



**Warum Sie im
GastroJournal inserieren sollten**



1895



1904



1919



1930



1973



1980



1991



2000



Seit 2008

8 gute Gründe für Ihr Inserat im GastroJournal

1

Partnerschaften und Kundenreferenzen

**Top 200 der Schweizer Medien
Leseranalyse Fachpresse**

1.



50 Mal pro Jahr – Ausgabe für Ausgabe

Erscheint wöchentlich und verbindet die Branche 50 Mal jährlich. 22454 WEMF beglaubigte verkaufte Auflage, davon rund 21000 an Mitglieder von GastroSuisse, was 80 Prozent der Entscheidungsträger von Hotellerie und Gastronomie entspricht.

Erhebungsperiode 1. Juli 2010 bis 30. Juni 2011

2.



50 Mal pro Jahr – In verschiedenen Disziplinen

Die Fachgruppen von GastroSuisse werden
50 Mal jährlich kontaktiert:

Gilde etablierter Schweizer Gastronomen
ASCO – Verband schweizerischer
Konzertlokale, Cabarets, Dancings
Cafetier Verband
Vereinigung schweizerischer Bahnhofwirte

3.



**50 Mal pro Jahr –
Auch für die Hotellerie**

Der Verband repräsentiert gesamthaft rund 4000 Mitglieder aus dem Bereich Hotellerie – 3000 davon exklusiv.

Von den 5000 Hotels in der Schweiz sind fast 90 Prozent – über 4000 Betriebe – so genannte KMH (kleine und mittlere Hotels). Sie generieren gut 50 Prozent aller Logiernächte in der Schweiz und schaffen eine direkte Wertschöpfung von beinahe 2 Milliarden Franken.

Betriebsart	Anzahl Zimmer	Anzahl Betriebe
Kleine Kleinbetriebe	5 bis 10	1601
Grosse Kleinbetriebe	11 bis 20	1381
Kleine Mittelbetriebe	21 bis 35	964
Grosse Mittelbetriebe	36 bis 50	443
Kleine Grossbetriebe	51 bis 100	476
Grosse Grossbetriebe	101 und mehr	181
Total		5046

> 4389 Hotelbetriebe oder 87% sind KMH
Quelle: Studie Prof.Dr. Hansruedi Müller, Universität Bern

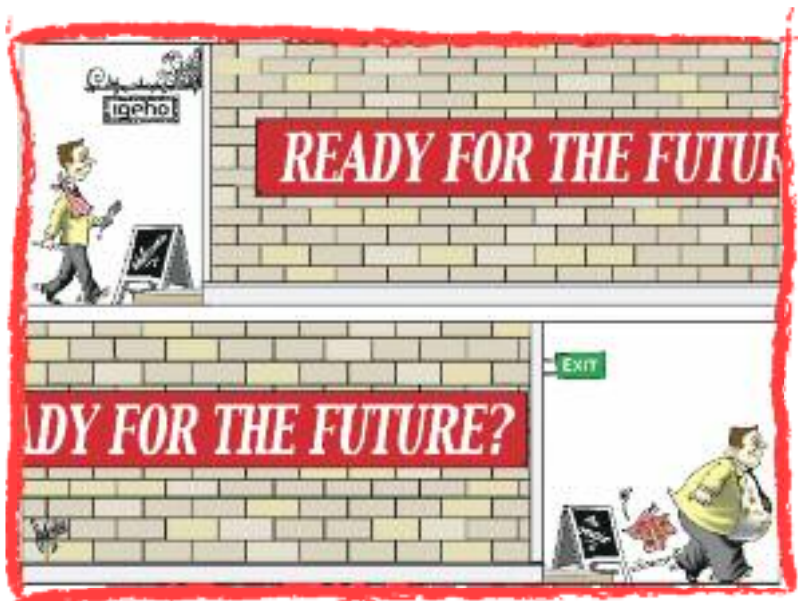
4.



50 Mal pro Jahr – Im Dienst für Inserenten

Sechs KundenberaterInnen und zwei Anzeigendisponentinnen arbeiten 50 Wochen pro Jahr für unsere Anzeigenkunden und bewältigen 50 Mal pro Jahr den Insertionsschluss, damit alles so läuft, wie Sie es sich als Kunde wünschen.

5.



**50 Mal pro Jahr –
Eine starke Redaktion**

GastroJournal erscheint zweisprachig. Sechs deutschsprachige und zwei französischsprachige redaktionelle Mitarbeitende sowie zwölf freie Journalisten, sorgen 50 Mal pro Jahr für interessante, lesenswerte und informative redaktionelle Inhalte.

6.

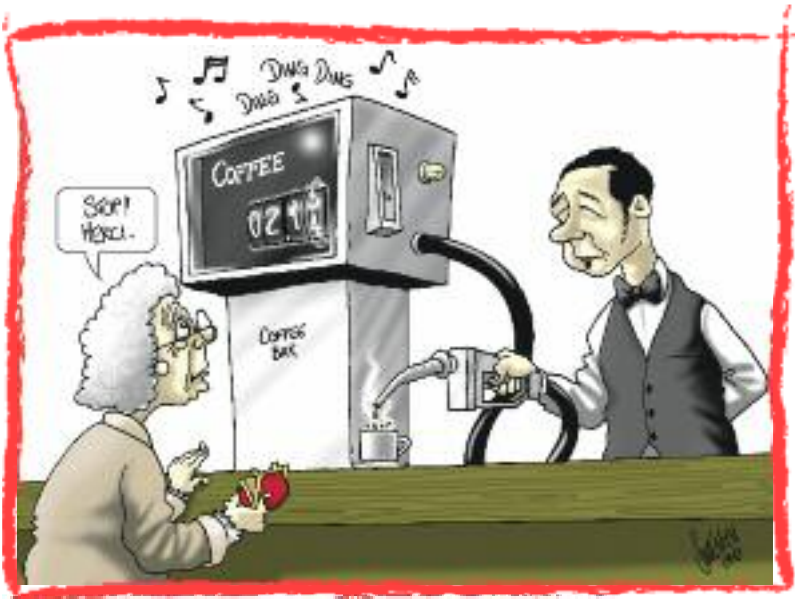


**50 Mal pro Jahr –
Kontakt ohne Streuverlust**

50 Mal pro Jahr erreicht das GastroJournal die von der WEMF beglaubigte verkaufte Auflage von 22454 Exemplaren. Damit finden pro Jahr 1162150 erwünschte Erstkontakte statt.

Erhebungsperiode 1. Juli 2010 bis 30. Juni 2011

7.



**50 Mal pro Jahr –
Auch Online als e-Paper**

Doppelter Nutzen für Inserenten. GastroJournal erscheint auch online als e-Paper zum Blättern. Darin sind sämtliche Anzeigen, Inserate und Artikel direkt mit den entsprechenden Informationsquellen und Internetportalen der Inserenten verlinkt.

8.



**50 Mal pro Jahr –
Einfach preiswert**

GastroJournal bietet bei vergleichbarer Anzeigengrösse von einer A4 Seite das beste Preis-Leistungs-Verhältnis. Gerade bei der WEMF beglaubigten verkauften Auflage (ausgewiesene Leserbindung) liegen die Preise deutlich über 50 Prozent unter denen vergleichbarer Titel.

Quelle: WEMF

¹⁾ Erhebungsperiode: 2010 bis 2011

²⁾ Erhebungsperiode: 2009 bis 2010

Titel	Preis Tabloid	Druckauflage	Preis pro 1000 Ex.	Auflage verkauft (WEMF)	Preis pro 1000 Ex.
GastroJournal ¹⁾	CHF 3801.00	25 000	CHF 152.04	22 454	CHF. 169.27
hotelrevue ²⁾	CHF 4872.00	13 000	CHF 374.76	9 814	CHF. 496.43
HGZ ²⁾	CHF 5040.00	27 000	CHF 177.77	20 095	CHF. 217.24
Gourmet Duo ²⁾	CHF 5600.00	27 493	CHF 290.98	–	–
GastroAnzeiger ²⁾	CHF 2980.00	23 168	CHF 128.62	1 147	CHF 2598.08
Salz&Pfeffer ²⁾	CHF 5300.00	20 000	CHF 265.00	10 093	CHF 525.11



Zukunftsträger

Der Lehrmeister des Jahres
www.zukunftstraeger.ch



Igeho

Die internationale Fachmesse
www.igeho.ch



Gouts et Terroirs

Schweizer Gastromesse
für einheimische Spezialitäten
www.gouts-et-terroirs.ch



Zagg

Die Schweizer Fachmesse
www.zagg.ch



Gusto

Der Lehrlingskochwettbewerb
www.howeg.ch



International Chef Days

Das Treffen der Chefköche
www.icd-award.com



Gastronomia

Westschweizer Fachmesse
für Hotellerie und Gastronomie
www.gastronomia.ch



Der Goldener Koch von KADI

Die nationale Kochkunst-Meisterschaft
www.goldenerkoch.ch



Suisse Garantie

Das Qualitätslabel
www.suissegarantie.ch

Addimat

EMMENTALER
SWITZERLAND

HOWEG

Nestlé
PROFESSIONAL

RAMSEIER

ADUNO

Emmi

HUG

ÖSTERREICH WEIN

Schwob
textiles of Switzerland

ALIGRO
ESPREZ PRO



KADI
Swiss Premium Quality

PASTA Premium AG

SWICA

berndorf
LUZERN

FELDSCHLÖSSCHEN

Le Patron
CREATIONS CULINAIRES

Ernst



swisscom

Valentine's

FRANKE

MARS
foodservice
switzerland

Jilly
CAFE

TopCC
Der Abholmarkt für Grossverbraucher

Bischofszell

Fust
gastro
professional

FAIRTRADE
MAX HAVELAAR

prodega cash + carry growa cash + carry

Unilever
foodsolutions

Culinarium

GEFAKO
Getränkesspezialisten

Cash + Carry
CC A Angehrn
Frische für Profis

Coca-Cola

DC
HAECKY

igelati
MADE IN SWITZERLAND

PROVIANDE

WIR Bank
www.wirbank.ch

GastroJournal gehört dazu



Zwei Verlage, die Mediadaten AG sowie die Edition Renteria SA publizieren jeweils ein konzentriertes Nachschlagewerk für die Medienbranche.

Unter dem Patronat der bsw leading swiss agencies, dem SWA Schweizer Werbe-Auftraggeberverband und dem Verband Schweizer Presse werden die Top 200 der Schweizer Medien bestimmt.

Die Rangliste ist in Sparten aufgeteilt: Die besten 45 Elektronischen Medien, Radio und Fernsehen. Die 5 besten Crossmedia-Angebote. Die Top 100 Printtitel. Dazu gehört GastroJournal in der Sparte Fachmedien zusammen mit der Unternehmer-Zeitung, dem Schweizer Bauer und dem Bulletin der Credit Suisse.

Dass GastroJournal zu den 200 besten Schweizer Presseerzeugnissen gehört, ist eine reife Leistung. Besonders in Anbetracht der Titelvielfalt in der Schweiz. Die Tagespresse verzeichnet rund 100 Titel, die regionale Wochenpresse über 300. Die Sonntags-, Publikums-, Finanz- und Wirtschaftspresse zählt über 60 Titel. Dazu kommen noch über 2'100 Titel der Spezial- und Fachpresse.

Dass es bei dieser Masse GastroJournal unter die besten 200 Titel schafft, kommt nicht von ungefähr. Dazu gehört, dass sich die Redaktion nicht der Branche verleugnet, sondern sich voll und ganz diesem Spannungsfeld widmet und sich damit tagtäglich auseinander setzt. GastroJournal bekennt sich als Fach- und Verbandszeitung.

Inhaltlich werden Aktuelles und Hintergründe von und über Gastgewerbe, Hotellerie und Tourismus aufgearbeitet. GastroJournal berichtet über alles, was für den Gastgewerblichen, unternehmerischen Erfolg notwendig ist.

In der Form wird viel Wert darauf gelegt, dass die Themen einfach, kurz und auch verständlich aufgearbeitet werden. So ist beispielsweise auch die Gestaltung nicht einfach auf schöne Bilder, sondern auf gute Lesbarkeit ausgerichtet, was an der relativ grossen Schrift zu erkennen ist.

Das zeigt: GastroJournal versucht nicht, sich im Markt selbst darzustellen, sondern ordnet sich den Bedürfnissen der Leserschaft unter. Die Wochenzeitung von GastroSuisse stellt sich jeder öffentlichen Analyse und legt als Q-Publikation auch alle Ergebnisse offen. Den Anzeigenkunden wird mit den offiziellen «WEMF-Zahlen» und der «Leser-Analyse Fachmedien» die grösstmögliche Transparenz geboten. Mit der verkauften WEMF-Auflage von 22 454 Exemplaren erreicht GastroJournal wöchentlich 80 Prozent aller Entscheidungsträger im Gastgewerbe und der Hotellerie.

Buchbestellung: www.renteria.ch

Unabhängig und offiziell

Fachverlage – vom Metallbauschlossler über Maler und Gipser bis zur Gastronomie – haben alle ein grosses Handicap. Sie sind von der Teilnahme an den offiziellen Leseranalysen der Werbemedien Forschungsanstalt (MachBasic, MachConsumer etc.) ausgeschlossen. Die Folge: Jeder Fachverlag versucht, verständlicherweise, eine eigene Leseranalyse zu erstellen. Die einen machen es seriös mit professionellen Datenerhebungen, andere Handgelenk mal Pi und wieder andere behaupten einfach etwas.

Für die Inserenten ist die Verwirrung gross. Gesicherte und von einer unabhängigen Instanz erhobene Zahlen und Strukturen von Lesern, gab es bisher nicht. Also behaupten die einen: «Wir sind die Grössten.» Andere sagen: «Wir sind die besten.» Die nächsten behaupten: «Wir sind die schönsten.»

GastroJournal – die Wochenzeitung von GastroSuisse – beschränkte sich bis heute auf die Aussage: «Wir sind die von der WEMF beglaubigte, auflagenstärkste Wochenzeitung für Hotellerie, Tourismus und Restauration.» Das ist weit untertrieben, wie die «LESERANALYSE-FACHMEDIEN» vom Verband Schweizer Presse und vom Marktforschungsunternehmen GFK-Institut zeigt. Dank der Leseranalyse

haben neu auch die Fachmedien die Möglichkeit, ihre Leserstruktur von einer unabhängigen und offiziellen Instanz analysieren zu lassen.

GastroJournal hat das getan. Und die Resultate sind für GastroJournal sehr positiv ausgefallen. Die Wochenzeitung von GastroSuisse, dem grössten Arbeitgeberverband für Gastronomie und Hotellerie, kann ihren Inserenten als Planungs-Werkzeug also auch die Leserstruktur aus der offiziellen Marktanalyse zur Verfügung stellen

Download Leseranalyse: www.gastrojournal.ch

