



GUIDES & MORE

BOOK
THE 4TH EDITION
NOW!

IT,FR,ES 8,90 EUR | US 13.- USD | CZ 260.- CZK | SK 398.- SKK | HR 72.- HRK | HU 2.475.- HUF | PL 37.- PLN

HUBERTUS von HOHENLOHES

500

VERY
SPECIAL
HOTELS

IN DEUTSCHLAND, ÖSTERREICH, SCHWEIZ UND SÜDTIROL
IN GERMANY, AUSTRIA, SWITZERLAND AND SOUTH TYROL
THE HEART OF EUROPE

2007/2008

1/2007
DEUTSCHLAND € 8,90
ÖSTERREICH € 8,90
SCHWEIZ SFR 15,-



GUIDES & MORE

PLUS: DIE BESTEN 100 WINTERHOTELS DER ALPEN • RESIDIEREN IN SALZBURG & BAYREUTH • HIDEAWAYS AN DEUTSCHEN KÜSTEN



BEST OF LIFESTYLE
WO DER JET SET STILVOLL WOHNTE
WHERE THE JET SET STAYS IN STYLE



BEST OF ARCHITECTURE
WIE KUNST UND DESIGN
DIE HOTELLERIE VERÄNDERN
HOW ART AND DESIGN CHANGE
HOTEL BUSINESS



BEST OF BECKER & CO
STARS VERRATEN EXKLUSIV
IHRE LIEBLINGSHOTELS
STARS GIVE AWAY THEIR
FAVOURITE HOTELS.

NEW!
1ST EDITION
IN CHINA!

MEDIA INFORMATION
2008/2009

THE CONCEPT. MORE VALUE INSTEAD OF MIDDLE-RATE PERFORMANCE.

In 2008, HUBERTUS von HOHENLOHE'S 500 VERY SPECIAL HOTELS will already be issued **for the fourth time**: a story of success for the top hotels in the German-speaking area. Due to its unique concept, the meantime **four-lingual** and international distributed guide in the "magalogue" format has already established in exposed reputation in the media market. It is in the guide that readers find the most extraordinary hotels sporting innovative ideas for service and relaxation, rated in the individual categories of Future, Wellness, Ambiente, Friendship and Gourmet. 500 hotels with extra value in Germany, Austria, Switzerland and South Tyrol have been nominated for the first places in the service ranking. A constantly growing internet community at www.veryspecialhotels.com informs customers about new openings as well as special offers. Additionally, the VERY SPECIAL Newsletter is presently sent online to about 110.000 interested readers: the perfect addition to the print product.

THE MARKET. POSITIONING OF THE NEW GUIDE.

Amongst a versatile range of guides, HUBERTUS von HOHENLOHE'S 500 VERY SPECIAL HOTELS poses a refreshing alternative and can be easily distinguished from other guides through its numerous benefits: Recommendations by frequent travellers, an appealing editorial appearance as well as a hotel listing featuring jury rankings from four countries ("The Heart of Europe") – created for an international audience in German, English, Russian and Chinese.

DISTRIBUTION. 128.000 COPIES

Kiosk

in Germany, Austria, Switzerland and South Tyrol
25.000 copies
 available in selected book stores
 as well as in train stations and airports

Exclusive Time customers

11.000 copies
 in distribution as **TIME** promotion package

International distribution

8.000 copies Italy, France, Spain

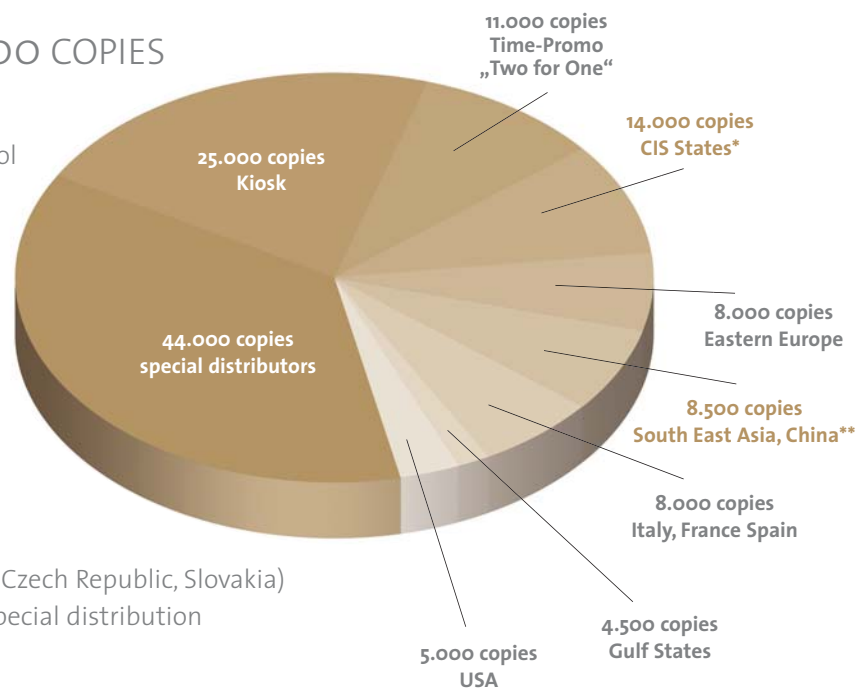
4.500 copies Gulf States

8.000 copies Eastern Europe (Poland, Hungary, Czech Republic, Slovakia)

14.000 copies CIS States (selected kiosks and special distribution
 in Moscow and St. Petersburg)*

8.500 copies South East Asia and China

5.000 copies USA



* the 2nd time in Russian!
 ** now also in Chinese!

Selected distributive channels and special distributors

44.000 copies via following distribution partners:

- Deutschland Lounges and on-board-distribution through Airlines and private jets (Emirates, JetAlliance, etc.)
- American Express Platinum Card customers (A)
- Frequent flyers holding an Airplus card
- VIP customers of Holiday car rentals
- Direct shipping via the internet in cooperation with Travelcity, NTV et al.
- Travel Manager VIP customers of Germany's Business Woman of the Year, Ilona de March
- Top customers of the Wertheim Village, Germany's largest designer outlet store
- Fund companies with international clientel
- Exclusive distributor of the luxury magazine „Connoisseur Circle – Die hohe Kunst des Reisens“

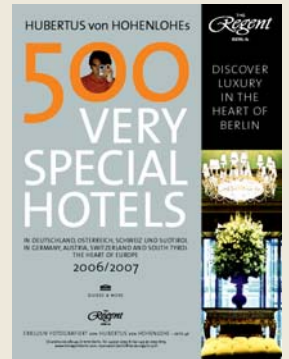
LUXURY EDITION FOR RUSSIA!

Also in 2008 in Russian: Use 500 VERY SPECIAL HOTELS to reach the new travel elite with pure purchasing power! Russian guests stay longer, like to visit off-season and are wealthy and generous. A small, but fine range of customers with enormous future potential. With a circulation of 14.000 copies you can reach millionaires and those in power in Russia and the Ukraine by means of a special issue as of 2008. The guide will be distributed to all the distribution agencies supplied with TIME in Moscow, St. Petersburg and other major cities. 11.000 copies are distributed via firstclass distribution partners (VISA, Aeroflot, Mercedes-Magazin, Four Season-Magazin and others) with personalized direct addresses. Plus: Distribution on all travel and lifestyle trade fairs via Österreich-Werbung (Austrian Advertising) and other partners. And: No extra charges apply for booking in the Russian issue!



NEW! YOUR BRANDED EDITION!

Your Hotel on the Cover: Now you have the chance of highlighting your hotel in an even more glamorous way: A mutation of the cover especially created for you and your guests allows for your own personalized issue – an unequalled presence of your company or your brand. Put a copy of your special edition in every room or use them as prestige gifts from Hubertus von Hohenlohe for your most valued and representative guests and business partners.



THE RATES & SIZES. ALL THAT IS POSSIBLE.



2/1

ADVERTISEMENT PROMOTION

420 x 280 mm

€ 9.000,- **€ 5.800,-**
 Sfr.* 14.867,- Sfr.* 9.582,-

* rates of May 2, 2007



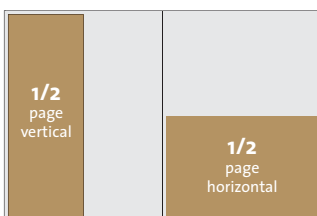
1/1

ADVERTISEMENT PROMOTION

210 x 280 mm

€ 4.800,- **€ 3.200,-**
 Sfr.* 7.927,- Sfr.* 5.286,-

* rates of May 2, 2007



1/2

ADVERTISEMENT

vertical 105 x 280 mm
horizontal 210 x 123 mm

€ 2.800,-
 Sfr.* 4.626,-

* rates of May 2, 2007

LISTING



When taking out an ad, your listing will receive and additional picture.

You tell us, which prominent guests like to visit your hotel.

This is where we rate your hotel.

Cover pages, special sizes and special advertising means available on request.

THE DEADLINES. SO YOU DON'T MISS ANYTHING.

DATE OF PUBLICATION at ITB Berlin from March 9 to 11, 2008

EDITORIAL DEADLINE January 18, 2008

DATA DELIVERY ADVERTISEMENTS until January 31, 2008

DATE DELIVERY HOTEL PROMOTIONS (Photos, etc.) until January 18, 2008

CONTACT

Guides & More Medienagentur und Verlagsgesellschaft mbH

Postfach 12 07 62, 10397 Berlin ODER Knesbeckstraße 11, 10623 Berlin, Germany

Tel. +49 30 306414-10 Fax +49 30 306414-11, E-Mail info@guidesandmore.com, www.guidesandmore.com

PRODUCTION Guides & More, Marlene Leberer

Production office: Jakobergasse 4/18, A-1010 Vienna, Tel: +43 720 722522-11, Fax: +43 1 890 358715, Email: m.leberer@guidesandmore.com

ADVERTISEMENT MANAGEMENT: Guides & More, Mag. Bernhard Franz

Jakobergasse 4/18, A-1010 Vienna, Tel: +43 720 722522-20, Mobil: +43 676 4684115, Fax: +43 1 890 358715, Email: b.franz@guidesandmore.com



PROMOTIONS Guides & More, Oliver Pfordte

Jakobergasse 4/18, A-1010 Vienna, Tel.: +43 676 9353736, Fax: +43 1 2764152-20, Email: o.pfordte@guidesandmore.com



EXTRA SIZES & PROMOTIONS 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



WINTERSPECIAL, TOURISM REGIONS & COOPERATIONS: Guides & More, Sandra Wilderer

Scheffelstraße 57, D-70193 Stuttgart, Tel: +49 711 2487892, Fax: +49 711 2487891, Mobil: +49 172 7631939, Email: mail@wilderer-marketing.de

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 Modells 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 Vertragsabschlüssen 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 zugesicherter Eigenschaften bleibt unberührt. Im kaufmännischen Geschäftsverkehr haftet der Verlag darüber hinaus auch nicht für grobe Fahrlässigkeit von Erfüllungsgehilfen; in den übrigen Fällen

- ist gegenüber Kaufleuten die Haftung für grobe Fahrlässigkeit dem Umfang nach auf den voraussehbaren Schaden bis zur Höhe des betreffenden Anzeigentgelts 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 Größenschriften 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 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 Beilagen, Beihefter oder technische Sonderausführungen.
- b Jeder Auftrag wird erst nach schriftlicher Bestätigung durch den Verlag rechtsverbindlich.
- c Die Werbungsmitler 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 Mittlungsvergütung 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 Konzernabkates 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. Arbeitskampfen, 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 Tau-sender-Seitenpreis gemäß der im Tarif genannten garantierten verkauften Auflage zu bezahlen.
- Die Übersendung von mehr als zwei Farbvorgaben, 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 abgedruckten Ziffer 10 der allgemeinen Geschäftsbedingungen geltend gemacht werden. Der Verlag muss sich die Berechnung entstehender Mehrkosten vorbehalten.