



| | | |
|---|--|---------------------------|
| 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.gvmanager.de 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: | Claudia Kirchner | -155 |
| 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 |

Kurzcharakteristik:

... bietet als eine der führenden Branchenfachzeitschriften Führungskräften in Großgastronomie und Gemeinschaftsverpflegung berufsbegleitende Informationen.

... vermittelt präzise, leicht fassbar und anwenderbezogen Brancheninformationen an umsatzintensive Zielgruppen, recherchiert von erfahrenen Fachautoren.

... bietet einen Überblick über Trends im Außer-Haus-Konsum, fokussiert auf den Manager im Verpflegungsbereich. Der exklusive Expertenbeitrag steht im Mittelpunkt des redaktionellen Konzepts, z. B. in Form von Fallstudien.

... fokussiert Highlights der Branche, gibt praxisbezogene Marketingempfehlungen und vermittelt Warenkunde mit Produktübersichten.

... bewirkt einen schnellen Zugriff zur Information sowie leichte Lesbarkeit aufgrund konsequenter, übersichtlicher Inhaltsstruktur und der prägnanten Aufbereitung von Nachrichten und Fachartikeln.

... stellt als Mittler zwischen der Industrie und dem Leser durch eine vielfältige Berichterstattung über Unternehmen und deren Produkte sowie anhand der engen Leser-Blatt-Bindung die mediale Transformation her.

... gibt einen einzigartigen Überblick über das Programm von Seminaranbietern und Management-Instituten in Form des Seminarkalenders.

... unterhält mit den Fachzeitschriften **FIRST CLASS** und **24 Stunden Gastlichkeit** ein regelmäßiges Panel im Außer-Haus-Markt (GV, Hotellerie, Gastronomie) für die Erhebung

einzigartiger Marktforschungsdaten der Branche.

Jahrgang/ Jahr:

... im 63. Jahrgang/ 2012

Erscheinungsweise:

... monatl. (2 Doppelausgaben)

Zielgruppen:

... Führungskräfte in Großgastronomie und Gemeinschaftsverpflegung, ausschließlich Entscheidungsträger z. B. von großgastronomischen Einrichtungen, Betriebsrestaurants, Krankenhäusern, Seniorenheimen, Mensen, Groß- und Fernküchen.

Bezugspreis:

... Jahres-Abonnementpreis: Inland 81 € inkl. Mwst. und Versandkosten/ Ausland 95 € inkl. Versandkosten



Auszeichnungen:



GVmanager, FIRST CLASS und **24 Stunden Gastlichkeit**

verleihen basierend auf der großen Marktforschung zur Leistungsbandbreite der Industriepartner im Außer-Haus-Markt regelmäßig den Preis **„Best of Market“**, der sich auf Beurteilungen des Praktikers, also des Lesers, stützt.



GVmanager zeichnet seit 2009 jährlich besondere Führungspersonlichkeiten der GV-Branche mit dem **„GV-Manager des Jahres“** in drei Kategorien aus.

Redaktioneller Partner von



2012

FOOD
für den Profi

BEVERAGE
Supplement



TECHNIK
EINRICHTUNG

MANAGEMENT

MESSE-
KALENDER

Ausgabe 1/2

AS: 17.01.2012
DU: 19.01.2012
ET: 06.02.2012

- Vitale Küche: Zutaten und Konzepte für nachhaltige und kalorienbewusste Speisen
- Food und Promotionmaterial für Aktionen

- Mineralwasser und Near-Water
- Bioweine
- Gläser für Wein & Co.

- Bestell- und Zahlungssysteme, Displays
- Free Flow & Frontcooking: Gartetechnik, Lüftung, Ausgabe
- Outdoor-Trends 2012

- Aus- und Weiterbildung in der GV
- Mitarbeiterführung und -motivation



MESSE-SPEZIAL: Intergastra, Stuttgart/ BioFach, Nürnberg/ Fish International, Bremen

Auszeichnung der

Ausgabe 3

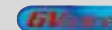
AS: 16.02.2012
DU: 17.02.2012
ET: 05.03.2012

- Süße Versuchung: Desserts & Eis
- Gerüstet für Sonderwünsche: Produkte für Allergiker, Diäten & Co.
- Brot & Backwaren

- Fruchtsäfte
- Alkoholfreie Biere
- Ready-to-drink Cocktails

- Umbau & Sanierung: Planung, flexible Großküchentechnik, Leasing, Container
- Kühltechnik und -fahrzeuge

- Zeitmanagement
- Marketing: Neue Medien und soziale Netzwerke besser nutzen



MESSE-SPEZIAL: Internorga, Hamburg/ Cebit, Hannover/ Hotel & Gast, Salzburg/A

SPEZIAL: Ranking der „Best of Market“

Ausgabe 4

AS: 23.03.2012
DU: 27.03.2012
ET: 13.04.2012

- Saucen und Beilagen für die Spargelsaison
- Sommeraktion Grillbuffet: Würstchen, Fleisch, Salate, Dips und Saucen
- Blechkuchen & Torten

- „Grüne“ Lösungen für Reinigung, Spülen, Wasser-aufbereitung und Entsorgung
- Technik und Logistik für Klinik & Heim

- Personalleasing und Zeitarbeit
- Arbeitssicherheit und Brandschutz
- Schädlingsbekämpfung

MESSE-SPEZIAL: Altenpflege + ProPflege, Hannover

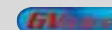
Ausgabe 5

AS: 16.04.2012
DU: 19.04.2012
ET: 07.05.2012

- Kartoffelprodukte
- Internationale Spezialitäten zu Olympiade-Aktionen
- Das gewisse Etwas: Gewürze, Kräuter, Öle

- Umweltbewusste Verpackungslösungen für das Take away-Geschäft
- Heißes Zusatzgeschäft: Kaffeemaschinen, Kaffee-, Tee-, Schokoladenprodukte

- Einkaufskooperationen
- Zertifizierung als Sicherheits- und Imagefaktor
- Qualitätsmanagement



PLUS

SPEZIAL: Ranking der „Best of Market“, Preis-Leistungs-Verhältnis, Teilbereich GV

- IMA, Düsseldorf 17.01.-20.01.12
- ISM, Köln 29.01.-01.02.12
- Intergastra, Stuttgart 11.02.-15.02.12
- Fish International, Bremen 12.02.-14.02.12
- didacta, Hannover 14.02.-18.02.12
- BioFach, Nürnberg 15.02.-18.02.12
- MIA, Rimini/I 25.02.-28.02.12
- ProWein, Düsseldorf 04.03.-06.03.12
- Cebit, Hannover 06.03.-10.03.12
- Internorga, Hamburg 09.03.-14.03.12
- Hotel&Gast (Alles für den Gast), Salzburg/A 18.03.-20.03.12
- Altenpflege + ProPflege, Hannover 27.03.-29.03.12
- Anuga FoodTec, Köln 27.03.-30.03.12
- Slow Food, Stuttgart 12.04.-15.04.12

Ausgabe 6/7

AS: 04.06.2012
DU: 06.06.2012
ET: 20.06.2012

- Moderne Klassiker der deutschen Küche
- Rund ums Salatbuffet
- Leicht im Angebot: Fisch, Geflügel, Wurst- und Feinkostsalate

- Cola, Bitter- und Fruchtlimonaden
- Eistee
- Zapfanlagen und Dosiertechnik

- Tischkultur: Porzellan, Glas, Besteck, Deko
- Kleine Platzwunder: Kombidämpfer und multifunktionale Gargeräte

- Gebäude- und Energiemanagement
- Schulen und Seminaranbieter

Informieren Sie Ihre Kunden rechtzeitig über Ihren Messe-Auftritt!

SPEZIAL: Ranking der „Best of Market“, Service, Teilbereich GV

Ausgabe 8

AS: 31.07.2012
DU: 08.08.2012
ET: 23.08.2012

- Suppen und Saucen
- Fingerfood und Snacks
- Nachhaltige Foodkonzepte

- Mineralwasser
- Sirups
- Perl- und Schaumweine

- Von Cook & Chill bis Sous Vide: Entkoppelte Systeme
- Energiesparende Großküchen- und Spültechnik



- GV-Großhandel, Fachhandel und Frischdienste, Einkaufssoftware
- Besonderer Service als Wettbewerbsvorteil

- Badische Weinmesse, Offenburg 05.05.-06.05.12
- Hogatec, Essen 02.09.-05.09.12

MESSE-SPEZIAL: Hogatec, Essen

SPEZIAL: Ranking der „Best of Market“, Qualität, Teilbereich GV

Ausgabe 9

AS: 27.08.2012
DU: 28.08.2012
ET: 12.09.2012

- TK-Kost und Convenience ohne Zusatzstoffe & Co.
- Beilagen: Kartoffeln, Reis, Pasta
- Milch- und Käseprodukte

- Technik und Systeme für das Außer-Haus-Geschäft, Events & Caterings
- Automaten als Zusatzgeschäft: Vending und Table Top-Geräte

- Hygiene am Arbeitsplatz: HACCP, Reinigungskonzepte
- Berufsmode
- Hat's geschmeckt? Mit Beschwerden richtig umgehen



- Iba, München 16.09.-21.09.12
- Coteca, Hamburg 20.09.-22.09.12
- IAA, Frankfurt 20.09.-27.09.12

MESSE-SPEZIAL: InterCool/InterMeat/InterMopro, Düsseldorf

Ausgabe 10

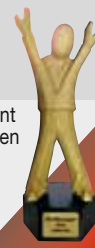
AS: 24.09.2012
DU: 26.09.2012
ET: 11.10.2012

- Edle Tellermitte: Fleisch, Wild, Geflügel
- Feines für die Festtage: Vom Amuse Bouche bis zum Eis
- Food- und Getränkekonzepte für Senioren und Patienten



- Einrichtung und Ausstattung
- Speisenpräsentation, -ausgabe
- Klar durchdacht: Effiziente Prozesse dank intelligenter Großküchentechnik

- Betriebsorganisation und Consulting
- Erfolgreiche Kommunikation



- InterCool/ InterMeat/ InterMopro, Düsseldorf 23.09.-25.09.12
- Sial, Paris/F 21.10.-25.10.12
- GastRo, Rostock 04.11.-07.11.12

Ausgabe 11

AS: 30.10.2012
DU: 02.11.2012
ET: 16.11.2012

- Frühstück wie ein Kaiser: Backwaren, Müsli, Eier, Käse, Wurst, Süßes
- Süße und pikante Ideen für die vegetarische Küche

- Frucht- und Gemüsesäfte
- Energy Drinks
- Internationale Biere

- Professionelle Technik für Klinik und Heim: Bestellung, Produktion, Verteilung
- Kleine Küchenhilfen: Messer, Schneide- und Verarbeitungstechnik

- Krisenmanagement und Versicherungen
- Wer ist GV-MANAGER des Jahres 2012?

- Alles für den Gast, Salzburg/ A 10.11.-14.11.12
- Medica, Düsseldorf 14.11.-17.11.12

Ausgabe 12

AS: 27.11.2012
DU: 29.11.2012
ET: 13.12.2012

- Moderne Zwischenverpflegungskonzepte contra Hauptmahlzeiten
- Fisch und Seafood

- Spülen & Entsorgen: Spül- und Poliertechnik, Abfallbeseitigung, Wasseraufbereitung, Fettabscheider
- Perfekter Workflow: Von der Warenwirtschaft zum Essprotokoll

- Controlling und Benchmarking
- Kalkulation und Finanzierungslösungen



PLUS **Marken**

Reportagen ■ GV-Manager-Interview ■ Marktforschung ■ Leserumfragen ■ Produktinformationen ■ Food ■ Technik ■ Ernährungswissenschaft ■ Betriebswirtschaft ■ Hygiene ■ Management ■ Veranstaltungen ■ Stellenangebote ■ Seminar-/ Terminkalender ■ Gesucht & Gefunden

Ständige Rubriken

3. Quartal 2011 (ivw) im Durchschnitt:



Druckauflage 15.000 Expl.
Verbreitete Auflage 14.758 Expl.
Verkaufte Auflage 5.448 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 | 5.175,- | 6.920,- |
| 3/4 Seite | 138 x 254 185 x 180 | 3.980,- | 6.160,- |
| Juniorpage | 138 x 180 | 3.700,- | 5.600,- |
| 1/2 Seite | 90 x 254 185 x 120 | 2.760,- | 4.520,- |
| 1/3 Seite | 59 x 254 185 x 80 | 2.050,- | 3.860,- |
| 1/4 Seite | 43 x 254 90 x 120 185 x 60 | 1.450,- | 3.250,- |
| 1/6 Seite | 90 x 80 | 1.100,- | 2.700,- |
| 1/8 Seite | 43 x 120 90 x 60 185 x 30 | 825,- | 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)

Titelumschlag: 1/2 Seite Außen- und Innenseite der Titelschürze 9.720,-

Umschlagseite II und III: 212 x 280 mm angeschnitten, nur 4-farbig 7.500,-

Umschlagseite IV: 212 x 280 mm angeschnitten, nur 4-farbig 7.900,-

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

GVmanager
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 Bунddurchdruck im Bund je
Seite 3 mm Beschnitt zugeben

Satzspiegel

185 mm breit x 240 mm hoch,
4-spaltig 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 digitalisierte
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 Bild-
auflösung 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: 15.500 Exemplare

2-seitig, Anlieferung unbeschnitten 5.490,-

4-seitig, Anlieferung unbeschnitten 8.950,-

6-seitig, Anlieferung unbeschnitten 11.800,-

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 Mengestaffel unter Berücksichtigung des halben Umfangs.

Beilagen: Benötigte Liefermenge: 15.500 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 | | Mengestaffel | |
|----------------|------|--------------|------|
| ab 3 Anzeigen | 3 % | ab 1 Seite | 3 % |
| ab 6 Anzeigen | 5 % | ab 3 Seiten | 5 % |
| ab 9 Anzeigen | 10 % | ab 6 Seiten | 10 % |
| ab 12 Anzeigen | 15 % | ab 8 Seiten | 15 % |
| ab 18 Anzeigen | 17 % | ab 10 Seiten | 20 % |
| ab 24 Anzeigen | 20 % | ab 12 Seiten | 22 % |

Technische Zusatzkosten sowie Platz- und Ansnittzuschläge sind nicht rabattierfähig.

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

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

| Auflagen | 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

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 zuzuliefernde Unternehmen von ihren Kunden bewertet?

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

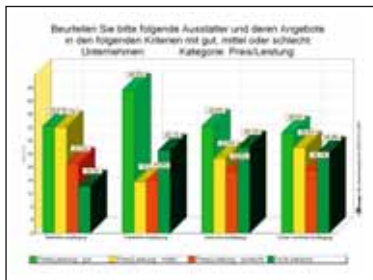
- das Einkaufsverhalten
- die Investitionsplanung
- die Qualität, der Service und das Preis-Leistungs-Verhältnis ausgewählter Unternehmen aus den Marktsegmenten Ausstattung, Food und Technik.

Aus den repräsentativen Ergebnissen entstanden Rankings, 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. |
| | | |



Empfängergruppen

Stand September 2011 (Erhebungsmethode nach Empfängerdatei auf EDV)

| Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage Inland | in Prozent | Exemplare |
|--|------------|-----------|
| 1. Anstaltsbetriebe | | |
| Krankenhäuser, Kliniken, Sanatorien | 23,45 | 3.952 |
| Altenwohnheime, Wohn- und Tagesheime | 24,27 | 4.091 |
| 2. Betriebsrestaurants | | |
| Betriebsrestaurants/ Behördenkantinen | 24,81 | 4.181 |
| Bundeswehr- und Bundesgrenzschutz/ Polizei-Verpflegungseinrichtungen | 0,55 | 92 |
| 3. Kantinenähnliche Verpflegungseinrichtungen | | |
| Groß- und Fernküchen, Partyservice-Unternehmen | 6,43 | 1.083 |
| Mensen, Ganztagschulen, Internate | 6,83 | 1.151 |
| Großgastronomie und Großhotellerie | 4,05 | 682 |
| Autobahnraststätten, Flughafen-Raststätten | 1,50 | 253 |
| Strafanstalten/ Sozialküchen | 0,90 | 152 |
| Fach-/ Hochschulen für Hotel, Gastronomie, Catering | 2,42 | 407 |
| 4. Handel und Industrie | | |
| Großhandel mit Nahrungs- und Genussmitteln, Liefergroßhandel mit Cash & Carry-Betrieben | 2,39 | 402 |
| Operator | 0,50 | 84 |
| Großküchenplaner | 1,01 | 171 |
| Hersteller/ Verbände | 0,46 | 77 |
| <hr/> | | |
| Tatsächlich verbreitete Auflage Inland | 99,57 | 16.778 |
| Tatsächlich verbreitete Auflage Ausland | 0,43 | 71 |
| Tatsächlich verbreitete Gesamtauflage | 100,00 | 16.849 |
| Rest-, Archiv- und Belegexemplare | | 409 |
| Druckauflage | | 17.258 |

Empfängergruppen

Gliederung nach der Funktion Berufsbezeichnung

innerhalb unserer Hauptgruppen* (Angaben in Prozent):

| Bereich Krankenhaus, Kliniken, Sanatorien: | Bereich Altenwohn-, Wohn- und Tagesheime: |
|--|---|
| Küchenleiter | Koch/ Küchenchef |
| Verwaltungsleiter | Verwaltungsleiter |
| Einkaufsleiter | Küchenleiter |
| Anstaltsleiter | Anstaltsleiter |
| Wirtschaftsleiter | Zentrale Küchenleitung |
| Zentrale Küchenleitung | |

Bereich Betriebsrestaurants, Behördenkantinen:

| | |
|--------------------------------|-------|
| Küchenleiter/ Kantinenleiter | 42,61 |
| Einkäufer/ Einkaufsleiter | 19,18 |
| Leiter der Wirtschaftsbetriebe | 24,92 |
| Inhaber/ Pächter der Kantine | 6,26 |
| Geschäftsführer | 4,22 |
| Zentrale Küchenleitung | 2,81 |

*Quelle: Empfängerdatei B&L MedienGesellschaft, Stand 09/11

Der **GVmanager** ist Ihre Zeitschrift für die Entscheider auf höchster Ebene.

Gliederung der tatsächlich verbreiteten Inlandsauflage nach Nielsen-Gebieten:

| | in Prozent | Exemplare |
|--------------------|---------------|---------------|
| Nielsen Gebiet 1 | 21,5 | 3.626 |
| Nielsen Gebiet 2 | 21,7 | 3.653 |
| Nielsen Gebiet 3 a | 13,1 | 2.205 |
| Nielsen Gebiet 3 b | 10,8 | 1.826 |
| Nielsen Gebiet 4 | 10,8 | 1.821 |
| Nielsen Gebiet 5 | 3,4 | 577 |
| Nielsen Gebiet 6 | 9,9 | 1.668 |
| Nielsen Gebiet 7 | 8,3 | 1.402 |
| Ausland | 0,5 | 71 |
| Gesamt | 100,00 | 16.849 |

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 Unternehmensnachrichten 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 · Service
- Wöchentlicher Newsletter, damit unsere User stets umfassend über Neuigkeiten im Markt informiert sind
- Praktische Suchmaschinen-Funktion
- Attraktive Services:
 - Archiv
 - Firmenlinks
 - Seminar- und Messekalender
 - 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!

Eine Auswahl attraktiver Werbemöglichkeiten:

Wallpaper

728 x 90 + 120 x 600 Pixel
 Laufzeit: 2 Wochen
 Platzierung: alle Seiten
 € 1.390,00



Fullsize Kopfbanner

468 x 60 Pixel
 Laufzeit: 2 Wochen
 Platzierung: alle Seiten
 € 1.075,00



Fullsize Banner

468 x 60 Pixel
 Laufzeit: 2 Wochen
 Platzierung:
 Startseite € 950,00
 Rubrik € 550,00



Werbeformen auf mobiler Version

Kopf-Banner

234 x 60 Pixel
 Laufzeit: 2 Wochen
 Startseite € 980,00



Banner in den News

234 x 60 Pixel
 Laufzeit: 2 Wochen
 Startseite € 660,00

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

Dateiformate: Wir akzeptieren die Dateiformate GIF, JPEG, Flash und HTML.

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 Erscheinungsmonat 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 fernmündlich aufgegebenen Anzeigen bzw. fernmündlich 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 Adressenausdrücke, 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.

Etwas 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 Auflagenrückgang 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 allein 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.