen dem deutschen Recht.