



erreicht
die Berliner
Gastronomie
& Hotellerie

hogaAKTIV

Das Magazin: für die Gastgeber Berlins

hogaAKTIV
*offizielles Organ des Hotel- und
Gastronomieverbands Berlin*

**11 Ausgaben jährlich
davon 6 Print+Online und 5 nur Online**

Auflage 2.000 Exemplare

HEFTINFORMATIONEN

Erscheinungsweise	monatlich, 11 Ausgaben jährlich davon 6 Print+Online und 5 nur Online Doppelausgabe August/September
Vertrieb	Postvertrieb an alle Mitglieder, Hotels, Restaurants und Gaststätten ca. 90 % Hauptstadtregion und ca. 10 % bundesweit
Heftformat	DIN A4 hoch 210 x 297 mm
Satzspiegel	180 x 255 mm
Spaltenbreite	3 Spalten à 57 mm, 2 Spalten à 87,5 mm
Umfang	36-52 Seiten
Druckverfahren	4/4-farbig Offsetdruck
Papier	Bilderdruckpapier
Verarbeitung	2-Klammer-Rückstichheftung
Anzeigenschluss	siehe Terminplan

HERAUSGEBER

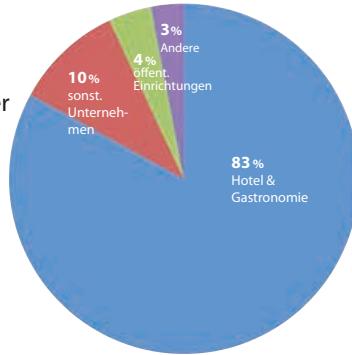
Herausgeber	Hotel- und Gastronomieverband Berlin e.V. Keithstraße 6 · 10787 Berlin Telefon: 030 - 3180480 Telefax: 030 - 31804828 www.dehoga-berlin.de
--------------------	--

MEDIABERATUNG

Martina Nellessen	030 - 43 777 82 -26 • 0172 - 328 95 09 martina.nellessen@raz-verlag.de
Falko Hoffmann	030 - 43 777 82 -21 • 0151 - 64 43 21 19 falko.hoffmann@raz-verlag.de
Ursula Lindner	0173 - 255 00 35 ursula.lindner@raz-verlag.de
Michaela Böger	030 - 43 777 82 -23 • 0162 - 20 60 737 michaela.boeger@raz-verlag.de

DRUCKDATENINFOS

Dateiformat	PDF/X-3:2002, Kompatibilität: Acrobat 4.0 / PDF-Standard 1.3 andere Formate nach Absprache
Druckstandard	Prozessstandard Offsetdruck ISO PSO Coated V3
Druckprofil	250-300 dpi, Strich max. 1.270 dpi, min. Linienstärke: 0,25 pt
Bildauflösung	Schriften einbetten oder in Pfaden



KURZ-CHARAKTERISTIK

hogaAKTIV – Das Magazin für Berlins Gastgeberinnen und Gastgeber

hogaAKTIV ist das Magazin des Hotel- und Gastronomieverbands Berlin e. V. – und die Stimme der Berliner Hotellerie und Gastronomie. Hier erfahren **Entscheiderinnen und Entscheider aus Hotels, Restaurants, Bars, Cafés und Cateringbetrieben**, was die Branche bewegt: inspirierende Erfolgsgeschichten, aktuelle Trends, praxisnahe Tipps und relevante Branchennews. Darüber hinaus ist hogaAKTIV das zentrale Medium, über das der Verband seine **politischen Ziele formuliert und klare Positionen bezieht**. So erreicht das Magazin nicht nur die Betriebe der Branche, sondern auch **politische Entscheidungsträgerinnen und Entscheidungsträger** – und trägt damit aktiv zur **Interessenvertretung des Berliner Gastgewerbes** bei.

Ihre Marke im besten Umfeld

Mit einer **hohen Reichweite, journalistischer Qualität und starker Glaubwürdigkeit** bietet hogaAKTIV ein ideales Umfeld für Ihre Werbebotschaft. Ob klassische Anzeige oder **Advertisorial im redaktionellen Stil** – Ihre Marke wird authentisch, aufmerksamkeitsstark und zielgenau präsentiert.

Profitieren Sie von:

- einer entscheidungsstarken Leserschaft aus Hotellerie und Gastronomie
- einem glaubwürdigen redaktionellen Umfeld mit politischer Relevanz
- individuellen Werbemöglichkeiten – von Anzeige bis Advertisorial
- direkter Reichweite in die Branche und zur Politik

hogaAKTIV – das Sprachrohr der Berliner Gastgeber.

**Informativ. Meinungsstark.
Nah an der Branche.**

ANZEIGENPREISE & FORMATE PRINT				(bei Anzeigen im Anschnitt bitte 3 mm Beschnitt einplanen)		
Format	Satzspiegel B x H in mm	mit Anschnitt B x H in mm	Print & Online Direktpreis	Print & Online Agenturpreis*	nur Online Direktpreis	nur Online Agenturpreis*
2+3. Umschlagsseite	---	210 x 297	2.590,00	3.040,00	1.800,00	2.100,00
1/1 Seite	180 x 255	210 x 297	2.130,00	2.500,00	1.500,00	1.750,00
2/1 Seite	380 x 255	420 x 297	3.800,00	4.450,00	2.650,00	3.100,00
1/2 Seite quer	180 x 125	210 x 146	1.190,00	1.400,00	830,00	970,00
1/2 Seite hoch	87,5 x 255	107,5 x 297	1.190,00	1.400,00	830,00	970,00
1/3 Seite quer	180 x 80	---	850,00	990,00	590,00	690,00
1/4 Seite hoch	87,5 x 125	---	640,00	750,00	450,00	520,00
1/4 Seite quer	180 x 60	---	640,00	750,00	450,00	520,00
1/6 Seite	87,5 x 82	---	470,00	550,00	330,00	380,00
1/8 Seite hoch	41,5 x 125	---	370,00	430,00	260,00	300,00
1/8 Seite quer	180 x 32,5	---	370,00	430,00	260,00	300,00

Preise gelten für die Ausgaben die als Print und online erscheinen.

Preise gelten für die Ausgaben die nur online erscheinen.

PR-ANZEIGEN/ADVERTORIALS



Advertorials – die Anzeigen mit redaktioneller Anmutung sind gestaltet in der Optik des Magazins. In enger Abstimmung mit Ihnen schreiben wir den Text und bereiten diesen mit auflockernden Bildern und Grafiken im Stil des Magazins auf. Die Bilder erhalten wir in druckfähiger Form von Ihnen.

	Direktpreis	Agenturpreis*
2 Seiten	3.800,00	4.450,00
1 Seite	2.130,00	2.500,00
1/2 Seite	1.190,00	1.440,00

Gerne unterstützen wir Sie bei der Erstellung hochwertiger Fotos für PR-Anzeigen/Advertorials. Preis auf Anfrage.

***Für Agenturen gelten die Agenturpreise, abzgl. 15% AE.**



RABATTE

ab 2 Ausgaben	5%
ab 4 Ausgaben	10%
ab 6 Ausgaben	15%

ZUSCHLÄGE

Platzierungswünsche, deren Erfüllung Auftragsvoraussetzung sind, erfordern einen Aufschlag von	15%
--	-----

BEILAGEN mind. 1 Monat vor Erscheinungstermin buchbar

GESAMTAUFLAGE	2.000 Exemplare
bis 20g	Direkt-/Agenturpreis* 1.390,00 / 1.625,00
Höhere Gewichte und Sonderformate auf Anfrage, DIN-Formate, Größe max. 210 x 297 mm	

VERSANDANSCHRIFT:

Anlieferung bis spätestens 20 Tage vor Erscheinen.
Anlieferadresse für Beilagen bitte beim Verlag erfragen.

MUSTERVERSAND:

Für die Beilagen ist die rechtzeitige Zusendung von jeweils 5 Mustern an der Verlag mindestens 20 Tage vor Erscheinen erforderlich. Bitte Muster an den Verlag unter folgender Angabe: hogAKTIV, Ausgabe XY

BEIHEFTER mind. 1 Monat vor Erscheinungstermin buchbar

GESAMT 4 Seiten	Direkt-/Agenturpreis* 1.200,00/1.500,00
Beihefter sind fest in die Zeitschrift eingebundene Drucksachen und nur in der Gesamtauflage möglich. Format: 210 x 297 mm zzgl. 3 mm Beschnitt umlaufend. Höhere Umfänge auf Anfrage, Anlieferung bis spätestens 20 Tage vor Erscheinen.	

Alle Preise verstehen sich in € netto zuzüglich der gesetzlich vorgeschriebenen Mehrwertsteuer.

Die allgemeinen Geschäftsbedingungen finden Sie unter www raz-verlag.de/agb

TERMINE 2026

bei den blau markierten Terminen handelt es sich ausschließlich um Online-Ausgaben

Ausgabe Heft	Erscheinungs-monat	Erscheinungsform	Erscheinungs-termin	Anzeigen-schluss	Druck-unterlagen
02	Februar	nur Online	Fr, 13.02.2026	Mo, 02.02.2026	Mo, 09.02.2026
03	März	nur Online	Fr, 13.03.2026	Do, 05.03.2026	Mo, 09.03.2026
04	April	Print & Online	Mo, 13.04.2026	Fr, 20.03.2026	Fr, 27.03.2026
05	Mai	Print & Online	Mi, 13.05.2026	Do, 23.04.2026	Do, 30.04.2026
06	Juni	nur Online	Do, 04.06.2026	Do, 21.05.2026	Do, 28.05.2026
07	Juli	Print & Online	Do, 16.07.2026	Do, 25.06.2026	Do, 02.07.2026
08/09	August/September	Print & Online	Fr, 11.09.2026	Do, 20.08.2026	Do, 27.08.2026
10	Oktober	nur Online	Mo, 05.10.2026	Fr, 18.09.2026	Fr, 25.09.2026
11	November	Print & Online	Fr, 06.11.2026	Do, 15.10.2026	Do, 22.10.2026
12	Dezember	nur Online	Fr, 27.11.2026	Mo, 16.11.2026	Mo, 23.11.2026
01	Januar 2027	Print & Online	Fr, 08.01.2027	Do, 10.12.2026	Do, 17.12.2026

Die Erscheinungstermine können z.B. aus redaktionellen Erwägungen abweichen..



NPKS

Berliner Hotel macht aus Kaffeeklatsch vegane Seife

Kaufhausdirektorin Barbara und Auszubildender Michael erinnern sich an gemeinsame Kindheitstage mit der Mutter. Diese war eine vegane, die sie auf ihrem Landgut in den 1970er-Jahren mit sozialem Engagement und sozialen Aktivitäten aufmachte. „Sie hat mich davon überzeugt, dass man nicht auf Reichtum verzichten muss, um eine gesunde Ernährung zu haben“, sagt Michael. „Ich habe sie sehr verehrt.“

„Wir wollen mit unserer neuen Seife einen Beitrag dazu leisten, dass mehr Menschen auf vegane Lebensmittel setzen“, sagt Barbara. „Viele Menschen sind noch skeptisch, aber wir möchten zeigen, dass es möglich ist.“

36 [www.npkseife.de](#)

Das Metthaus
In Berlin-Brandenburger Berg von Silvio Pfeiffer

Mario Müller will nicht „Das Metthaus“ in Brandenburger Berg. Der Chef vom Restaurant Berg, der die Küchenmeisterin Barbara und den Auszubildenden Michael ausgebildet hat, möchte die neue Ausbildung auch nach dem Abschluss der Lehre weiterführen. „Ich kann mir vorstellen, dass es eine interessante und attraktive Ausbildung werden wird“, sagt Müller. „Ich hoffe, dass wir zusammen mit anderen Betrieben eine entsprechende Ausbildung für andere Köche finden.“

„Ich bin sehr dankbar, dass ich hier meine Ausbildung machen durfte“, sagt Barbara. „Hier kann man lernen, wie wichtig es ist, die richtige Beziehung zu den Produkten und den Menschen zu haben.“

„Für uns als Betreiber ist es wichtig, dass wir die Ausbildung weiterführen“, sagt Müller. „Wir müssen sicherstellen, dass die Ausbildung weitergeführt wird.“

37 [www.metthaus.de](#)



Neuer Executive Chef im BEAST BERLIN:
Alexander Freund gewinnt Philipp Bergk

Philipp Bergk steht in der Gaststätte Beast Berlin, und mit einer lächelnden Geste schaut er auf. „Die angekündigte Übergabe ist eine wahre Freude“, sagt Alexander Freund, der seit 2018 bei Beast arbeitet. „Aus einer anderen Perspektive ist es eine Herausforderung, eine so starke Einrichtung wie Beast Berlin zu übernehmen.“

„Ich freue mich auf die Herausforderungen, die mich erwarten“, sagt Bergk. „Ich habe viel Erfahrung im Bereich der Gastronomie und weiß, was es bedeutet, eine solche Einrichtung zu übernehmen.“

„Ich freue mich auf die Herausforderungen, die mich erwarten“, sagt Bergk. „Ich habe viel Erfahrung im Bereich der Gastronomie und weiß, was es bedeutet, eine solche Einrichtung zu übernehmen.“

38 [www.beast-berlin.de](#)

Dinnerbox Konversion
ist der neue Restaurant-Kontrollraum

Ein Jahr nach seinem Start hat die Berliner Firma Dinnerbox Konversion das erste Restaurant-Kontrollraum eröffnet. Das Unternehmen hat die technologische Basis für die zentrale Steuerung aller Restaurants und Lieferdienste geschaffen.

39 [www.dinnerbox.de](#)

Renovierung free Leonardo
Drei Hotel-Restaurants erhalten ein neues Gesicht

Die drei Restaurants des Leonardo Hotels in Berlin-Mitte und -West sind im Rahmen einer umfangreichen Renovierung neu eingerichtet worden. Die neue Gestaltung soll die Qualität und den Komfort der Unterkunft erhöhen.

40 [www.leonardo-hotel.com](#)

WER IN BERLIN

Gemeinsam miteinander

Starke Partner des Berliner Gastgewerbes

Netzwerktreffen im BEAST am Alex

Traditionell den BEAST-Gäste - gegen Ende des Jahres vor einer guten 1000 Besuchern - und anderen Gästen der Gastronomie sowie von Unternehmen und Institutionen zu dienen - ein Ort für Gespräche über das aktuelle Schicksal der Branche und darüber, wie man die Herausforderungen mit dem 01. Oktober 2015 bestreiten kann.

Am 15. November wird mit dem BEAST-Gästekongress wieder schärfer auf einen fairen Wettbewerb zwischen Dienstleistern und Produzenten eingegangen. „Die gesetzliche Reaktion auf das Preismanipulationsverbot muss den Betrieb verhindern“, willigte der Vorsitzende des Deutschen Gastgewerbeverbands (DGV) Thomas Kühn in einer Pressekonferenz ein. „Wir haben dafür gesorgt, dass das Gesetz am 01. Oktober 2015 in Kraft tritt.“ Der Vorsitzende des DGV-Congress-Komitees, Michael Schmitz, informierte über die erwarteten schwierigen Zeiten. „Die Branche ist weiterhin nach unten drückend, besonders im Bereich der Preise“, so Schmitz. „Zurzeit sind wir bei den Restaurants in Berlin und Brandenburg in der Lage, ohne dass die Bevölkerung merkt, dass es sich um eine Krise handelt, die Konkurrenz zu bestehen.“ Berlin und Brandenburg sind laut Schmitz die beiden Städte, die am meisten unter dem Preismanipulationsverbot leiden werden.

Ulrich Pfeiffer (links), Präsident des DGV, und Michael Schmitz, Vorsitzender des Kongress-Komitees, vor einem Bild vom Berliner Alexanderplatz.

</