



Verlag
GW Verlag GmbH
Theodor-Althoff-Straße 45, 45133 Essen
Postfach 230190, 45069 Essen
www.trendkompass.de;
info@trendkompass.de
Telefon (0201) 87126-14
Telefax (0201) 87126-941

Herausgeber
Dietmar Huber †

Geschäftsführung
Shervin Pourghaffari-Poser
Telefon (0201) 87126-14
pourghaffari@gwverlag.de

**Ansprechpartner Verlag
Chefredaktion**
Peter Erik Hillenbach (Chefredakteur)
Telefon (0201) 87126-949
hillenbach@trendkompass.de

Redaktion
Yvonne Ludwig-Alfers
Telefon (0201) 87126-859
ludwig@trendkompass.de

Maren Bielecke
Telefon (0201) 87126-859
bielecke@trendkompass.de

**Ständige redaktionelle
Mitarbeiter**
Hans-Herbert Seng (Frankfurt a. M.)
Dr. Elena Winter (Düsseldorf)

Anzeigen
Shervin Pourghaffari-Poser (Leitung)
Telefon (0201) 87126-14
pourghaffari@trendkompass.de

Abo-Service
Martina Kolditz
Telefon (0202) 261577-27
gw@printon.de

Jahrgang / Jahr
25. Jahrgang / 2017

Erscheinungsweise
monatlich (Doppelausgaben 1/2 & 7/8)

Bezugspreis
Jahresabonnement Inland € 155,-
Jahresabonnement Ausland € 185,-
zzgl. aktueller Portokosten und € 12
Bearbeitungsgebühr

Bankverbindung
Stadtsparkasse Düsseldorf
Kto.Nr. 1005875966, BLZ 30050110
IBAN: DE 91300501101005875966
BIC: DUSSEDDXXX
UST-IDNr. DE 815/272/213

Zahlungsbedingungen
Innerhalb von 30 Tagen
nach Rechnungsdatum rein netto.
Bei Vorauszahlung bis zum
Erscheinungstermin 2% Skonto.

**Allgemeine
Geschäftsbedingungen**
Alle Anzeigenaufträge werden
ausschließlich gemäß den
Allgemeinen Geschäftsbedingungen
ausgeführt. Siehe Seite 11

Mitgliedschaften



IW - Informationsgemeinschaft
zur Feststellung der Verbreitung
von Werbeträgern e.V.



Kompetenz und Struktur für hohen Nutzwert

Fokussiert auf Ausstattung und Technik von Profiküchen sowie zugehöriger Servicebereiche sind Fachhändler/-großhändler und -planer bevorzugte Dienstleistungspartner des Gastgewerbes und der Gemeinschaftsverpflegung. Wissenschaftliche Analysen belegen: Hatte deren Segment der Dienstleistungen 1996 noch einen Anteil von 34,1 Prozent an Tätigkeitsbereichen (Produktion, Verwaltung und Organisation, Wissenschaft etc.), wird es bis 2030 bei 35 bis 36 Prozent liegen. Entsprechende Aufgaben- und Wissensbereiche werden komplexer. Energieeffizienz, Finanzierungsmodelle, veränderte Gewohnheiten und Anforderungen der Ernährung, Betrachtung von Leistungen über die gesamte Nutzungszeit, zunehmende Vielfalt der technischen Optionen sind nur einige der Themen, die mehr denn je in den Mittelpunkt der genannten Berufsgruppen rücken. Nicht zu vergessen auch Betriebswirtschaft, Organisation und Personalmanagement. Vor diesem Hintergrund der sich verändernden Märkte profiliert sich der Trendkompass als unabhängige Fachpublikation mit hoher redaktioneller Kompetenz für die oben genannten Handels- und Planungspartner der Branche sowie deren Industriepartner, also Hersteller, Importeure und Lieferanten. Schwerpunkte des redaktionellen Inhalts sind insbesondere auf Trends und Innovationen ausgerichtete News

Auflagenanalyse

Exemplare pro Ausgabe

Druckauflage	2.900*
verbreitete Auflage	2.712*
Auflagenkontrolle	

IVW - Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V.



und Fachbeiträge einschließlich dazu passender Konzeptbeispiele in den Produktsegmenten Küchentechnik, Haus- und Servicetechnik, Ausstattung und Ambiente. Themen der Betriebsführung und Mitarbeitermotivation sowie der Optimierung von Planung und bedarfsgerechter Einrichtung professioneller Küchen. Nicht minder im Blickpunkt der Redaktion zu Gunsten einer intensiven Leser-Blatt-Bindung: kurze Nachrichten zu den am Markt beteiligten Personen in der Rubrik Karrieren, Kompetenzen, Profile. Ebenso werden Informationen und Stellungnahmen von Fachverbänden und -organisationen wie beispielsweise VdF und GGKA oder VGG und HKI korrekt aufbereitet zu den Zielgruppen transportiert.

Charakteristisch für den Trendkompass ist seine optische Präsenz als Spezial-Informationdienst mit einem schnell erfassbaren redaktionellen Stil, umgesetzt in einem übersichtlichen und vor allem durchgängig strukturierten Layout. Das erleichtert dessen hohen Nutzwert durch eine ökonomisch sinnvolle Einbindung in Tages- und Zeitabläufe der Leserinnen und Leser.

* IVW, 2. Quartal 2016

Konzepte & Strategien

Reportage & Interview



- ▶ Aus- & Weiterbildung
- ▶ Marktentwicklung
- ▶ Hersteller-Netzwerke
- ▶ Messeberichterstattung
- ▶ Fachverbände Großküchenhändler & Planer

- ▶ SPECIAL Strategieinterview
- ▶ Best Practice Beispiele
- ▶ Analysen und Meinungen

Ausstattung & Technik

Management & Organisation



- ▶ Themenschwerpunkt je Ausgabe vom Küchenkleingerät bis zum Kombidämpfer (siehe Themenplan)
- ▶ Trends & Innovationen

- ▶ Personalmeldungen
- ▶ Prozessoptimierung
- ▶ Ratgeber, Richtlinien und Verordnungen
- ▶ Fachseminare

Ausgabe	Erscheinungstermin	Anzeigenschluss	Druckunterlagenschluss	Redaktionsschluss	Themenschwerpunkte
1+2	27.01.17	13.01.17	20.01.17	09.01.17	Tafelambiente
3	02.03.17	15.02.17	22.02.17	01.02.17	Frontcooking / Take Away, Internorga - Vorbericht
4	19.04.17	31.03.17	07.04.17	16.03.17	Multifunktionsgeräte, Internorga-Nachbericht
5	22.05.17	08.05.17	15.05.17	20.04.17	Kaffeemaschinen
6	21.06.17	06.06.17	14.06.17	22.05.17	Aufbewahren, Transportieren & Präsentieren
7+8	02.08.17	17.07.17	24.07.17	03.07.17	Brandschutz / Löschanlagen, Abluft- & Frittieretechnik
9	05.09.17	17.08.17	28.08.17	03.08.17	Kompakte Küchengeräte, Küchenkleingeräte
10	10.10.17	20.09.17	27.09.17	06.09.17	Kühltechnik, HOST
11	08.11.17	23.10.17	30.10.17	09.10.17	Spültechnik
12	07.12.17	21.11.17	28.11.17	06.11.17	Boden- und Wandbeläge, Reinigungsgeräte

Messe-Kalender 2017

Januar

- Horecava Amsterdam (NL) 09.01.- 12.01.
- Hoga Nürnberg 15.01. - 17.01.
- Best of Events Dortmund 18.01. - 19.01.
- Gastro_Tek Kalkar 23.01. - 24.01.
- Heimtextil Frankfurt 10.01. - 13.01.

Februar

- Fruit Logistica Berlin 08.02.-10.02.
- NordGastro & Hotel Husum 13.02. - 14.02.
- BioFach Nürnberg 15.02. - 18.02.
- Ambiente Frankfurt 10.02. - 14.02.

März

- EuroShop Düsseldorf 05.03. - 09.03.
- Gastro Vision Hamburg 17.03. - 21.03.
- Internorga Hamburg 17.03. - 21.03.
- ProWein Düsseldorf 19.03. - 21.03.
- Gast Klagenfurt (A) 12.03. - 14.03.
- Gast + Küche Passau 27.03. - 28.03.
- Beauty Düsseldorf 31.03. - 02.04.

April

- Fibo Köln 06.04. - 09.04.
- EU'Vend & coffeena Köln 27.04. - 29.04.

Juni

- tendence Frankfurt 24.06. - 27.06.

Oktober

- Anuga Köln 07.10. - 11. 10.
- Host Mailand (I) 20.10. - 24.10

November

- Iss gut! Leipzig 05.11. - 07.11.
- Alles für den Gast Herbst Salzburg (A) 11.11. - 15.11.
- Igeho Basel (CH) 18.11. - 22.11

1/1 Seite

Preise

4c 3.465 €
3c 3.180 €
2c 2.895 €
s/w 2.610 €



Formate

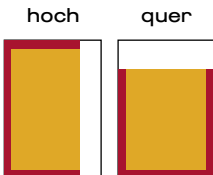
Satzspiegel 185 x 265
Anschnitt 210 x 297

Breite x Höhe in mm
zzgl. 3 mm Beschnitt

3/4 Seite

Preise

4c 2.875 €
3c 2.590 €
2c 2.305 €
s/w 2.020 €



Formate

Satzspiegel 138 x 265
Anschnitt 150 x 297

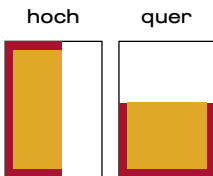
hoch 185 x 198
quer 210 x 208

Breite x Höhe in mm
zzgl. 3 mm Beschnitt

1/2 Seite

Preise

4c 2.275 €
3c 1.990 €
2c 1.705 €
s/w 1.420 €



Formate

Satzspiegel 91 x 265
Anschnitt 103 x 297

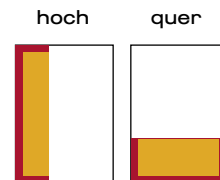
hoch 185 x 135
quer 210 x 148

Breite x Höhe in mm
zzgl. 3 mm Beschnitt

1/3 Seite

Preise

4c 1.835 €
3c 1.550 €
2c 1.265 €
s/w 980 €



Formate

Satzspiegel 59 x 265
Anschnitt 71 x 297

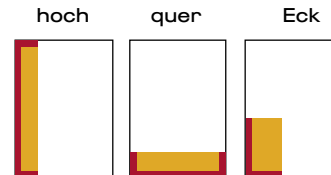
hoch 185 x 88
quer 210 x 98

Breite x Höhe in mm
zzgl. 3 mm Beschnitt

1/4 Seite

Preise

4c 1.605 €
3c 1.320 €
2c 1.035 €
s/w 760 €



Formate

Satzspiegel 43 x 265
Anschnitt 55 x 297

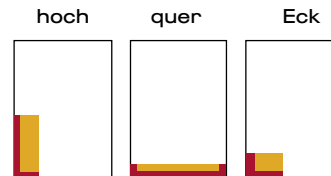
hoch 185 x 66
quer 210 x 76
Eck 91 x 132
103 x 142

Breite x Höhe in mm
zzgl. 3 mm Beschnitt

1/8 Seite

Preise

4c 1.250 €
3c 965 €
2c 680 €
s/w 395 €



Formate

Satzspiegel 43 x 132
Anschnitt 55 x 142

hoch 185 x 33
quer 210 x 43
Eck 90 x 66
103 x 76

Breite x Höhe in mm
zzgl. 3 mm Beschnitt

mm-Preis	s/w	2c	3c	4c
43 mm Spaltenbreite	2,75 €	4,25 €	5,75 €	7,75 €

Rabatte	Malstaffel	Mengenstaffel
	3 Anzeigen 3 %	1 Seite 3 %
	6 Anzeigen 5 %	2 Seiten 5 %
	10 Anzeigen 10 %	4 Seiten 7 %
		6 Seiten 10 %
		8 Seiten 15 %
		10 Seiten 20 %

Stellenmarkt Stellengesuche 1,30/mm € Stellenangebote 2,86/mm €
Immobilienmarkt Immobilien 2,86/mm €

Sonderwerbformen

Beilagen 1.310 € zzgl. Postgebühr
Gewicht bis 25 g, höhere Gewichte auf Anfrage.
Höchstformat 205 x 292 mm oder auf dieses Format gefalzt. Beilagen müssen für eine maschinelle Verarbeitung geeignet sein.

Beihefter 2.785 €
Beihefter werden nach der Mengenstaffel rabattiert (1 Blatt = 1 Seite). Papiergewicht bis 150g/qm, höhere Gewichte und Seitenzahlen auf Anfrage. Format unbeschnitten 1 x gefalzt auf 215/225 mm breit, 307 mm hoch (je 5 mm Kopf-, Fuß- und seitlicher Beschnitt und 10 mm Nachfalz).

Alle Preise verstehen sich zzgl. Mehrwertsteuer

Aufgeklebte Postkarte 800 € zzgl. Postgebühr

Anliefermenge Bei Belegung der Gesamtauflage 2.900 Exemplare

Anlieferung Spätestens 10 Tage vor Erscheinungstermin. Die Begleitpapiere sollen Angaben über die Stückzahl der Transporteinheit, Zeitschriftentitel und Heftnummer enthalten. An jeder Verpackungseinheit soll sichtbar ein Muster angebracht sein.

Technische Daten

Zeitschriftenformat DIN A4 210 x 297 mm

Satzspiegel 185 x 265 mm

Druckverfahren Bogenoffset

Verarbeitung Rückendrahtheftung

Farben Nach DIN 16539 aus der Euroskala (Sonderfarben auf Anfrage)

Farbprofile ISO Coatec V2 (ECI)

Druckunterlagen Bevorzugtes Datenformat ist PDF. Alle verwendeten Schriften sind einzubetten. Möglich sind auch unseparierte tif- und eps-Dateien. Offene Daten (z.B. InDesign, Quark XPress, usw.) sind zu vermeiden. Farb-Modus CMYK, 300 dpi, Strich in Bitmap-Modus mind. 1200 dpi. **Beschnitt:** mindestens 3 mm pro Anschnittkante. Für alle Anzeigen sind farverbindliche Vorlagen erforderlich: Digitalproofs (mit Ugra/FOGRA Medienkeil)

Datentransfer E-Mail: anzeigen@trendkompass.de

Stärken Sie Ihre klassische Anzeige in den Printausgaben mit attraktiven crossmedialen Angeboten.

Ihre Online-Werbung auf der TRENDKOMPASS-WEBSITE erreicht zusätzlich tausende User monatlich – ideal, um tagesaktuell auf Ihre Angebote und Aktionen hinzuweisen.

Leistungsspektrum und Services www.trendkompass.de :

- ▶ Täglich aktuelle News für Technik & Planung für Großküche & Gastgewerbe



▶ Interaktiver Veranstaltungskalender

- ▶ Stets aktueller und illustrierter Veranstaltungskalender, mit Selbsteinträgen der Veranstalter, die nach Prüfung des Verlags freigeschaltet werden.

▶ Attraktive Services:

- ▶ Ausgaben-Archiv
- ▶ Stellenmarkt
- ▶ Unternehmensverkauf/-nachfolge

▶ ePaper

- ▶ Sämtliche Fachmagazine sind online verfügbar

...und noch vieles mehr



Wallpaper

Preis für 1 Woche
750 €

Preis für 4 Wochen
2.550 €



Maße in Pixel **728 x 90 horizontal / 120/160 x 600 vertikal**
Formate GIF, JPEG, Flash
Dateigröße <= 50 KB (GIF, JPEG) / <= 60 KB (Flash)

Leaderbord / Superbanner

Preis für 1 Woche
380 €

Preis für 4 Wochen
1.290 €

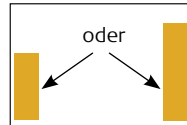
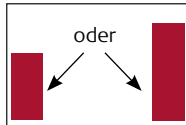


Maße in Pixel **728 x 90**
Formate GIF, JPEG, Flash
Dateigröße <= 20 KB (GIF, JPEG) / <= 30 KB (Flash)

Skyscraper

Preis für 1 Woche
550 €
420 €

Preis für 4 Wochen
1.870 €
1.430 €



Maße in Pixel **160 x 600 Wide** / **120 x 600 Standard**
Formate GIF, JPEG, Flash
Dateigröße <= 20 KB (GIF, JPEG) / <= 30 KB (Flash)

Rectangle Medium Standard

Preis für 1 Woche
450 €
160 €

Preis für 4 Wochen
1.530 €
540 €

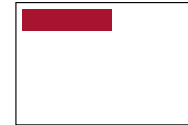


Maße in Pixel **300 x 250 Medium** / **180 x 150 Standard**
Formate GIF, JPEG, Flash
Dateigröße <= 20 KB (GIF, JPEG) / <= 30 KB (Flash)

Banner Full Half

Preis für 1 Woche
170 €
80 €

Preis für 4 Wochen
580 €
270 €



Maße in Pixel **468 x 60 Full** / **234 x 60 Half**
Formate GIF, JPEG, Flash
Dateigröße <= 15 KB (GIF, JPEG) / <= 20 KB (Flash)

Unsere Online-Portale sind die perfekte Abrundung zum Printmedium Trendkompass. Wir bieten Ihnen neben der hohen Zielgruppengenauigkeit das passende redaktionelle Themenumfeld.

Crossmedia: Gern schnüren wir Ihnen ein individuelles Crossmediapaket bestehend aus Printanzeige und Bannerwerbung.

Datenanlieferung: 3 Werktage vor Schaltungsstart per E-Mail an: anzeigen@gastrotel.de

Rabatte: Ab 3.000 € 3 %, ab 6.000 € 5 %, ab 9.000 € 10 %, ab 15.000 € 15 %. Der Abschlussrabatt von Print ist auf Trendkompass Online übertragbar, umgekehrt nicht.

Preise zzgl. Mehrwertsteuer

Ihre Werbung inmitten der wichtigsten Branchennews:
Der Trendkompass Newsletter – „Die Nachrichten des Monats“ – liefert jeden Monat die wichtigsten Branchennews auf einen Blick – ein Angebot, das inzwischen mehr als 1.800 Abonnenten schätzen (Stand: 10/2016). Er ist ein unverzichtbarer Begleiter von Fachhändlern, Planern, Einkaufsgruppen, Beratern, Herstellern, Großhändlern und Service-Unternehmen für den Wachstumsmarkt Gastgewerbe.

NewsletterBanner

728 x 90 Pixel, als .jpg, .gif, Flash
mind. Dateigröße: 30 KB, Bitte gewünschte Verlinkung angeben.
350 € / Monat

Text-Anzeige mit Abbildung

Überschrift + Fließtext + Link
(750 Zeichen inkl. Leerzeichen),
Bild (Breite: 150 Pixel, .jpg, .gif, Flash).
1. Position: 550 € / Monat
2. Position: 450 € / Monat

weitere Positionen und Formate: auf Anfrage

Rabatte	Malstaffel	
(bei Abnahme innerhalb von 12 Monaten)	3 Schaltungen	5 %
	6 Schaltungen	10 %
	9 Schaltungen	15 %
	12 Schaltungen	20 %

Newsletter-Banner

- ▲ Punktgenaues Zielgruppenmedium!
- ▲ Hohe Aufmerksamkeit!
- ▲ Schnelle und einfache Verbreitung Ihrer Botschaft!

1. Position

2. Position



**TREND
KOMPASS**

Technik und Planung für
Großküche und Gastgewerbe

Newsletter für Fachhändler und Planer

Von Profis für Profis 14. September 2016

Newsletter-Banner

Liebe Leser,

Ja, ist denn schon wieder Frühjahr? Man könnte es fast meinen, schließlich erreichen uns Meldungen über Investitionen und technische Neuentwicklungen und Fachwissen stehen vor der Tür: sonst Charakteristika, die das dritte Quartal ganz und gar nicht ausmachen.

Rational besahnt die Branche hat im Sommer mit den neuen SelfCookingCenter... und der anschließenden Trend-BO Tour, ECU legt einen neuen Power Burner mit unter das Branchen-Baumrücken und die GastroTage/Event werden uns weiterhin in Küchenfachzeitschriften im gar nicht mehr so fernem Oktober in Essen erwarten dürfen. Lassen Sie dies und mehr in unserer Spekulumausgabe des Newsletters.

Das Warten dürfen wir gratulieren! Vito feierte 15 Jahre Unternehmensgeschichte. Mit einem Festakt inklusive Preisverleihung bringt man das Jubiläum in der Stadthalle Tübingen mit zahlreichen geladenen Gästen. Die Bilder der Veranstaltung sind hier zu finden.

Ihre TRENDKOMPASS-Redaktion



Platzwunder aus Landsberg

Unter dem Motto "Ideen verändern die Welt" hat Rational in Fulda seine neuen SelfCookingCenter präsentiert. Neben dem bereits dabei das komplette SelfCookingCenter XS. Es kommt mit 0,2 Küchennest Platz aus. Auch im größten Gehäuse der SelfCookingCenter-Serie wurden verbessert und hatten während der Veranstaltung einen überaus großen Auftritt. Die wesentlichen Neuerungen betreffen die Bedienung, die 3-fach verstellbare Tür sowie den Garmum. Die Veranstaltung war gleichzeitig der Start für die Trend-BO-Tour des Unternehmens.

Text-Anzeige mit Abbildung

"Das Ein-Produkt-Konzept hat keine Zukunft mehr"

Time-away-Produkte: Das waren früher Currywurst und Käsebrötchen, Milnevielle sind Fondos entstanden, bei denen häufig die Vielfalt der Speisen im Vordergrund steht. Was kann ein Verwandschaftsbeziehung wie Feuer dazu beitragen? Ein Interview mit Marketing-Direktor Holfgang Köpfer.

Gourmettopf mit MKK

Die Zutaten der 24. IKA-Olympiade der Küche schienen zu stimmen. Vom 22. bis 23. Oktober wird die Messe Erfurt zum fünften Mal das Zentrum für Fachwissen, Gastronomie und Spitzenküche aus aller Welt. In 16 parallelen Küchenräumen über 1.500 Köche aus 40 Nationen mehr als 75.000 frische Menüs zu. Unterstützung gibt es dabei vornehmlich Küchenfachzeitschriften. Exklusive Partner des Wettbewerb ist MKK.

Text-Anzeige mit Abbildung

GASTRO TAGE WEST

Messenmöglichkeiten

Neues von den Messen: Gastro-Trends zum Mitnehmen vergrößert der Branchenbund GastroTage/Event im Oktober in Essen. Die Messe thematisiert, was die Branche bewegt. Mit der nun veröffentlichten Auswerteliste wird auch ersichtlich. Die Küchenzeitschrift kommt nicht zu kurz. Mitredaktionen verzeichnet die Intergras bei ihrer nächsten Ausgabe 2016 einen Zugewinn der Auswerteliste auf 110.000 Quadratmeter. Grund dafür ist die neue Halle 10 des Messegeländes in Stuttgart.

Neuer Gasherd Power Burner

Mehr Leistung, effizientere Energieplanung. Mit dem innovativen Gasherd Power Burner reagiert ECU Gasökotechnik auf Wünsche von Fachhandel und Anwender. Köche profitieren von mehr Leistung bei effizienter Energieplanung und einer leichteren Reinigung. Der Fachhandel vom besseren Zugang zur Technik.

Redaktion

- ☐ [Dirk Hillenbach](#)
- ☐ [Yvonne Ludwig-Allers](#)
- ☐ [Ilona Sencke](#)
- ☐ [Nina Bruchmann](#)

Newsletter Service

- ☐ [J. Amann](#)

Links

- ☐ [Trendkompass](#)
- ☐ [GastroBO](#)
- ☐ [Superior Hotel](#)
- ☐ [GW Verlag](#)

gw Verlag | trendkompass | GastroBO | Superior Hotel

GW Verlag GmbH, Theodor-Abbt-Str. 41 | 43133 Essen, Germany, T +49 (0)201 87126-14 | F +49 (0)201 87126-801
info@verlag.de | Anzeigenredaktion Essen, HNR 227/4, Geschäftsführer: Sherrin Pöggendorf-Pöster, LST-Info: DE 81527293

1. Anzeigenantrag im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag zwischen Verlag und Auftraggeber über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen oder anderer Werbemittel (nachfolgend insgesamt als „Anzeigen“ bezeichnet) eines Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten (nachfolgend insgesamt als „Werbungtreibende“ bezeichnet) in einer Zeitung oder Zeitschrift zum Zweck der Verbreitung.

2. Ein „Abschluss“ ist ein Vertrag über die Veröffentlichung mehrerer Anzeigen unter Beachtung der dem Werbungtreibenden gemäß Preistabelle zu gewählenden Rabatte, wobei die jeweiligen Veröffentlichungen auf Abruf des Auftraggebers erfolgen. Rabatte werden nicht gewährt für Unternehmen, deren Geschäftszweck unter anderem darin besteht, für verschiedene Werbungtreibende Anzeigenaufträge zu erteilen, um eine gemeinsame Rabattierung zu beanspruchen. 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 eines Jahres nach Vertragsschluss abgerufen und veröffentlicht wird.

3. Werden einzelne oder mehrere Abrufe eines Abschlusses 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. Der Auftraggeber hat, wenn nichts anderes vereinbart ist, rückwirkend Anspruch auf den seiner tatsächlichen Abnahme von Anzeigen innerhalb eines Jahres entsprechenden Nachlass.

4. Betr. Textzeilenanzahl, Unzutreffend.

5. Aufträge für Anzeigen, die nur in bestimmten Heftnummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckerschaft 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.

6. 1. Absatz betr. Textzeilenanzahl, Unzutreffend. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.

7. Der Verlag behält sich ohne Anerkennung einer Prüfungspflicht vor, Anzeigen – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – abzuhelmen, insbesondere wenn – deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder – deren Inhalt vom Deutschen Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstanden wurde oder – deren Veröffentlichung für den Verlag wegen des Inhalts, der Gestaltung, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist oder – Anzeigen, die Werbung Dritter oder für Dritte enthalten. Aufträge für andere Werbemittel sind für den Verlag erst nach Vorlage des Musters und dessen Billigung bindend. Soweit der Verlag von seinem Abrechnungsrecht bezüglich von Werbemitteln, die Werbung Dritter oder für Dritte enthalten (Verdunkelung), keinen Gebrauch macht, bedürfen diese in jedem Einzelfall der vorherigen schriftlichen Annahmeerklärung des Verleges. Dieses Verlegen ist der Verlag zur Erhebung eines Verbandsauftrags berechtigt.

Die Ablehnung einer Anzeige oder eines anderen Werbemittels wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

8. Für die rechtzeitige Lieferung und die einwandfreie Beschaffenheit gezeigter Druckunterlagen oder anderer Werbemittel ist allen der Auftraggeber verantwortlich. Bei der Anlieferung von digitalen Druckunterlagen obliegt es dem Auftraggeber, ordnungsgemäß, insbesondere dem Format und den technischen Vorgaben des Verlages entsprechende Vorlagen für Anzeigen rechtzeitig vor Schaltungsbeginn anzuliefern. Kosten des Verlages für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretenden Änderungen der Druckvorlagen hat der Auftraggeber zu tragen. Vereinbart ist, die für den belegten Titel nach Maßgabe der Angaben in der Preistabelle sowie in der Auftragsbestätigung übliche Beschaffenheit der Anzeigen im Rahmen der durch die Druckunterlagen und der von der Druckerei eingesetzten Technik gegebenen Möglichkeiten.

9. Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung der Druckunterlagen endet drei Monate nach der erstmaligen Veröffentlichung der Anzeige oder des anderen Werbemittels.

10. Entspricht die Veröffentlichung der Anzeige nicht der vertraglich geschuldeten Beschaffenheit bzw. Leistung, so hat der Auftraggeber Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige bzw. Ersatzveröffentlichung des anderen Werbemittels, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige oder des anderen Werbemittels beeinträchtigt wurde. Der Verlag hat das Recht, eine Ersatzanzeige bzw. Ersatzveröffentlichung zu verweigern, wenn – diese einen Aufwand erfordert, der unter Beachtung des Inhalts des Schuldverhältnisses und der Gebote von Treu und Glauben in einem groben Missverhältnis zu dem Leistungsinteresse des Auftraggebers steht, oder – diese für den Verlag nur mit unverhältnismäßigen Kosten möglich wäre. Lässt der Verlag eine ihm für die Ersatzanzeige oder der Veröffentlichung des anderen Werbemittels gesetzte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige/Ersatzveröffentlichung erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Bei unwesentlichen Mängeln der Anzeige oder der Veröffentlichung des anderen Werbemittels ist die Rückgängigmachung des Auftrags ausgeschlossen. Reklamationen bei nicht offensichtlichen Mängeln müssen binnen eines Jahres ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn geltend gemacht werden. Der Verlag haftet für sämtliche Schäden, gleich ob aus vertraglicher Pflichtverletzung oder aus unerlaubter Handlung nach Maßgabe der folgenden Bestimmungen: Bei grober Fahrlässigkeit beschränkt sich die Haftung im kaufmännischen Verkehr auf den Ersatz des typischen vorhersehbaren Schadens; diese Beschränkung gilt nicht, soweit der Schaden durch gesetzliche Vertreter oder leitende Angestellte des Verlages verursacht wurde. Bei einfacher Fahrlässigkeit haftet der Verlag nur, wenn eine wesentliche Vertragspflicht verletzt wurde. In solchen Fällen ist die Haftung auf den typischen vorhersehbaren Schaden beschränkt. Bei Ansprüchen nach dem Produkthaftungsgesetz sowie bei einer Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit haftet der Verlag nach den gesetzlichen Vorschriften. Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb von vier Wochen nach Veröffentlichung geltend gemacht werden. Alle gegen den Verlag gerichteten Ansprüche aus vertraglicher Pflichtverletzung verjähren in einem Jahr ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn, sofern sie nicht auf vorsätzlichem Verhalten beruhen.

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 bis zum Anzeigenschluss oder innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.

12. Sind keine besonderen Größenvorschriften gemacht, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt. Die Rechnung ist innerhalb der auf der Preistabelle ersichtlichen Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall schriftlich eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preistabelle gewährt.

14. Bei Zahlungsvorgang sind Stundung sowie bankübliche Zinsen sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsvorgang 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 Abschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages zum Anzeigenschlussstermin und von dem Ausgleich offener Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

15. Der Verlag liefert auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages werden Anzeigengauschnitte, Belegsete oder vollständige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.

16a. Aus einer Auflagenminderung kann – vorbehaltlich der Regelung der Ziffer 16b – nach Maßgabe des Satzes 2 bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisermäßigung hergeleitet werden, wenn im Gesamt durch schnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die zugesicherte Auflage unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisermäßigung berechtigender Mangel, wenn und soweit sie

- bei einer zugesicherten Auflage bis zu 50 000 Exemplaren mindestens 20 vH,
- bei einer zugesicherten Auflage bis zu 100 000 Exemplaren mindestens 15 vH,
- bei einer zugesicherten Auflage bis zu 500 000 Exemplaren mindestens 10 vH,
- bei einer zugesicherten Auflage über 500 000 Exemplaren mindestens 5 vH,

beträgt.

Eine Auflagenminderung aus Gründen der Ziff. 23 bleibt unberücksichtigt. Als zugesicherte Auflage gilt die in der Preistelle oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage oder, wenn eine Auflage nicht genannt ist, die durchschnittlich verkaufte (bei Fachzeitschriften gegebenenfalls die durchschnittlich tatsächlich verbreitete) Auflage des vorausgehenden Kalenderjahres. Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preisermäßigungsansprüche 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. 16b. (Sondervorschrift bei Auflagenminderungen für Titel, die heftbezogene Auflagenarten veröffentlichen) Abweichend von Nummer 16a berechtigt eine Auflagenminderung bei Titeln, die heftbezogene Auflagenarten veröffentlichen, nur dann zu einer Preisermäßigung, wenn und soweit sie bei einer Auflage (zugesicherte Auflage) von bis zu 500 000 Exemplaren 10v. H. und bei einer Auflage (zugesicherte Auflage) von über 500 000 Exemplaren 5v. H. überschreitet. Eine Auflagenminderung aus Gründen der Ziff. 23 bleibt unberücksichtigt. Die der Zurechnung zugrunde liegende Auflage ist die gesamte verkaufte Auflage im Sinne der Definition der IVW. Sie errechnet sich für das Insertionsjahr aus dem Auflagendurchschnitt der vier Quartale vor dem Insertionsjahr, soweit nicht vom Verlag eine absolute Auflagebasis als Zurechnung in der jeweiligen Preistelle angegeben wurde. Voraussetzung für einen Anspruch auf Preisermäßigung ist ein rabattfähiger Abschluss auf Basis der Mengentafel und für mindestens drei Ausgaben. Grundlage für die Berechnung der Preisermäßigung ist der Auftrag pro Unternehmen, soweit nicht bei Auftragserteilung eine Abrechnung nach Marken, die bei Auftragserteilung zu definieren sind, vereinbart wurde. Die mögliche Auflagenminderung errechnet sich als Saldo der Auflagenminder- und Auflagenüberschreitungen oder belegten Ausgaben innerhalb des Insertionsjahres. Ein Anspruch auf Rückvergütung ist innerhalb eines halben Jahres nach Ablauf des Insertionsjahres geltend zu machen. Die Rückvergütung erfolgt auf Basis des Kundennetzes unter Berücksichtigung der bereits gewährten Agentenvergütung als Naturalschuld und wenn dies nicht möglich ist als Entgelt. Ein Anspruch auf Rückvergütung besteht nur, wenn die Rückvergütungssumme mindestens 2 500 Euro beträgt.

17. Betr. Zifferanzahl, Unzutreffend.

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

19. Die Werbungsmittele und Werbegagengeneratoren sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preistelle des Verlages zu halten.

20. Preis-/Rabattänderungen für erteilte Anzeigenaufträge sind gegen über Unternehmen wirksam, wenn sie vom Verlag mindestens einen Monat vor Veröffentlichung der Anzeige oder des anderen Werbemittels angekündigt werden. In diesem Falle steht dem Auftraggeber ein Rücktrittsrecht zu. Das Rücktrittsrecht muss innerhalb von 14 Tagen in Textform unter Erhalt der Mitteilung über die Preisänderung ausgeübt werden.

21. Wird für Konzernverbundene Unternehmen eine gemeinsame Rabattierung beantragt, ist der schriftliche Nachweis des Konzernstatus des Werbung treibenden erforderlich. Konzernverbundene Unter nehmen im Sinne dieser Bestimmung sind Unternehmen, zwischen denen eine kapitalmäßige Beteiligung von mindestens 50 Prozent besteht. Der Konzernstatus ist bei Kapitalgesellschaften durch Bestätigung eines Wirtschaftsprüfers oder durch Vorlage des letzten Geschäftsberichts, bei Personengesellschaften durch Vorlage eines Handelsregistersauszuges nachzuweisen. Der Nachweis muss innerhalb der ersten Hälfte des Abschlusszeitraumes erbracht werden. Ein späterer Nachweis kann nicht rückwirkend anerkannt werden. Konzernabatte bedingen in jedem Fall der ausdrücklichen, schriftlichen Bestätigung durch den Verlag. Konzernabatte werden nur für die Dauer der Konzernzugehörigkeit gewährt. Die Beendigung der Konzernzugehörigkeit ist unverzüglich anzuzeigen; mit der Beendigung der Konzernzugehörigkeit endet auch die Konzernabattierung.

22. Der Auftraggeber gewährleistet, dass er alle zur Schaltung der Anzeige erforderlichen Rechte besitzt. Der Auftraggeber trägt allein die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Insertion zur Verfügung gestellten Text und Bildunterlagen sowie der zugelieferten Werbemittel. Er stellt den Verlag im Rahmen des Anzeigenauftrages von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der Verletzung gesetzlicher Bestimmungen oder aufgrund presserechtlicher Vorschriften entstehen können. Ferner wird der Verlag von den Kosten zur notwendigen Rechtsverfolgung freigestellt. Der Auftraggeber ist verpflichtet, den Verlag nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen. Der Auftraggeber überträgt dem Verlag sämtliche für die Nutzung der Werbung in Print- und Online-Medien aller Art, einschließlich Internet, erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechts, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, öffentlicher Zugänglichmachung, Entnahme aus einer Datenbank und Abruf, und zwar zeitlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrags notwendigen Umfang. Vorgenannte Rechte werden in allen Fällen örtlich unbegrenzt übertragen.

23. Bei Betriebsstörungen oder in Fällen höherer Gewalt, illegalem Arbeitskampf, rechtswidriger Beschlagnahme, Verkehrsstörungen, allgemeiner Rohstoff- oder Energieverknappung und dergleichen – sowohl im Betrieb des Verlages als auch in fremden Betrieben, deren sich der Verlag zur Erfüllung seiner Verbindlichkeiten bedient – hat der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen, wenn das Verfügungsobjekt mit 80% der im Durchschnitt der letzten vier Quartale verkauften oder auf andere Weise zugesicherten Auflage vom Verlag ausgeliefert worden ist. Bei geringeren Verlaufsauflagen wird der Rechnungsbetrag im gleichen Verhältnis gekürzt, in dem die zugesicherte Auflage zur tatsächlich ausgelieferten Auflage steht. Auflagenminderungen aus Gründen von Satz 1 bleiben im Rahmen von Ziffer 16 der Allgemeinen Geschäftsbedingungen unberücksichtigt.

Vernetztes Fachwissen für den Wachstumsmarkt Gastgewerbe

Die GW Verlag GmbH ist einer der führenden deutschen Fachverlage für das Gastgewerbe. Die Titelpalette umfasst drei Fachtitel im Bereich Gastronomie, Hotellerie sowie Technik & Planung für Großküchen- und Gastronomieausstattung.



Erscheint: 6 x pro Jahr
Verbr. Auflage: 100.419 Expl.¹⁾
Format: DIN A4
Seitenumfang: 68 - 102 Seiten
Auflagenkontrolle: IVW



Erscheint: 4 x pro Jahr
Verbr. Auflage: 20.008 Expl.¹⁾
Format: DIN A4
Seitenumfang: 56 - 68 Seiten
Auflagenkontrolle: IVW



Erscheint: 10 x pro Jahr
Verbr. Auflage: 2.712 Expl.¹⁾
Format: DIN A4
Seitenumfang: 28 - 44 Seiten
Auflagenkontrolle: IVW



Gastrotel Abstärkste IVW-geprüfte Fachpublikation in der Branche

Seit mehreren Jahrzehnten als abstärkste Fachpublikation (IVW II/16 - 34.846 Abonnenten) für die Gastronomie und Hotellerie etabliert, genießt das Fachmagazin einen ausgezeichneten Ruf und erreicht mit einer verbreiteten Auflage von 100.419 Exemplaren pro Ausgabe (IVW II/2016) jeden zweiten gastronomischen Betrieb in Deutschland. Gastrotel erscheint sechsmal im Jahr und wendet sich an Inhaber, Unternehmer, Direktoren, Geschäftsführer, F&B Manager und Küchenchefs. Der Titel bietet Top-Konditionen für die B2B-Kommunikation. Gastrotel wird durchschnittlich von 3,5 Personen gelesen - damit erreicht jede Ausgabe mehr als 350.000 Leser²⁾ und positioniert sich mit einem TKP (1/1 S, 4c) von 43,96 Euro als extrem wirtschaftlich für die zielgenaue Ansprache der Entscheider.

Zielgruppe:

Entscheider in der Gastronomie und Hotellerie

Superior Hotel Exklusiv für individuell geführte Hotels

Superior Hotel hat sich als eines der führenden Hotel-Fachmagazine in Deutschland etabliert. Mit einer verbreiteten Auflage von 20.008 Exemplaren pro Ausgabe (IVW II/2016) erreicht Superior Hotel viermal im Jahr Unternehmer, Direktoren, Geschäftsführer und Küchenchefs in anspruchsvollen, mittelständischen Individual-Hotels. Darüber hinaus hat sich Superior Hotel neu erfunden und präsentiert sich seit Ausgabe 3/14 im neuen Layout. Das Magazin hat mehr Lifestyle-Anmutung, ohne dabei seine klare Ausrichtung auf sein Fachpublikum zu verlieren. Das Erscheinungsbild von Superior Hotel wurde grundlegend modernisiert und optisch ansprechend, lesefreundlich und übersichtlich gestaltet.

Zielgruppe:

Unternehmer, Direktoren, Geschäftsführer und Küchenchefs

Trendkompass Technik und Planung für Großküche und Gastgewerbe

Trendkompass präsentiert sich seit mehr als 24 Jahren als wegweisendes Magazin für die Zielgruppe Fachhändler und -planer aus dem Bereich Großküchen- und Gastgewerbe. Charakteristisch für den Trendkompass ist seine Präsenz als Spezial-Informationdienst mit einem schnell erfassbaren redaktionellen Stil, optisch umgesetzt in einem zeitgemäßen, übersichtlichen Layout. Trendkompass besitzt eine verbreitete Auflage von 2.712 Exemplaren (IVW II/2016) und garantiert mit seiner zehnmaligen Erscheinungsweise im Jahr eine kontinuierliche Präsenz.

Zielgruppe:

Fachhändler (Inhaber, Vertriebsmitarbeiter, Techniker, Servicemitarbeiter), Einkaufsgruppen, Fachplaner, Berater sowie Lieferanten (Hersteller/Großhändler) und Service-Unternehmen