

# M E D I A D A T E N



2012



# G·E·V·A

DIENSTLEISTER

DER GETRÄNKEBRANCHE

# INHALTSVERZEICHNIS



Das Magazin für  
Gastronomie und  
Hotellerie

Seite **4**



Das Reservierungsbuch  
für Gastronomie und  
Hotellerie

Seite **10**



## ALLGEMEINE INFORMATIONEN

### ERSCHEINUNGSWEISE

4 mal pro Jahr

### ERSCHEINUNGSTERMINE

20.02.2012

21.05.2012

20.08.2012

19.11.2012

### ZIELGRUPPEN

#### PRIMÄR (ERSTNUTZER):

Inhaber, Geschäftsführer und Einkäufer von Hotels, Pensionen, Gaststätten, Restaurants, Cafés, Trend- und Systemgastronomien, Kaufhaus- und Verkehrsgastronomien sowie Einrichtungen der Gemeinschaftsverpflegung.

#### SEKUNDÄR (ZWEITNUTZER):

Deren Mitarbeiter, teils Gäste. Die gesamte verkaufte Auflage geht zunächst an die primäre Zielgruppe.

### VERBREITUNG

70% durch namentliche Direktzustellung

30% Verteilung durch Getränkefachgroßhandels-Vertrieb

### AUFLAGEN

Stand: 01.11.2011

### AUFLAGENKONTROLLE

AUFLAGENANALYSE III. Quartal 2011



### DRUCKAUFLAGE

11.780 Exemplare

### VERBREITETE AUFLAGE

11.537 Exemplare

### VERKAUFTE AUFLAGE

zur Weitergabe 10.339 Exemplare

### FREISTÜCKE

1.198 Exemplare

### UMFANGANALYSE JE AUSGABE

Gesamtumfang: ca. 68 Seiten = 100%

Redaktionsteil: ca. 58 Seiten = 85%

Anzeigenteil: ca. 10 Seiten = 15%

### SCHUTZPREIS

Einzelheft 4,00 €

## TECHNISCHE DATEN

### MAGAZINFORMAT

210 mm breit, 297 mm hoch, DIN A4

### SATZSPIEGEL

Anzeigen: 180 mm breit, 260 mm hoch

Redaktion: 180 mm breit, 260 mm hoch

### BINDEVERFAHREN

Klebebindung

### DRUCKVERFAHREN

Bogen-Offsetdruck

### SKALA

Nach Euroskala

### PAPIER - UMSCHLAG/INHALT

Umschlag: 200 g/qm Maximago, Bilderdruck glänzend

Inhalt: 135 g/qm LuxoArt Silk, Bilderdruck specialmatt

Holzfrei aus 100% chlorfrei gebleichten Faserstoffen

### FARBREIHENFOLGE

Schwarz, Cyan, Magenta, Gelb

Der Herausgeber behält es sich vor, aufgrund technischer Erfordernisse Schmuckfarben auch aus der Vierfarbskala aufzubauen. Geringe Tonwertabweichungen sind im Toleranzbereich des Offset-Verfahrens begründet. Sonderfarben (Angaben in Prozessfarben) müssen vereinbart werden.

### DRUCKVORLAGEN

Wir verarbeiten ausschließlich digitale Anzeigen/Druckunterlagen. Datentransfer per ISDN oder Datenträger an unsere Druckvorstufe:

Frau Karin Schmidt, Stichwort Gastfreundschaft Druckvorstufe  
F&W Mediencenter GmbH, Holzhauser Feld 2, 83361 Kienberg  
Tel.: (0 86 28) 98 84-52  
Fax: (0 86 28) 98 84-29  
E-Mail: sk@fw-medien.de

Sofern Sie den Druckunterlagenschluss nicht einhalten können, bitten wir Sie um rechtzeitige Verständigung der Projektleiterin beim Herausgeber: Frau Rupa Chatterjee Telefon (0 22 34) 18 34 171 oder chatterjee@geva.com

Berücksichtigen Sie bei Anzeigen im Anschnitt einen jeweiligen Beschnitt von 3 mm. Von jeder zu belichtenden Seite wird ein Farbdruck benötigt. Farbdrucke von Farbkopierern sind nicht verbindlich, von digitalen Proof-Systemen nur bedingt.

Gewährleistungen: Nur was auf den Datenträgern vorhanden ist, kann belichtet werden. Für Abweichungen in Texten, Abbildungen und insbesondere Farben übernimmt der Herausgeber keine Haftung. Eine weitere Bearbeitung Ihrer Daten auf Ihren Wunsch erfolgt nur gegen schriftliche Anweisung und Berechnung.



## MEDIA - INFORMATIONEN 2012 :: Nr. 24 :: gültig ab 01.01.2012

### ZWECK DES MEDIUMS

Mit dem Charakter eines Fachtitels ist die GASTFREUNDSCHAFT seit Jahren das attraktive Kundenmagazin der gastronomieorientierten GEVA-Getränkefachgroßhändler. Sie richtet sich an die Zielgruppen: Inhaber, Geschäftsführer, Einkäufer und Mitarbeiter von Hotels, Pensionen, Gaststätten, Restaurants, Cafés, Trend- und Systemgastronomien sowie Einrichtungen der Gemeinschaftsverpflegung.

Die GASTFREUNDSCHAFT informiert über aktuelle Trends und Entwicklungen aus dem Hotel- und Gaststättengewerbe, unterstützt die Aus- und Weiterbildung des Gastronomien durch Fachbeiträge zu Betriebswirtschaft, Marketing sowie F & B.

Die GASTFREUNDSCHAFT dient den Lieferanten der Branche nicht zuletzt auch zur Bekanntmachung neuer Produkte und Dienstleistungen sowie zur Mitteilung von Messepräsenzen.

### HERAUSGEBER

GEVA GmbH & Co. KG, Vertriebsbereich Gastronomie  
Albert-Einstein-Straße 18, 50226 Frechen  
www.geva.com oder www.geva.com/gastro

### ANZEIGENVERTRETUNG

Die Gastronauten, Jörg van Alen  
Benrodestr. 105, 40597 Düsseldorf  
Telefon (0172) 240 55 64  
E-Mail: info@die-gastronauten.de

### REDAKTION

Chefredaktion beim Herausgeber  
Frau Rupa Chatterjee  
Telefon (0 22 34) 18 34 171  
PC-Fax (0 22 34) 18 34 5 171  
Fax 0 22 34 (18 34 179)  
E-Mail: chatterjee@geva.com

### REDAKTIONSBURO

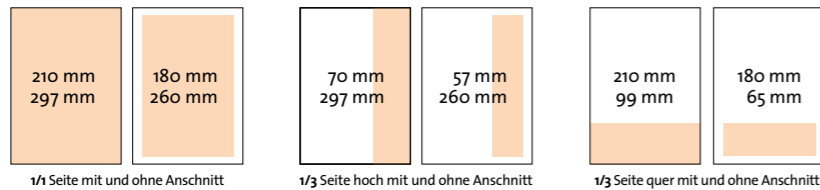
Jörg van Alen  
Benrodestr. 105, 40597 Düsseldorf  
Telefon (0172) 240 55 64  
E-Mail: info@die-gastronauten.de

### GESTALTUNG

Pohl & Rick Grafikdesign  
Franklinstraße 38, 40479 Düsseldorf  
E-Mail: mail@pohl-rick-grafik.de  
www.pohl-rick.de



## ANZEIGENFORMATE UND PREISE



**2/1 SEITE (DOPPELSEITE)**  
Farbe 4c 8.050,- €

**TITELSEITE (PROMOTION)**  
Farbe 4c 5.500,- €

**UMSCHLAGESEITEN 2 + 3**  
Farbe 4c 5.250,- €

**1/1 SEITE**  
Farbe 4c 4.300,- €  
Farbe 3c 4.050,- €  
Farbe 2c 3.750,- €  
SW / 1c 3.250,- €

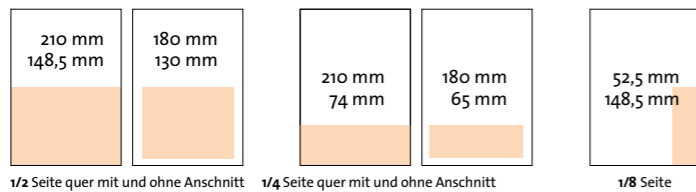
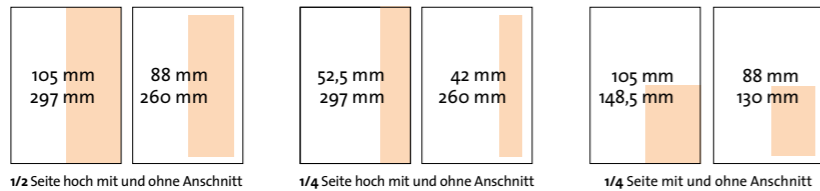
**1/2 SEITE**  
Farbe 4c 2.500,- €  
Farbe 3c 2.150,- €  
Farbe 2c 1.890,- €  
SW / 1c 1.600,- €

**1/3 SEITE**  
Farbe 4c 2.050,- €  
Farbe 3c 1.780,- €  
Farbe 2c 1.630,- €  
SW / 1c 1.300,- €

**1/4 SEITE**  
Farbe 4c 1.650,- €  
Farbe 3c 1.450,- €  
Farbe 2c 1.200,- €  
SW / 1c 950,- €

**1/8 SEITE**  
Farbe 4c 1.200,- €  
Farbe 3c 950,- €  
Farbe 2c 680,- €  
SW / 1c 470,- €

**SONDERFORMATE  
AUF ANFRAGE**



## ZUSCHLÄGE :: RABATTE :: SERVICES

### EINHEFTER / BEILAGEN

Auf Anfrage

### MEHRWERTSTEUER

Alle Preise verstehen sich zzgl. der jeweils zur Zeit gültigen gesetzlichen Mehrwertsteuer.

### ABSCHLUSSRABATTE

Bei Abnahme innerhalb von 12 Monaten (4 Ausgaben) erhalten Sie folgende Rabatte:

### MALSTAFFEL (ANZAHL SCHALTUNGEN)

2 Schaltungen	5,0%
3 Schaltungen	7,5%
4 Schaltungen	10,0%
6 Schaltungen	15,0%

## ERSCHEINUNGS- UND THEMENPLAN

### THEMENFELD

### FRÜHJAHR

### SOMMER

### HERBST

### WINTER

Schwerpunkt-Thema	Außengastronomie	Olympische Spiele	Küchentechnik	Tischkultur
<b>Getränke</b>	Biermarkt/-trends Mineralwasser Softdrinks Wein-Trends Gin	Weizenbiere Schorlen Sommer-Säfte Brände	Leichte Biere Trend-Getränke Cocktails Vodka	Regionale Biere Heilwasser Heißgetränke Sekt/Champagner Bitter
<b>Food</b>	Regionale Küche	Eis	Finger-Food	Bio
<b>Küche &amp; Technik</b>	Messeneuheiten	Spülen	Kochen & Garen	
<b>Gastlichkeit</b>	Tisch & Tuch	Porzellan	Glas	Festliche Tafel
<b>Service &amp; Info</b>	Messevorschau Berufsbekleidung	Messerückblick	Take-Away Neue Gastro-Konzepte	Fuhrpark
<b>Rubriken:</b>	Editorial, Inhalt, News, Hot Spot, Net-News, Buchtipps, Tamaras Tafelfreuden			

### MESSEN ZU DEN ERSCHEINUNGSTERMINEN

IMA	17. - 20. Januar 2012	Düsseldorf
ISM	20. Januar - 01. Februar 2012	Köln
Intergastra	11. - 15. Februar 2012	Stuttgart
Nordgastro	13. - 14. Februar 2012	Husum
BioFach	15. - 18. Februar 2012	Nürnberg
ProWein	04. - 06. März 2012	Düsseldorf
Internorga	09. - 14. März 2012	Hamburg
Hogatec	02. - 05. September 2012	Essen
inoga/IKA	06. - 09. Oktober 2012	Erfurt

AUSGABE	ANZEIGENSCHLUSS	DRUCKUNTERLAGEN	ERSCHEINUNG
FRÜHJAHR 2012	25. 01. 2012	30. 01. 2012	20. 02. 2012
SOMMER 2012	23. 04. 2012	30. 04. 2012	21. 05. 2012
HERBST 2012	23. 07. 2012	30. 07. 2012	20. 08. 2012
WINTER 2012	22. 10. 2012	29. 10. 2012	19. 11. 2012



M U S T E R S E I T E N

**DUNKEL & SCHWARZ**

M...

**SO MUSS MINERALWASSER SCHMECKEN**

Wasser aus Gießen ist das beste Mineralwasser in der Welt. Nur das Wasser in Gießen ist so rein und gesund wie das Wasser in Gießen. In Gießen wird das Wasser aus dem Gießener Brunnen gefasst, der seit Jahrhunderten für seine hervorragende Wasserqualität bekannt ist. Das Wasser in Gießen ist so rein und gesund wie das Wasser in Gießen. In Gießen wird das Wasser aus dem Gießener Brunnen gefasst, der seit Jahrhunderten für seine hervorragende Wasserqualität bekannt ist.

**„Björkchampagne“**

S...

**MARKENBOTSCHAFT ZUM MITNEHMEN**

D...

**Genuss am Pranger**

E...

**WINTERLICHE KRÄUTER-KÜCHE**

D...

**Tisch-Gespräch**

M...

**Tisch-Gespräch**

M...



ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN FÜR ANZEIGEN UND FREMDBEILAGEN

**Ziffer 1** „Anzeigenauftrag“ im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten in einer Druckschrift zum Zweck der Verbreitung.

**Ziffer 2** Anzeigen sind im Zweifel zur Veröffentlichung innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzurufen. Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abruf 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.

**Ziffer 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 abzurufen.

**Ziffer 4** 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 tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Verlag zu erstatten.

**Ziffer 5** Bei der Errechnung der Abnahmemengen werden Text-Millimeterzeilen dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.

**Ziffer 6** Aufträge für Anzeigen und Fremdbeilagen, die erklärtermaßen ausschließlich in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift veröffentlicht 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. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.

**Ziffer 7** Textteil-Anzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens drei Seiten an den Text und nicht an andere Anzeigen angrenzen. Anzeigen, die auf Grund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.

**Ziffer 8** Der Verlag behält sich vor, Anzeigenaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – und Beilagenaufträge wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Verlages abzulehnen, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder deren Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist. Dies gilt auch für Aufträge, die bei Geschäftsstellen, Annahmestellen oder 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 Bestandteils der Zeitung oder Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

**Ziffer 9** 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. Der Verlag gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten.

**Ziffer 10** Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder bei unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Lässt der Verlag eine ihm hierfür gestellte angemessene Frist verstreichen, oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Schadensersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsabschluss und unerlaubter Handlung sind – auch bei telefonischer Auftragserteilung – ausgeschlossen; Schadensersatz statt der Leistung und wegen Verzugs ist beschränkt auf Ersatz des vorhersehbaren Schadens und auf das für die betreffende Anzeige oder Beilage zu zahlende Entgelt. Dies gilt nicht für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit des Verlegers, seines gesetzlichen Vertreters und seines Erfüllungsgehilfen. Eine Haftung des Verlages für Schäden wegen des Fehlens zugesicherter Eigenschaften bleibt unberührt. Im kaufmännischen Geschäftsverkehr haftet der Verlag darüber hinaus auch nicht für grobe Fahrlässigkeit von Erfüllungsgehilfen; in den übrigen Fällen ist gegenüber Kaufleuten die Haftung für grobe Fahrlässigkeit dem Umfang nach auf den voraussehbaren Schaden bis zur Höhe des betreffenden Anzeigenentgelts beschränkt. Reklamationen müssen – außer bei nicht offen-sichtlichen Mängeln – innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.

**Ziffer 11** Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.

**Ziffer 12** Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.

**Ziffer 13** Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung sofort, möglichst aber 14 Tage nach Veröffentlichung der Anzeige übersandt. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen vom Empfang der Rechnung an laufenden Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.

**Ziffer 14** Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen sowie die Einziehungskosten 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 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 Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

**Ziffer 15** 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.

**Ziffer 16** Kosten für die Anfertigung bestellter Filme und Druckunterlagen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.

**Ziffer 17** Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage oder - wenn eine Auflage nicht gegeben ist – die durchschnittlich verkaufte Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisminderung berechtigter Mangel, wenn sie bei einer Auflage bis zu 50.000 Exemplaren 20 Prozent beträgt. Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preisminderungsansprüche 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. Weitergehende Ansprüche sind ausgeschlossen.

**Ziffer 18** Bei Chiffre-Anzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Er übernimmt darüber hinaus keine Haftung. Einschreibbriefe und Eilbriefe auf Ziffernanzeigen werden nur auf dem normalen Postwege weitergeleitet. Die Eingänge auf Chiffre-Anzeigen werden vier Wochen aufbewahrt. Zuschriften, die in dieser Frist nicht abgeholt sind, werden vernichtet. Wertvolle Unterlagen sendet der Verlag zurück, ohne dazu verpflichtet zu sein. Dem Verlag kann einzelvertraglich als Vertreter das Recht eingeräumt werden, die eingehenden Angebote anstelle und im erklärten Interesse des Auftraggebers zu öffnen. Briefe, die das zulässige Format DIN A 4 (Gewicht 1.000 g) überschreiten, sowie Waren-, Bücher-, Katalogsendungen und Pakchen sind von der Weiterleitung ausgeschlossen und werden nicht entgegengenommen. Eine Entgegennahme und Weiterleitung kann dennoch ausnahmsweise für den Fall vereinbart werden, dass der Auftraggeber die dabei entstehenden Gebühren /Kosten übernimmt.

**Ziffer 19** Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages.

**Ziffer 20** Voraussetzung für eine Provisionszahlung an eingetragene Werbemittler ist, dass der Auftrag unmittelbar vom Werbemittler erteilt wird und Text bzw. Druckunterlagen von ihm oder auf seine Veranlassung hin geliefert werden.

**Ziffer 21** Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand der Sitz des Verlages. Soweit Ansprüche des Verlages nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtssitz bei Nicht-Kaufleuten nach deren Wohnsitz. Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers, auch bei Nicht-Kaufleuten, im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragsabschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart.

**ZUSÄTZLICHE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN DER GEVA GMBH & CO. KG**  
**Ziffer 22** Im Falle einer Stornierung von Anzeigen vor dem Anzeigenschlusstermin der Druckschrift werden dem Auftraggeber 10% des Anzeigenpreises als pauschales Ausfallhonorar berechnet. Ab dem Anzeigenschlusstermin ist eine Stornierung nicht mehr möglich.



**MEDIA - INFORMATIONEN 2013 :: Nr. 13 :: gültig ab 01.01.2012**

**ZWECK DES MEDIUMS**

Das Jahrbuch der Gastfreundschaft ist ein wertvolles Reservierungsbuch und Arbeitsbuch für die Top-Hotellerie und Gastronomie in Deutschland. Es wird von Getränkefachgroßhändlern und industriellen Zulieferern bezogen und von diesen als Kunden- bzw. Weihnachtsgeschenk an deren Kunden – Inhaber, Einkäufer, Geschäftsführer und F&B-Manager in der Top-Hotellerie und Gastronomie – überreicht. Viele Gastronomiebetriebe, die nicht zum oben genannten Kundenkreis gehören, bestellen das Jahrbuch direkt beim Herausgeber zum Einzelverkaufspreis. Das Buch im DIN A4 Format dient der gesamten Belegschaft eines Gastronomiebetriebes über 365 Tage im Jahr zur Organisation von Tischreservierungen und Tagesnotizen. Das Jahrbuch wird für die Großabnehmer aus Getränkefachgroßhandel und Zulieferindustrie durch Logo-Eindrücke auf dem Buchdeckel oder eigene Umschläge sowie Beihefter individualisiert.

**HERAUSGEBER**

GEVA GmbH & Co. KG  
Vertriebsbereich Gastronomie  
Albert-Einstein-Straße 18  
50226 Frechen  
www.geva.com/gastro

**REDAKTION**

Chefredaktion beim Herausgeber  
Frau Rupa Chatterjee  
Telefon (0 22 34) 18 34 171  
PC-Fax (0 22 34) 18 34 5 171  
Fax 0 22 34 (18 34 179)  
E-Mail chatterjee@geva.com

**ANZEIGENKOORDINATION  
BEIM HERAUSGEBER**

Frau Rupa Chatterjee  
Telefon (0 22 34) 18 34 171  
PC-Fax (0 22 34) 18 34 5 171  
Fax 0 22 34 (18 34 179)  
E-Mail: chatterjee@geva.com

**ERSCHEINUNGSWEISE:**

Einmal pro Jahr für das Folgejahr, i.d.R. zwischen Mitte September und Mitte Oktober

**UMFANGANALYSE**

Gesamtumfang: ca. 816 Seiten = 100%  
Reservierungsseiten/Kalender: ca. 760 Seiten = 93%  
Monatsübersichten: ca. 25 Seiten  
Info-Teil: ca. 5 Seiten  
Redaktion: ca. 10 Seiten  
Checklisten: ca. 16 Seiten

**ZIELGRUPPEN**

**EMPFÄNGER**  
Inhaber, Geschäftsführer, Einkäufer und F&B-Manager aus der Top-Hotellerie und Gastronomie

**NUTZER**

Leiter von Restaurants und gastronomischen Betriebseinheiten sowie deren gesamte Belegschaft

**VERBREITUNG**

96% Verteilung durch Getränkefachgroßhandels-Vertrieb und Aussendienst Industrie, 4% Einzelverkauf durch den Herausgeber

**AUFLAGE**

**DRUCKAUFLAGE**  
ca. 12.500 Exemplare  
Prognose im September 2010

**VERKAUFTE AUFLAGE**

ca. 99% der gedruckten Auflage (davon 96% an Getränkefachgroßhändler und Zulieferindustrie, Hotellerie und Gastgewerbe, 4% Einzelverkauf)

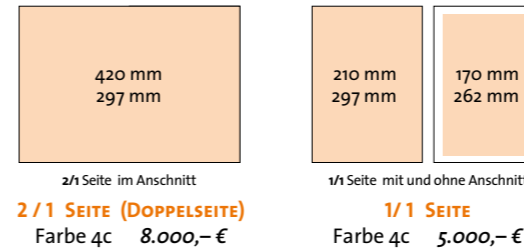
**SONSTIGE VERGABE:**

ca. 90 Exemplare an Branchenteilnehmer, Belege

**EINZELVERKAUFSPREIS**

Schutzpreis 49,00 €

**ANZEIGENFORMATE UND PREISE**



**SONDERAUFLAGE FÜR WERBEPARTNER**

Da das Jahrbuch der Gastfreundschaft in der Regel auch ein interessantes Kundenbindungs-Instrument für unsere Jahrbuch-Insertenten ist, bieten wir Ihnen als Werbepartner das Jahrbuch zum Vorzugspreis von 19,90 €. Der reguläre Preis für Abnehmer aus Getränke-

fachgroßhandel und Industrie mit Bestellungen ab 10 Stück beträgt 24,90 €. Porto- und Versandkosten werden gesondert nach Aufwand berechnet.

**INDIVIDUALISIERUNG FÜR IHRE SONDERAUFLAGE**

Die von Ihnen bestellte Anzahl an Jahrbüchern kann auf dem Buchdeckel mit Ihrem Logo versehen werden. Außerdem kann ein Beihefter mit bis zu 24 Seiten auf Wunsch eingefügt werden. Preise hierfür auf Anfrage.

*Anmerkung: Die von Ihnen bestellten Bücher enthalten die Anzeigen aller Werbepartner des Jahrbuchs im aktuellen Jahrgang. Auf Wunsch kann bei größeren Eigen-Auflagen gegen Berechnung eine komplett für Sie individualisierte Auflage ohne fremde Werbepartner gedruckt werden. Preise dazu auf Anfrage.*

**SONDERWERBEFORM**

Die Sonderwerbeform im Jahrbuch der Gastfreundschaft sieht vor, dass sich die Werbeseiten der Inserenten über das gesamte Kalendarium (760 Seiten) in rotierender Reihenfolge wiederholen (Insertat a, b, c, d, e, a, b, c, d, e, usw.).

**ANZEIGENFORMATE / SONDERWERBEFORM**

Da bis zu 152 Kalenderseiten für Ihre Werbung gebucht werden können und Ihre Werbung als grafisches Element einer ganzen Kalenderseite zu verstehen ist, gibt es keine klassischen Format-Angaben. In einem Feld von 17 cm Breite und 21,8 cm Höhe kann das von Ihnen gestellte Motiv eingebracht werden (siehe hierzu untenstehende Beispiele). Ihr Motiv wird von uns in einer Musterseite angelegt und Ihnen zur Freigabe vorgelegt.

**ANZEIGENPREISE / SONDERWERBEFORM**

Wenn Sie über ein Marken- bzw. Produkt-Portfolio verfügen, so können Sie auch unsere Rabatte für einen kombinierten Werbeauftritt mehrerer Produkte / Marken nutzen. Alternativ kann auch ein Mehrmarken-Motiv sinnvoll sein.

1 MOTIV IN DER KALENDERSEITEN-ROTATION	Mehrere Motive in der Kalenderseiten-Rotation
Seiten-Paket / Preis	Anzahl Marken x Seiten-Paket pro Marke in € x % Rabatt)
152 Seiten 9.950,- €	2 Marken/Produkte/Motive 17%
114 Seiten 8.750,- €	3 Marken/Produkte/Motive 22%
76 Seiten 7.500,- €	4 Marken/Produkte/Motive 25%
38 Seiten 5.500,- €	5 Marken/Produkte/Motive 27%

Ausschließliche Doppelseitenbelegung auf Wunsch. Alle Preise zzgl. gesetzlicher MwSt. Ein Musterexemplar „Jahrbuch der Gastfreundschaft“ senden wir Ihnen gerne auf Anfrage zu.

**MUSTERSEITEN**



REDAKTIONSSEITEN

RESERVIERUNGSSEITEN  
MIT SONDERWERBEFORM

CHECKLISTEN

**TECHNISCHE DATEN**

**DRUCKUNTERLAGEN**

Wir verarbeiten ausschließlich digitale Anzeigen/Druckunterlagen. Datentransfer per E-Mail oder Datenträger an unser Grafik-Büro: pohl & rick Grafikdesign, Franklinstraße 38, 40479 Düsseldorf Telefon (0211) 51 45 38-0, E-Mail: mail@pohl-rick-grafik.de Bitte versehen Sie die übersendeten Daten stets mit Ihren Kontaktdaten und beziehen sich auf das Druckobjekt „GEVA-Jahrbuch“. Berücksichtigen Sie bei Anzeigen im Anschnitt einen jeweiligen Beschnitt von 3 mm. Von jeder zu belichtenden Seite wird ein Farbdruck benötigt. Farbdrucke vom Fotokopierer sind nicht verbindlich, von digitalen Proof-Systemen nur bedingt. Gewährleistungen: Nur was auf den Datenträgern vorhanden ist, kann belichtet werden. Für Abweichungen in Texten, Abbildungen und insbesondere Farben übernimmt der Herausgeber keine Haftung. Eine weitere Bearbeitung Ihrer Daten auf Ihren Wunsch erfolgt nur gegen schriftliche Anweisung und Berechnung.

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen und Fremdbeilagen siehe Seite 9.

**BUCHFORMAT (UMSCHLAG)**

Breite 215 mm, Höhe 302 mm, Rücken ca. 52 mm

**FORMAT INNENTEIL**

210 mm breit, 297 mm hoch, DIN A4

**BINDEVERFAHREN**

Fadenheftung, Buchrücken rund, Kapitalband, Zeichenband

**DRUCKVERFAHREN**

4/4 farbig Bogen-Offsetdruck, Euroscala

**PAPIER - UMSCHLAG/INHALT**

Inhalt: 80 g/qm, Bilderdruck matt  
Umschlag: 135 g/qm, Bilderdruck matt, aufgezogen auf 3 mm Pappe, polyleinkaschiert in Leinenstruktur

**RASTERWEITE**

bis 70er Raster

**G·E·V·A**

**DIENSTLEISTER**

DER GETRÄNKEBRANCHE

GEVA GmbH & Co. KG · Telefon (0 22 34) 18 34 100 · Telefax (0 22 34) 16 59 2  
Albert-Einstein-Straße 18 · 50226 Frechen · [www.geva.com](http://www.geva.com)