



GUIDES & MORE

JETZT  
DIE 3. AUSGABE  
BUCHEN!



NEU!  
DIE  
RUSSISCHE  
EDITION!

MEDIADATEN  
2007/2008

## DAS KONZEPT. MEHR WERT STATT MITTELMASS.

2007 wird HUBERTUS von HOHENLOHEs 500 VERY SPECIAL HOTELS bereits zum dritten Mal erscheinen: eine Erfolgsbilanz der Top-Hotellerie im deutschen Sprachraum. Mit seinem einzigartigen Konzept hat der zweisprachige, international vertriebene Guide im Magalog-Format schon jetzt eine exponierte Stellung im Medienmarkt. Leser finden hier die besten Häuser mit innovativen Service- und Verwöhnideen, bewertet nach den Kategorien Future, Wellness, Ambiente, Friendship und Gourmet. 500 Hotels mit Mehrwert in Deutschland, Österreich, Südtirol und der Schweiz sind auserwählt im Service-Ranking ganz vorne zu sein. Eine stetig gewachsene Internet-Community unter [www.verspecialhotels.com](http://www.verspecialhotels.com) informiert über Neueröffnungen und spezielle Top-Angebote. Zusätzlich wird der VERY SPECIAL Newsletter online an derzeit rund 110.000 interessierte Leser versandt: die perfekte Ergänzung zum Print-Produkt.

## DER MARKT. WIE SICH DER NEUE GUIDE POSITIONIERT.

Inmitten eines vielfältigen Angebots an Guides bietet HUBERTUS von HOHENLOHEs 500 VERY SPECIAL HOTELS 2007/08 eine äußerst erfrischende Alternative und hebt sich durch seine ganz besonderen Stärken von anderen Guides ab: Empfehlungen von Vielreisenden, eine ansprechende redaktionelle Aufmachung und ein Hotel-Listing mit Jury-Rankings aus vier Ländern („The Heart of Europe“) – in deutscher und englischer Sprache für ein internationales Publikum.

## DER VERTRIEB. 124.000 EXEMPLARE

### Kiosk

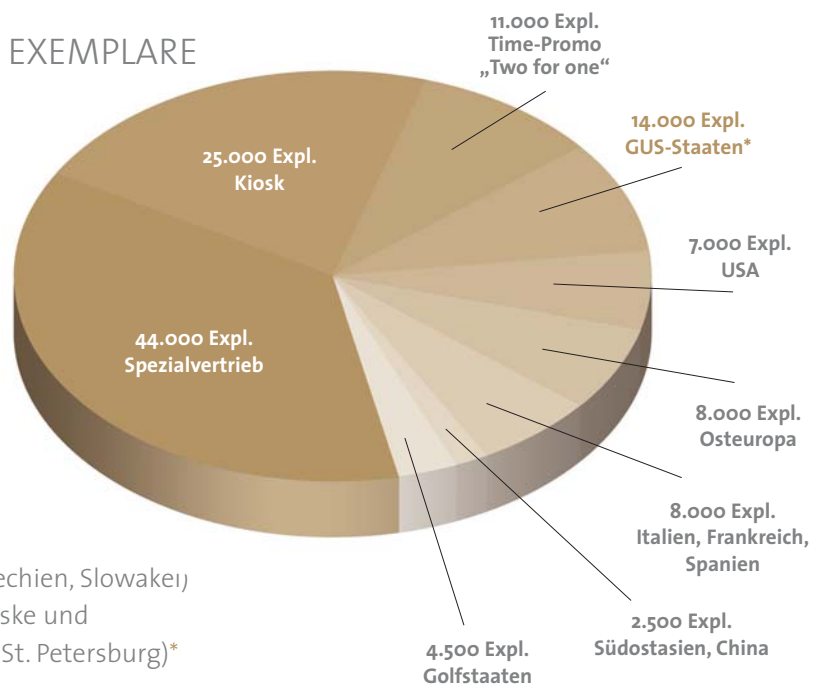
in Deutschland, Österreich, Schweiz, Südtirol  
**25.000 Exemplare**  
 im Bahnhof-, Flughafen- und ausgewählten Buchhandel

### Time-Exklusivkunden

**11.000 Exemplare**  
 im Vertrieb mit **TIME** als Promotionpaket

### Vertrieb International

**8.000 Exemplare** Italien, Frankreich, Spanien  
**4.500 Exemplare** Golfstaaten  
**8.000 Exemplare** Osteuropa (Polen, Ungarn, Tschechien, Slowakei)  
**14.000 Exemplare** GUS-Staaten (ausgewählte Kioske und Spezialvertrieb in Moskau und St. Petersburg)\*  
**2.500 Exemplare** Südostasien und China  
**7.000 Exemplare** USA



\* jetzt in russischer Sprache!

### Ausgewählte Vertriebschienen und Spezialverteiler

**44.000 Exemplare** über folgende Vertriebspartner:

- Deutschland Lounges und On-Board-Verteilung bei Airlines und Privat-Jets (Emirates, Jetalliance, etc.)
- Eurowings Vorzugskunden
- Vielflieger mit Airplus-Karte
- VIP-Kunden Holiday Autovermietung
- Direktversand via Internet in Kooperation mit Travelcity, NTV u.a.
- Travel Manager VIP-Kunden von Deutschlands Business Woman of the Year, Ilona de March
- Top-Kunden des Wertheim Village, größter Designer Outlet Store in Deutschland
- Fondsgesellschaften mit internationalem Klientel



# GUIDES & MORE

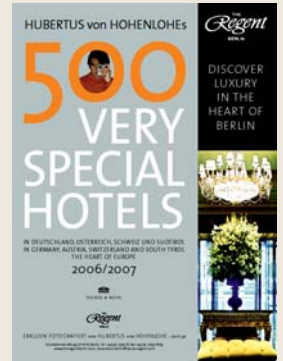
## NEU! LUXUS-EDITION FÜR RUSSLAND!

Erstmals auch in russischer Sprache: Erreichen Sie mit 500 VERY SPECIAL HOTELS die neue Reise-Elite mit Kaufkraft pur! Russische Gäste bleiben länger, kommen gerne auch in den Nebensaisonen und sind wohlhabend und spendabel. Eine kleine, aber umso feinere Gästeschicht mit enormem Zukunftspotential. Mit doppelter Auflage (14.000 Exemplare) erreichen Sie ab 2007 die Millionäre und Leistungsträger Russlands und der Ukraine mit einer eigenen Ausgabe. Im Verteiler: alle von TIME belieferten Vertriebsstellen in Moskau, St. Petersburg und anderen Großstädten. 11.000 Exemplare werden direkt über First-Class-Vertriebspartner (VISA, Aeroflot u.v.a.) mit personalisierten Direktadressen zugestellt. Plus: Messevertrieb auf allen Reise- und Lifestyle-Ausstellungen via Österreich-Werbung u.a. Partnern. Und: Für Buchungen in der russischen Ausgabe entstehen keine Mehrkosten!



## NEU! IHR HOTEL AM TITEL!

Sie können jetzt Ihr Haus ganz besonders hervorheben: Eine eigens für Sie und Ihre Gäste angefertigte Mutation des Covers ermöglicht Ihr maßgeschneidertes Exemplar – eine unvergleichliche Präsenz Ihres Betriebs oder Ihrer Marke. Legen Sie Ihre Special Edition in allen Zimmern auf oder verwenden Sie diese als Prestige-Geschenk von Hubertus von Hohenlohe für Ihre repräsentativsten Gäste und Geschäftspartner.



**IHR VORTEIL:  
UNVERÄNDERTE  
PREISE!**

## DIE PREISE & FORMATE. WAS ALLES MÖGLICH IST.



**2/1**

**ANZEIGE**

**PROMOTION**

420 x 280 mm

€ 9.000,-  
Sfr.\* 14.027,-

€ 5.400,-  
Sfr.\* 8.416,-

\* Kurs vom 9. Mai 2006



**1/1**

**ANZEIGE**

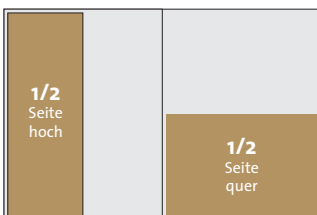
**PROMOTION**

210 x 280 mm

€ 4.800,-  
Sfr.\* 7.481,-

€ 2.900,-  
Sfr.\* 4.520,-

\* Kurs vom 9. Mai 2006



**1/2**

**ANZEIGE**

hoch 105 x 280 mm  
quer 210 x 123 mm

€ 2.750,-  
Sfr.\* 4.286,-

\* Kurs vom 9. Mai 2006



### LISTING

Beim Schalten einer Hotelpromotion erhält Ihr Listing ein Bild dazu.

Sie sagen uns, welche prominenten Gäste gerne zu Ihnen kommen.

Hier bewerten wir Ihr Haus.

Umschlagseiten, Sonderformate und Sonderwerbeformen auf Anfrage.

# DIE TERMINE. DAMIT SIE NICHTS VERSÄUMEN.

**ERSCHEINUNGSTERMIN** auf der ITB Berlin vom 7. bis 11. März 2007

**REDAKTIONSSCHLUSS** 19. Januar 2007

**DATENANLIEFERUNG ANZEIGEN** bis 31. Januar 2007

**DATENANLIEFERUNG HOTELPROMOTIONS (Fotos, etc.)** bis 19. Januar 2007

## KONTAKT

Guides & More Medienagentur und Verlagsgesellschaft mbH

Postfach 12 07 62, 10397 Berlin ODER Knesebeckstraße 11, 10623 Berlin, Deutschland,

Tel. +49 30 306414-10 Fax +49 30 306414-11, E-Mail [info@guidesandmore.com](mailto:info@guidesandmore.com), [www.guidesandmore.com](http://www.guidesandmore.com)

- D A CH I** PRODUKTION & DRUCKUNTERLAGEN Guides & More, Marlene Leberer  
c/o Mariahilferstr. 51/5, Stg., A-1060 Wien, Fax +43 1 890697710, Mobil +43 650 7514332, [m.leberer@guidesandmore.com](mailto:m.leberer@guidesandmore.com)
- D CH I** ANZEIGEN Media Corner GmbH, Michael Wiele  
PF 65 04 32, D-22364 Hamburg, Tel. +49 40 53904239, Fax +49 40 52016092, Mobil +49 151 15328153, [mwiele@mediacornergmbh.de](mailto:mwiele@mediacornergmbh.de)
- D CH I** PROMOTION Medianet Verlag AG, Oliver Pfordte  
Geiselbergstr. 15/1/2, A-1110 Wien, Tel. +43 1 91920-2116, Fax +43 1 91920-2230, [opfordte@medianet.at](mailto:opfordte@medianet.at)
- A** ANZEIGEN/PROMOTION KGV Marketing- und VerlagsgesmbH, Germanos Athanasiadis, Peter Hirschfeld, Monika Sammer  
Campus21, Europaring F13/301, A-2345 Brunn/Geb., Tel. +43 1 86670-22348, Fax +43 1 86670-22358, [e.silianoff@kgv.at](mailto:e.silianoff@kgv.at)
- A** SONDERFORMATE/PROMOTION Guides & More, Josef Fattinger  
c/o Bayernstr. 22, A-5020 Salzburg, Tel. +43 662 843388, Fax: +43 662 649173, Mobil +43 650 4594002, [j.fattinger@guidesandmore.com](mailto:j.fattinger@guidesandmore.com)

## Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen und Fremdbeilagen in Zeitungen und Zeitschriften

- 1 „Anzeigen-Auftrag“ im Sinne der nachfolgenden allgemeinen Geschäftsbedingungen ist ein Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbung Treibenden oder sonstigen Inserenten in einer Druckschrift zum Zwecke der Verbreitung.
- 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 wurde.
- 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.
- 4 Wird ein Auftrag aufgrund von Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger 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.
- 5 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.
- 6 Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Promotion“ deutlich kenntlich gemacht.
- 7 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 ihr Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder ihre 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 Masters der Beilage und deren Billigung bindend. Beilagen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck erwecken, ein Bestandteil der Zeitung oder Zeitschrift zu sein, oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen. Die Ablehnung eines Auftrages 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. Der Verlag gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten.
- 9 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; 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 oder grobe Fahrlässigkeit des Verlegers, seines gesetzlichen Vertreters und seines Erfüllungsgehilfen. Eine Haftung des Verlages für Schäden wegen des Fehlens zurechenbarer 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 nichtoffensichtlichen Mängeln – innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.
- 10 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 schriftlich mitgeteilt werden.
- 11 Falls der Auftraggeber keine 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 gemäß der Preisliste gewährt.
- 12 Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen in Höhe von 2 Prozent über dem jeweils gültigen Diskontsatz der Deutschen Bundesbank 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 offen stehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.
- 13 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.
- 14 Kosten für die Anfertigung bestellter Druckunterlagen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.
- 15 Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird je nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zu Grunde gelegt.
- 16 Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages.
- 17 Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisminderung hergeleitet werden, wenn die Einzelaufgaben der belegten Hefte im Durchschnitt die garantierte verkaufte Auflage unterschreiten. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisminderung berechtigter Mangel, wenn und soweit 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. überschreitet. 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. Weiter gehende Ansprüche sind ausgeschlossen.
- 18 Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages. Gerichtsstand ist der Sitz des Verlages. Soweit Ansprüche des Verlages nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nichtkaufleuten nach deren Wohnsitz. Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers zum 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 des Verlages

- a Die allgemeinen und die zusätzlichen Geschäftsbedingungen des Verlages gelten sinngemäß auch für Aufträge über Beikleber, Beihefter oder technische Sonderausführungen.
- b Jeder Auftrag wird erst nach schriftlicher Bestätigung durch den Verlag rechtsverbindlich.
- c Die Werbungsmittele und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbung Treibenden an die Preisliste des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Mittelungsvergütung darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.
- d Änderung der Anzeigenpreisliste gilt ab In-Kraft-Treten auch für laufende Aufträge.
- e Für die Anwendung eines Konzernrabattes auf Tochtergesellschaften ist eine mindestens 50-prozentige Kapitalbeteiligung erforderlich.
- f Beilagen sind der Zeitschrift lose beigefügte Drucksachen eines Werbung Treibenden. Beilagen, die Angebote mehrerer Werbung Treibender unter einem gemeinsamen Thema verbinden (Verbundwerbung), sind nach besonderer Vereinbarung möglich.
- g Beihefter sind fest in die Zeitschrift eingehaftete Drucksachen eines Werbung Treibenden. Beihefter, die Angebote mehrerer Werbung Treibender unter einem gemeinsamen Thema verbinden (Verbundwerbung), sind nach besonderer Vereinbarung möglich.

- i Der Auftraggeber trägt allein die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Insertion zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen. Dem Auftraggeber obliegt es, den Vertrag von Ansprüchen Dritter freizu-stellen, die diesen aus der Ausführung des Auftrages, auch wenn er storniert sein sollte, gegen den Verlag erwachsen. Der Verlag ist nicht verpflichtet, Aufträge und Anzeigen daraufhin zu prüfen, ob durch sie Rechte Dritter beeinträchtigt werden. Erscheinen stornierte Anzeigen, so stehen dem Auftraggeber etwaige Ansprüche daraus nur im Rahmen der vorstehend abgedruckten Ziffer 9 der allgemeinen Geschäftsbedingungen zu.
- j Bei Betriebsstörung oder Eingriffen durch höhere Gewalt (z.B. Arbeitskämpfe, Beschlagnahme und dgl.) hat der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen, wenn die Aufträge mit 80 Prozent der garantierten verkauften Auflage erfüllt sind. Geringere Leistungen sind nach dem Tausender-Seitenpreis gemäß der im Tarif genannten garantierten verkauften Auflage zu bezahlen.
- l Die Übersendung von mehr als zwei Farbvorfägen, die nicht termingerechte Lieferung der Druckunterlagen und der Wunsch nach einer von der Vorlage abweichenden Druckwiedergabe können Auswirkungen auf Platzierung und Druckqualität haben. Etwaige Ansprüche hieraus können lediglich im Rahmen der vorstehend abgedruckte Ziffer 10 der allgemeinen Geschäftsbedingungen geltend gemacht werden. Der Verlag muss sich die Berechnung entstehender Mehrkosten vorbehalten.