

2012

# COST & LOGIS

---

*Hotellerie für Profis*

MEDIADATEN  
2012

**MEDIADATEN 2012**

# KONZEPT

---

**COST & LOGIS** wendet sich an die Entscheidungsträger der deutschsprachigen Hotellerie. Zu unseren Lesern gehören Manager und Eigentümer von Hotels sowie von Hotelgesellschaften. Dazu kommen Projektentwickler, Investoren, Finanzierer, Unternehmensberater und Architekten.

Wir berichten über Märkte und Unternehmen, Karrieren, technologische Entwicklungen, Food & Beverage, Hotel-Investment, touristische Trends sowie über Neues von den Zulieferern und filtern für unsere Leser Handelsregister-Eintragungen aus der Hotellerie.

Hintergründige Stories und hochkarätige Interview-Partner zeichnen Cost & Logis ebenso aus wie innovative Formate, kritische Kommentare und exklusive Zahlen. Wir ordnen ein, bilden Meinung und zeigen Trends auf.

**INVESTIGATIV, AKTUELL, KOMPAKT –**

**WER WISSEN WILL, WAS IN DER HOTELLERIE WIRKLICH  
VOR SICH GEHT, LIEST COST & LOGIS.**

MEDIADATEN 2012

# PREMIUMAUSGABEN

---

## CHECK UP

Zahlen, Tabellen, Rankings, Übersichten – Check up ist ein ebenso faktenreiches wie fundiertes Nachschlagewerk über die Entwicklung von Hotellerie, Tourismus und Hotel-Investment.

Ob Umsatz, Belegung, Rate, neue Projekte oder Reiseströme – Check up verleiht Märkten Struktur und Orientierung.

**CHECK UP – WENN SIE WISSEN WOLLEN,  
WIE SICH DAS HOTEL-BUSINESS IN ZAHLEN NIEDERSCHLÄGT.**

## GLOBAL

Top-Manager berichten für Cost & Logis über die Entwicklung auf den wichtigsten Hotelmärkten rund um den Globus.

Dazu kommen internationale Trendanalysen, unter anderem über Themen wie Technologie und Hotel-Design.

**GLOBAL IST EIN KOMPENDIUM EXKLUSIVER BEITRÄGE –  
VON PROFIS FÜR PROFIS.**

## MEDIADATEN 2012

# TERMINE

Ausgabe	Anzeigenschluss	Erscheinung	Messen
1	12.01.12	20.01.12	
2	02.02.12	10.02.12	Intergastra, Stuttgart 11.02.-15.02.12
3	23.02.12	02.03.12	ITB, Berlin 07.03.-11.03.12 Internorga, Hamburg 09.03.-14.03.12
4	22.03.12	30.03.12	
5	12.04.12	20.04.12	
6	03.05.12	11.05.12	
7	24.05.12	01.06.12	
8 CHECK UP	21.06.12	29.06.12	Die Hotellerie in Zahlen
9	19.07.12	27.07.12	
10	16.08.12	24.08.12	Hogatec, Essen 02.09.-05.09.12
11	06.09.12	14.09.12	
12	27.09.12	05.10.12	Expo Real, München 08.10.-10.10.12
13 GLOBAL	18.10.12	26.10.12	Experten-Berichte aus aller Welt
14	08.11.12	16.11.12	
15	06.12.12	14.12.12	

## MEDIADATEN 2012

# ANZEIGENPREISE

(IN EURO)

Formate	s/w	2C	3C	4C
1/1 Seite	908,-	1.158,-	1.408,-	1.658,-
1/2 Seite	605,-	846,-	1.105,-	1.355,-
1/3 Seite	499,-	749,-	999,-	1.249,-
1/4 Seite	409,-	659,-	909,-	1.159,-
1/8 Seite	303,-	553,-	803,-	1.052,-

Millimeterpreis 2,50 Euro  
Sonderformate auf Anfrage

Preisaufläge für Anzeigen in den Premium-Ausgaben Check up und Global sowie für Anzeigen in Ausgabe 3 zur ITB und Internorga.

## RABATTE

Bei Abnahme innerhalb eines Jahres

Malstaffel	Mengenstaffel
ab 3 Anzeigen 3%	ab 3 Seiten 3%
ab 5 Anzeigen 5%	ab 5 Seiten 5%
ab 8 Anzeigen 10%	ab 8 Seiten 10%
Jede Ausgabe 20%	

Alle Preise zuzüglich Mehrwertsteuer

## MEDIADATEN 2012

# ANZEIGENFORMATE

### UND DRUCKVORGABEN

#### Anzeigenformate:

1/1 Seite	210 x 297 mm	184,6 x 271,6 mm
1/2 Seite	210 x 148,5 mm oder 105 x 297 mm	184,6 x 135,8 mm oder 92,3 x 271,6 mm
1/3 Seite	210 x 99 mm oder 70 x 297 mm	184,6 x 90,533 mm oder 61,533 x 271,6 mm
1/4 Seite	210 x 74,25 mm oder 52,5 x 297 mm oder 105 x 148,5	210 x 67,9 mm oder 46,15 x 271,6 mm oder 92,3 x 135,8 mm

#### DATEIFORMATE:

Bitte senden Sie uns Ihre Druckdaten im PDF-, TIF- oder JPG-Format.

- TIF - Auf Hintergrundebene reduzieren; - Alpha-Kanäle sind nicht erlaubt;  
- Freistellungspfade sind nicht erlaubt; - Ohne Komprimierung speichern, Pixelanordnung Interleaved
- JPG: - Nur Standard JPG-Format verwenden (z. B. kein JPG 2000);  
- Mit maximaler Qualität und Baseline (Standard) speichern
- PDF: PDF-Daten müssen dem PDF/X-3:2002 Standard entsprechen.  
Zusätzlich zu den Bedingungen des PDF/X-3:2002 Standards gilt:  
- Alle Schriften müssen in Pfade konvertiert werden; - Ebenen sind nicht erlaubt;  
- Keine Drehungen in den PDF-Seiten anlegen; - gefärbte Musterzellen/Kachelmuster sind nicht erlaubt
- Weitere Informationen zum Thema PDF/X-3:2002 finden Sie unter [www.pdf3.org](http://www.pdf3.org).

#### DATENFORMAT/BESCHNITT:

Bitte legen Sie Ihre Druckdaten mit jeweils 3 mm Beschnitt auf allen Seiten (auch nach innen, zum Bund) an.

- Die Papierverdrängung kann bei Magazinen aus produktionstechnischen Gründen nicht berücksichtigt werden.

#### AUFLÖSUNG:

- 300 dpi

#### FARBE

- Farbmodus: CMYK oder Graustufen, 8 Bit/Kanal.
- Maximaler Farbauftrag: 300 % im Standard,  
- Minimaler Farbauftrag: Bei einer Farbdeckung unter 10 % kann die Farbe des Druckergebnisses sehr schwach erscheinen.  
Beachten Sie: 10 % Gelb wirken beispielsweise schwächer als 10 % Cyan.
- Farbprofil: ISO Coated v2 300% (ECI) (erhältlich unter [www.eci.org](http://www.eci.org))  
- In PDF-Daten darf das Farbprofil nur als Output-Intent angelegt werden.

#### SCHRIFTGRÖSSEN

Schriftgrößen unter 6 Punkt sollten in jedem Fall vermieden werden.

Bei Nichtbeachtung dieser Vorgaben übernehmen wir keine Haftung für das Druckergebnis.

## MEDIADATEN 2012

# AUFLAGE

---

**DRUCKAUFLAGE:** 3.000 Exemplare  
**VERBREITETE AUFLAGE:** 2.852 Exemplare

Voraussichtliche Auflagen ab Januar 2012

(durchschnittlicher Wert je Ausgabe)

Änderungen vorbehalten

### ERSCHEINUNGSWEISE

15 Ausgaben im Jahr,  
darunter die beiden Premium-Ausgaben Check up und Global

**BEZUGSPREISE** (zuzüglich Versandkosten und MwSt.) in Euro

Jahresabonnement	135,-
Halbjahresabonnement	75,-

**MEDIADATEN 2012**

# KONTAKT

---



LL&J Verlag GmbH  
Waldweg 40  
22393 Hamburg

**GESCHÄFTSFÜHRER:**

Jens Riemann  
E-Mail: [j.riemann@llj-verlag.de](mailto:j.riemann@llj-verlag.de)  
Telefon: +49 (0) 40-67 04 79 33

**LEITUNG ANZEIGENVERKAUF:**

Katja Brunotte  
E-Mail: [k.brunotte@llj-verlag.de](mailto:k.brunotte@llj-verlag.de)  
Telefon: +49 (0) 40-64 22 38 40  
Fax : +49 (0) 40-63 97 76 67

**BANKVERBINDUNG:**

Commerzbank Hamburg  
Kontonummer: 0 334 365 000  
Bankleitzahl: 200 800 00

## MEDIADATEN 2012

# AGB

## ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN FÜR ANZEIGEN UND FREMDBEILAGEN IN ZEITUNGEN UND ZEITSCHRIFTEN 2012

Ziffer 1: „Anzeigenauftrag“ im Sinn 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 der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Verlag zu erstatten. Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht.

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 aufgrund 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 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; Schadensersatzansprüche aus Unmöglichkeit der Leistung und Verzug sind 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 Verlages, 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 vorhersehbaren Schaden bis zur Höhe des betreffenden Anzeigenentgelts beschränkt. Reklamationen müssen - außer bei nicht offensichtlichen 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 offestehender 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 Druckstöcke, Matern und Zeichnungen 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 genannt ist - die durchschnittlich verkaufte (bei Fachzeitschriften gegebenenfalls die durchschnittlich tatsächlich verbreitete) 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 v. H., bei einer Auflage bis zu 100 000 Exemplaren 15 v. H., bei einer Auflage bis zu 500 000 Exemplaren 10 v. H., bei einer Auflage über 500 000 Exemplaren 5 v. H. 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.

Ziffer 18: Bei Ziffernanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Eilbriefe auf Ziffernanzeigen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet. Die Eingänge auf Ziffernanzeigen 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 ... g) überschreiten, sowie Waren, Bücher-, Katalogsendungen und Päckchen sind von der Weiterleitung ausgeschlossen und werden nicht entgegengenommen. Eine Entgegennahme und Weiterleitung kann jedoch ausnahmsweise für den Fall vereinbart werden, dass der Auftraggeber die dabei entstehenden Gebühren/Kosten übernimmt.“

Ziffer 19: Matern werden nur auf besonderer Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages.

Ziffer 20: 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 Gerichtsstand 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 Vertragsschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart.

Ziffer 21: (Sondervorschrift bei Auflagenminderungen von Titeln mit weniger als zweimal wöchentlichem Erscheinen, die heftbezogene Auflagedaten veröffentlichen) Abweichend von Nummer 17 berechtigt eine Auflagenminderung bei Titeln, die heftbezogene Auflagedaten veröffentlichen, nur dann zu einer Preisminderung, wenn und soweit sie bei einer Auflage („Garantieauflage“) von bis zu 500 000 Exemplaren 10 v.H. und bei einer Auflage (Garantieauflage“) von über 500 000 Exemplaren 5 v.H. überschreitet. Die der Garantie zugrundeliegende Auflage ist die gesamte verkaufte Auflage im Sinne der Definition der IVW. Sie errechnet sich für das Insertionsjahr aus dem Auflagedurchschnitt der vier Quartale vor dem Insertionsjahr, soweit nicht vom Verlag eine absolute Auflagenzahl als Garantie in der jeweiligen Preisliste angegeben wurde. Voraussetzung für einen Anspruch auf Preisminderung ist ein rabattfähiger Abschluss auf Basis der Mengentabelle und für mindestens drei Ausgaben. Grundlage für die Berechnung der Preisminderung 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 Auflagenüber- und Auflagenunterschreitungen der belegten Ausgaben innerhalb des Insertionsjahres. Die Rückvergütung erfolgt am Kampagnenende auf Basis des Kundennettos unter Berücksichtigung der bereits gewährten Agenturvergütung als Naturalgutschrift oder wenn dies nicht mehr möglich ist als Entgelt. Ein Anspruch auf Rückvergütung besteht nur, wenn die Rückvergütungssumme mindestens 5000,00 DM beträgt. Diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen werden zur Anwendung im Anzeigen- und Fremdbeilagengeschäft unverbindlich empfohlen. Es bleibt den Vertragsparteien unbenommen, abweichende Vereinbarungen zu treffen.