



FOTO: SARAH COGHILL

FOOD AND TRAVEL

Mediadaten 2025

Das Magazin für gutes Essen und Reisen

Anzeigenpreisliste Nr. 17 · Gültig ab 1. Oktober 2024



FOOD and TRAVEL



Objektprofil von FOOD and TRAVEL

FOOD and TRAVEL ist das Magazin für gutes Essen und Reisen. Seit Juni 2010 erscheint diese einzigartige Premium-Kombination unter dem Motto „Das Beste der Welt“ auf dem deutschsprachigen Zeitschriftenmarkt.

Seitdem FOOD and TRAVEL vor fünfzehn Jahren in Deutschland, Österreich und der Schweiz erstmalig eingeführt wurde, erhalten die international vielreisenden Genießer hierzulande ein Premium-Magazin mit Tipps und Anregungen für die nächste Fernreise oder den kulinarischen Kurzurlaub in den eigenen vier Wänden. Opulente Foodstrecken und nationale sowie internationale Reisereportagen – eine einzigartige „2-in-1“-Kombination.

Dabei macht die Mischung aus wunderbaren und zugleich alltagstauglichen Rezepten zum Nachkochen, Anregungen für die nächste Fernreise und lokalen Geheimtipps für „Daheimgebliebene“ FOOD and TRAVEL einzigartig.

FOOD and TRAVEL erscheint zweimonatlich in Deutschland, Österreich und der Schweiz sowie in den angrenzenden deutschsprachigen Gebieten. Der Copypreis beträgt 7,99 Euro. In A 8,90 Euro und in der CH 12,30 sfr.





DEUTSCH FOOD and TRAVEL

FOOD and TRAVEL international

FOOD and TRAVEL erschien erstmalig vor über 25 Jahren in Großbritannien. Mittlerweile ist FOOD and TRAVEL das international führende Magazin für Gastro-Tourismus und „Kulinarik-Reisen“ und erscheint in acht Sprachen weltweit.

Erreichen Sie die internationale Premium-Zielgruppe der vielreisenden Genießer und nutzen Sie das weltweite Netzwerk mit den globalen Ausgaben von FOOD and TRAVEL im gesamten deutschsprachigen Raum sowie in Großbritannien, Mexiko, im Arabischen Raum, der Republik Türkei, Portugal, Italien und Griechenland.



PORTUGAL



ARABIA



UNITED KINGDOM



ITALIA



MÉXICO



DEUTSCHLAND



TÜRKIYE



DEUTSCH **FOOD** *and* **TRAVEL**

Das Vertriebskonzept

Mit FOOD and TRAVEL erreichen Sie Ihre Premium-Zielgruppe: kaufkräftig, konsum- und reisefreudig, ohne Streuverluste

AUFLAGE

Die Druckauflage beträgt aktuell 24.000 Exemplare. Davon gehen 17.000 Exemplare in den Zeitschrifteneinzelhandel und die übrigen an die Abonnenten sowie ausgesuchte Sondervertriebsstellen.

VERTRIEB

- Airport Lounges und First- und Business Class namhafter Fluggesellschaften
- Empfangshallen und Executive Zimmer von 4- und 5-Sterne Hotels
- Über qualifizierte Lesezirkel in Privatpraxen, Anwaltskanzleien u.a.
- Ausgesuchte Partner wie exklusive Reisebüros, Weinhändler, Restaurants etc.
- Medienpartnerschaften, zum Beispiel ITB Berlin, Frankfurter Buchmesse etc.

FOOD AND TRAVEL FÜR IHRE GÄSTE

Sie möchten Ihren Gästen FOOD and TRAVEL als Lektüre anbieten? FOOD and TRAVEL soll in Ihrer Hotel-Lobby, auf den Zimmern oder Ihrer Flotte in der Luft oder zu Wasser verfügbar sein?

Gerne präsentieren wir Ihnen Ihre individuellen Möglichkeiten, um FOOD and TRAVEL auch für Sie und Ihre Kunden und Partner optimal zu nutzen. Sprechen Sie uns gerne an.



ANZEIGENFORMATE UND PREISE

FORMAT	SATZSPIEGEL		IM ANSCHNITT*		PREIS
	Breite in mm	Höhe in mm	Breite in mm	Höhe in mm	in Euro
2/1 Seite**	420	265	440	285	17.500
1/1 Seite	200	265	220	285	9.700
1/2 Seite hoch	96	265	106	285	5.600
1/2 Seite quer	200	130	220	140	5.600
1/3 Seite hoch	63	265	75	285	4.200
1/3 Seite quer	200	85	220	97	4.200
1/4 Seite hoch	49,5	265	59,5	285	3.200
1/4 Seite quer	200	62,5	220	75,5	3.200
1/4 Seite Eck	96	130			3.200

*Beschnittzugabe: 3 mm an allen Außenkanten **Doppelseitige Anzeigen bitte stets als zwei einzelne Seiten erstellen

SONDERPLATZIERUNG

PLATZIERUNG	PREIS IN EURO
2/1 Opening Spread (U2 + Seite 3)**	19.000
U2 / U4 (1/1 Seite)	11.200
U3 (1/1 Seite)	10.700
1/3 Seite hoch neben Editorial	4.600

RABATTE

RABATT MALSTAFFEL		RABATT MENGENSTAFFEL	
ab 3 Insertionen	3 %	ab 3 Seiten	5 %
ab 6 Insertionen	5 %	ab 6 Seiten	10 %
ab 9 Insertionen	10 %	ab 9 Seiten	15 %
ab 12 Insertionen	15 %	ab 12 Seiten	20 %

Die Rabatte für Mal-und Mengenstaffel gelten stets innerhalb eines Jahres bezogen auf einen Kunden. Anwendbar ist dabei jeweils die Mal- oder die Mengenstaffel

Alle Preise in Deutschland zzgl. der gesetzlichen Mehrwertsteuer



SONDERWERBEFORMEN*

BEIKLEBER (zzgl. Trägeranzeige)	PREIS IN EURO je 1.000 Exemplare
Postkarten	67
Booklets bis 25 Gramm	88

BEILAGEN	STANDARD	OVERSIZE- BEILAGEN
	Preis in Euro je 1.000 Ex.	
Bis 30 Gramm	133	138
Bis 40 Gramm	140	164
Bis 50 Gramm	158	188
Je weitere 10 Gramm	18	29

Oversize-Beilagen haben einen in der Höhe über das Heftformat herausragenden Teil (Header). Eine vorherige Freigabe von Mustern durch den Verlag ist erforderlich.

EINHEFTER	PREIS IN EURO je 1.000 Exemplare
Bis 4 Seiten	111
Bis 8 Seiten	127
Bis 12 Seiten	147
Bis 16 Seiten	160

SONSTIGE WERBEFORMEN

- Heft im Heft im Look-and-Feel von FOOD and TRAVEL
- Mega Insert Card
- 6-Seiten Titel-Aufklapper
- Tower Spread
- Sliding Door
- Scent Strip / Scent Seal
- Crossmedia
- und vieles mehr

* Belegung: Gesamtauflage oder Teilaufgabe, bei Teilaufgaben unter 10.000 Exemplaren Mindermengenzuschlag von einmalig 190 Euro.
Die Preise gelten zzgl. der gesetzlichen MwSt. und vorbehaltlich der Prüfung von Mustern (20 Stück) durch die Druckerei. Auf Sonderwerbeformen wird kein Rabatt gewährt.

KLEINANZEIGEN/ SELEKTION

In der Selektion von FOOD and TRAVEL finden unsere Leser eine Auswahl an kleinen und feinen Produkten und Dienstleistern. Exklusive Food- und Getränke- Hersteller sind hier genauso gut aufgehoben, wie Hersteller von Reiseutensilien und Küchenaccessoires sowie Reiseveranstalter und die Gastronomie.

Bereits ab 170 € können Sie hier dabei sein.

ANZEIGEN- FORMAT	IM SATZSPIEGEL		PREIS
	Breite mm	Höhe mm	in Euro
1/32 Seite	46	30	170
1/16 Seite	46	63	310
1/8 Seite	96	63	590
1/4 Seite	96	130	990

ADVERTORIALS

Wenn Sie die Leser von FOOD and TRAVEL mithilfe einer Geschichte inhaltlich mitnehmen wollen, eignen sich Advertorials besonders gut. Gerne erstellen wir Ihr Advertorial passgenau und zielgruppengerecht.

ADVERTORIALS	SATZ- SPIEGEL	IM ANSCHNITT	PREIS in Euro
1/1 Seite inkl. Layout und Text	200 x 265 mm	220 x 285 mm	11.100
ab 3. Korrekturlauf je Korrektur			390

Avertorials werden stets mit dem Wort „Anzeige“ gekennzeichnet. Dabei sind die Kosten für die Kreation nicht rabattfähig und werden nicht verprovisioniert.

ONLINE

Erweitern Sie Ihren Auftritt bei FOOD and TRAVEL crossmedial und zeigen Sie sich auch Online im Umfeld unserer Premium-Marke.

WERBEFORM	FORMAT	PREIS in Euro
Leaderboard	728 x 90 px	370
Online-Advertorial inkl. Layout und Text		2.900

Alle Preise in Deutschland zzgl. der gesetzlichen Mehrwertsteuer



DEUTSCH **FOOD** *and* **TRAVEL**



HOTEL- UND KOCHSCHULESELEKTION

FOOD and TRAVEL ist das perfekte Umfeld für Ihr Hotel/ Ihre Kochschule.

In der Hotel-/Kochschul-Selektion von **FOOD and TRAVEL** finden Sie eine Auswahl an Hotels und Kochschulen, welche sich jeweils über eine „Mini-Promotion“ präsentieren. Bitte schicken Sie uns hierfür je 4-5 Bilder und 1 Logo (Auflösung: mind. 300 dpi auf A4-Format) sowie einen Text mit etwa 500 Zeichen, inkl. Leerzeichen.

Gerne bieten wir Ihnen nach Anzeigenbuchung die Möglichkeit, Ihr Heft zu Sonderkonditionen für Ihre Gäste zu beziehen.



FORMAT	PREIS IN EURO
1 Hotel-Selektion Mini-Promotion (mind. 69 x129 mm)	390
1 Kochschul-Selektion Mini-Promotion (mind. 60 x120 mm)	690

jeweils inkl. Gestaltung, Layout etc.

Alle Preise in Deutschland zzgl. der gesetzlichen Mehrwertsteuer.

TECHNISCHE DATEN

Heftformat:	220 mm Breite x 285 mm Höhe
Beschnittzugabe:	3 mm umlaufend
Druckvorlage:	PDF-Format
Profil:	ISO Coated v2
Raster	70er

VERLAGSANGABEN

Verlag:	FOOD and TRAVEL Germany Limited
Büro in Deutschland:	Ludwig-Erhard-Straße 6 (MediaFleet) 20459 Hamburg
Telefon:	+49 (40) 182918-10
Internet:	www.foodandtravel.de
E-Mail:	anzeigen@foodandtravel.com
Erscheinungsweise:	zweimonatlich (sechs Ausgaben/ Jahr)
Druckauflage:	24.000 Exemplare
Copypreis:	7,99 Euro, A 8,90 Euro, CH 12,30 sfr

KONTAKT

FOOD and TRAVEL Germany Limited
Ludwig-Erhard-Straße 6 (MediaFleet)
20459 Hamburg

Gregor Rankin (Geschäftsführer/ Managing Director)

Tel. +44 (0) 207 501 0520 oder +49 (40) 18 29 18-11

E-Mail: gregor.rankin@foodandtravel.com

Nadine Bacchus (Vertriebsleiter Deutschland)

Tel. +49 (40) 18 29 18-13

E-Mail: nadine.bacchus@foodandtravel.com



FOTO: SARAH COGHILL

DEUTSCH
FOOD
and
TRAVEL

AGB

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Aufträge über Anzeigen, Beilagen oder technische Sonderausführungen in den von FOOD und TRAVEL Germany Ltd., (nachfolgend Verlag genannt) vermarkteten Druckerzeugnissen.

1. GELTUNG

Der Verlag erbringt seine Leistungen im Zusammenhang mit Anzeigenaufträgen und Aufträgen über die Veröffentlichung von Beilagen, Beihettern, Beiklebtern etc. sowie sonstiger technischer Sonderausführungen des Kunden ausschließlich auf der Grundlage dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen. Die Allgemeinen Geschäftsbedingungen regeln die Vertragsbeziehungen zwischen dem Verlag und dem Kunden. Von diesen Allgemeinen Geschäftsbedingungen abweichende oder ihnen widersprechende Allgemeinen Geschäftsbedingungen oder sonstige Vertragsbedingungen des Kunden sind für den Verlag nicht verbindlich, es sei denn der Verlag bestätigt dies ausdrücklich schriftlich. Im Übrigen haben Vorrang vor diesen Allgemeinen Geschäftsbedingungen nur zwischen dem Verlag und dem Kunden individuell ausgehandelte und schriftlich fixierte Vereinbarungen.

2. VERTRAGSGEGENSTAND

Gegenstand der mit dem Kunden auf Basis dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen geschlossenen

Verträge sind die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen oder die Beifügung von sonstigen Werbemitteln, insbesondere von Beilagen, Beihettern, Beiklebtern, Print-Promotion oder Warenproben sowie von sonstigen technischen Sonderausführungen eines Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten in einer oder mehreren Druckschrift(en) des Verlages zum Zwecke der Vervielfältigung und Verbreitung.

3. ZUSTANDEKOMMEN DES VERTRAGES

Der Vertrag zwischen dem Verlag und dem Kunden kommt erst zustande, wenn der Kunde in Schrift- oder Textform eine Auftragsbestätigung des Verlages erhalten hat.

4. LEISTUNGSUMFANG

(1) Der Umfang sowie die genaue Beschreibung der von dem Verlag zu erbringenden Leistungen ergibt sich aus der dem Kunden vom Verlag in Schrift- oder Textform übersandten Auftragsbestätigung oder dem Angebot des Verlages. (2) In der Regel schuldet der Verlag bei Abdruck einer Anzeige die für die belegte Druckschrift übliche durchschnittliche Druckqualität im Rahmen der durch die Qualität der Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten sowie die Verbreitung der Anzeige in der entsprechenden Druckschrift. Weitergehende Leistungen werden vom Verlag nur

erbracht, wenn dies zwischen den Parteien gesondert vereinbart wurde. Eine vom Kunden gewünschte, bestimmte Farbqualität kann nur erbracht werden, wenn mit den Druckvorlagen für Farbanzeigen auf Papier ein Farb-Proof vom Kunden geliefert wird. Ohne Farb-Proof, insbesondere bei ausschließlich digitaler Übermittlung der Druckvorlagen, sind Farbabweichungen unvermeidbar. Wurden keine Abdruckgrößen zwischen den Parteien vereinbart, so wird die nach Art der Anzeige übliche tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt und vorgenommen. Der Verlag ist, soweit dies nicht zwischen den Parteien ausdrücklich vereinbart wurde, nicht verpflichtet eine bestimmte Rubrizierung oder Platzierung vorzunehmen. (3) Textteil-Anzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens drei Seiten an den Text und nicht an andere Anzeigen angrenzen. (4) Der Verlag ist nicht verpflichtet Probeabzüge zu liefern. Sollten an den Kunden Probeabzüge geliefert werden, obliegt die rechtzeitige fristgemäße Rücksendung und ordnungsgemäße, fehlerfreie Korrektur dem Kunden. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm innerhalb der bei Übersendung des Probeabzugs an den Kunden gesetzten Frist mitgeteilt werden. Sendet der Kunde innerhalb der gesetzten Frist den Probeabzug nicht zurück, wird die Anzeige entsprechend dem Probeabzug abgedruckt. Durch Rücksendung

des Korrekturabzugs genehmigt der Kunde Form und Inhalt der Anzeige (Imprimatur). (5) Der Verlag liefert mit der Rechnung nur auf ausdrücklichen Wunsch des Kunden einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrags werden Anzeigenausschnitte, Belegseiten oder vollständige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages. (6) Druckunterlagen werden nur auf ausdrückliche Anforderung des Kunden zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung der Druckvorlagen durch den Verlag endet drei Monate nach Erscheinen der Anzeige oder Verbreitung des vom Kunden gelieferten Werbemittels (Beilagen etc.). (7) Der Kunde ist verantwortlich für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der gelieferten Text- und Bildvorlagen. Der Verlag ist nicht verpflichtet, die Druckunterlagen auf Vollständigkeit und Richtigkeit zu überprüfen. Der Verlag ist gegenüber dem Kunden nicht verpflichtet, Anzeigen, Beilagen und sonstige vom Kunden gelieferte Werbemittel auf ihre Rechtmäßigkeit und auf eine etwaige Verletzung von Rechten Dritter zu prüfen. (8) Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeige erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht. (9) Der Verlag behält sich vor, den Abschluss von Verträgen gemäß Ziffer 2. dieser

Allgemeinen Geschäftsbedingungen – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Verlages abzulehnen, insbesondere wenn deren Inhalt oder Gestaltung gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder deren Veröffentlichung für den Verlag aus anderen Gründen unzumutbar ist, zum Beispiel wegen eines Verstoßes gegen die verlegerische Grundhaltung, wegen der Erschöpfung des Anzeigenraums oder mangels technischer Realisierbarkeit. Dies gilt auch für Aufträge, die bei Vertretern aufgegeben werden. Keine Anzeige darf sich mit Produkten befassen, die für Kinder gesundheitsschädlich oder deren charakterlicher Entwicklung möglicherweise abträglich sind, so z. B. Tabakerzeugnisse, alkoholische Getränke, Glücksspiele usw. Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Musters der Beilage und deren Billigung durch den Verlag sowie Übersendung einer Auftragsbestätigung bindend. Beilagen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung oder Zeitschrift des Verlages erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt. (10) Anzeigen sind im Zweifel zur Veröffentlichung innerhalb

AGB

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 durch den Abruf der restlichen Anzeigen von Seiten des Kunden abzuwickeln, sofern die erste Anzeige innerhalb der in Satz 1 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht wird. Nach Ablauf dieser Fristen wird der Verlag von seiner Leistungspflicht befreit, der Kunde bleibt jedoch zur Entrichtung der vereinbarten Gegenleistung verpflichtet. Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in Satz 2 genannten Frist auch über die im Auftrag genannte Anzeigenmenge hinaus weitere Anzeigen abzurufen. (11) Der Verlag ist nicht verpflichtet, von dem Kunden nach Vertragsschluss geäußerte, von der Auftragsbestätigung abweichende Änderungsverlangen durchzuführen. Hierzu bedarf es einer gesonderten schriftlichen Vereinbarung sowie der Übernahme der zusätzlich entstehenden Kosten durch den Kunden.

5. MITWIRKUNGSPFLICHTEN DES KUNDEN

(1) Der Kunde ist verpflichtet, den Verlag bei der Erfüllung seiner vertraglichen Verpflichtungen in jeder Form zu unterstützen, insbesondere ist der Kunde verantwortlich für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes sowie einwandfreier, den Vor-

gaben des Verlages entsprechender Druckunterlagen sowie Beilagen und sonstiger zur Erfüllung des Auftrages erforderlicher Werbemittel und Unterlagen. Wurde über den Zeitpunkt der Lieferung der Unterlagen zwischen dem Verlag und dem Kunden keine besondere Vereinbarung getroffen, ist der in den Mediaunterlagen genannte Anzeigenschlusstermin maßgeblich. Für offensichtlich ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. (2) Sollten dem Kunden von dem Verlag vereinbarungsgemäß Probeabzüge übersandt werden, ist der Kunde verpflichtet, diese innerhalb der vom Verlag gesetzten Frist zu korrigieren oder zu genehmigen und freizugeben und sie in der vereinbarten Form fristgemäß an den Verlag zurückzusenden. (3) Aufträge für Anzeigen und Fremdbeilagen, die erklärtermaßen ausschließlich in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift veröffentlicht und platziert 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. (4) Der Kunde ist verpflichtet, digital übermittelte Druckunterlagen frei von so genannten Computerviren, Würmern und sonstigen Schadensquellen zu liefern. Er ist insbesondere verpflichtet, zu diesem Zweck handelsübliche Schutzprogramme einzusetzen,

die jeweils dem neuesten Stand der Technik zu entsprechen haben. Entdeckt der Verlag auf einer ihm übermittelten Datei Schadensquellen der vorbezeichneten Art, wird der Verlag zur Schadensbegrenzung (insbesondere zur Vermeidung des Übergreifens der Schadensquelle auf die EDV-Anlage des Verlages) die Daten löschen, ohne dass dies den Kunden berechtigt, Schadensersatzansprüche geltend zu machen. Der Verlag behält sich vor, den Kunden auf Schadensersatz in Anspruch zu nehmen, wenn dem Verlag durch solche von dem Kunden infiltrierte Schadensquellen Schäden entstanden sind. (5) Der Kunde ist verpflichtet, das von ihm gelieferte Bild- und Textmaterial auf Vollständigkeit, Richtigkeit und Rechtmäßigkeit zu überprüfen. Sollte der Verlag von Dritten wegen der Rechtswidrigkeit des von dem Kunden gelieferten Text- und Bildmaterials für eine Anzeige oder der von dem Kunden zur Beifügung in den Druckschriften des Verlages gelieferten Werbemittel auf Unterlassung, Schadensersatz oder in sonstiger Weise in Anspruch genommen werden und hat der Verlag, seine Erfüllungsgehilfen oder gesetzlichen Vertreter dies nicht durch eine Pflichtverletzung zu vertreten, wird der Kunde den Verlag von allen Ansprüchen Dritter freistellen und dem Verlag den diesem entstandenen Schaden einschließlich der Kosten seiner Rechtsverteidigung (Anwaltskosten, Gerichtskosten, Sachver-

ständigenkosten, Zeugengelder etc.) erstatten. Der Verlag ist berechtigt, diesbezüglich einen angemessenen Vorschuss zu verlangen. Der Verlag wird den Kunden unverzüglich von einer Inanspruchnahme oder Abmahnung durch einen Dritten in Kenntnis setzen und die Vorgehensweise mit dem Kunden abstimmen. Sollte eine Einigungsbereitschaft des Kunden über ein gemeinsames Vorgehen aus Gründen der Eilbedürftigkeit, mangels der Einigungsbereitschaft des Kunden oder aus sonstigen Gründen nicht möglich sein, ist der Verlag berechtigt, sich gegen die Ansprüche des Dritten allein zu verteidigen und etwaige Ansprüche anzuerkennen. (6) Werbungsmittel und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit Werbungtreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Mittlungsvergütung darf an ihre Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.

NOTE:

Please contact the publisher if you need the general terms and conditions in English language.