

---

# Tarif 2010

---

Buchungen aus dem Ausland

## **DIE** **WELTWOCH**E

**Gründungsjahr** 1933  
**Verkaufte Auflage** 81 753 Exemplare (WEMF-beglaubigt 2009)  
**Leser** 348 000 (Leader RW 22.7% + Top Leader RW 26.4%)  
**Reichweite** 8.1%  
**Erscheinungsweise** 52× im Jahr/wöchentlich/donnerstags  
**Verbreitungsgebiet** Deutsche Schweiz, Liechtenstein,  
Österreich und Deutschland  
**Adresse** Förrlibuckstrasse 70, Postfach, CH-8021 Zürich  
Tel. +41 43 444 57 02  
weltwoche.ch/anzeigen

<b>Verleger/Chefredaktor</b>	<b>Roger Köppel</b>	<b>Tel. +41 43 444 56 16</b>
<b>Verlagsleitung</b>	<b>Maike Juchler</b>	<b>Tel. +41 43 444 56 00</b>
<b>Anzeigenleitung</b>	<b>Christine Lesnik</b>	<b>Tel. +41 43 444 56 03</b>
<b>Online-Verkauf</b>	<b>Publicitas web2com AG</b>	<b>Tel. +41 44 250 31 91</b>

## Formate und Preise

Seitenformat	Satzspiegel in mm	Randanschnitt in mm	Bruttopreis CHF
2. Umschlagseite	208 × 269	230 × 300	22 270.– (Extra 24 150.–)
3. Umschlagseite	208 × 269	230 × 300	17 760.– (Extra 17 760.–)
4. Umschlagseite	208 × 269	230 × 300	24 260.– (Extra 26 250.–)
1. Doppelseite	434 × 269	460 × 300	36 750.– (Extra 38 640.–)
1. rechtsliegende Seite, vis-à-vis Inhalt	208 × 269	230 × 300	18 500.– (Extra 18 900.–)
1. 1/1-Seite, vis-à-vis Editorial	208 × 269	230 × 300	18 970.– (Extra 19 420.–)
Doppelseite	434 × 269	460 × 300	32 130.– (Extra 33 600.–)
1/1-Seite	208 × 269	230 × 300	16 065.– (Extra 16 800.–)
2/3-Seite hoch	137 × 269	150 × 300	13 545.– (Extra 13 545.–)
2/3-Seite quer	208 × 174	230 × 192	13 545.–
1/2-Seite quer	208 × 131	230 × 149	10 080.– (Extra 10 500.–)
1/3-Seite hoch	66 × 269	79 × 300	6 783.– (Extra 7 350.–)
1/3-Seite quer	208 × 85	230 × 103	6 783.–
1/6-Seite hoch	66 × 131	79 × 149	3 465.–

## Vermerk

**Folgeanzeigen:** 20% Platzierungszuschlag auf den Bruttopreis. **Beraterkommission:** 15%. **Jahresumsatzprämie:** 15% ab CHF 48 195.– (Extra 50 400.–) brutto. **Sozialrabatt:** 50% (nicht abschluss- und BK-/JUP-berechtigt). Nur für in der ZEWO-Liste aufgeführte Auftraggeber. **Aufträge:** Die Abbestellung oder die Verschiebung von erteilten Aufträgen kann nur bis Anzeigen-Schluss angenommen werden. Bei späterer Sistierung behält sich die Weltwoche das Recht vor, die Anzeige zu verrechnen. **Reservationen:** Bei schriftlich bestätigten Reservationen seitens des Kunden oder der Weltwoche, die nach Anzeigenschluss sistiert werden, wird die Anzeige ebenfalls in Rechnung gestellt.

## Extras

Extras werden in einer Grossauflage von 95 000 Exemplaren lanciert anstatt den regulären 90 000 Exemplaren.

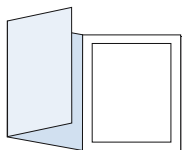
## Anzeigenstrassen

4 Anzeigenseiten  
(20% Rabatt abgezogen) CHF 54 621.–  
(Extra 4 Anzeigenseiten CHF 57 120.–)

8 Anzeigenseiten  
(40% Rabatt abgezogen) CHF 83 538.–  
(Extra 8 Anzeigenseiten CHF 87 360.–)

---

## Sonderwerbformen

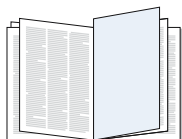


### Gatefolder mit 2. Umschlagseite

Bruttopreis: CHF 60 900.–

Breite: 217/217/227 mm

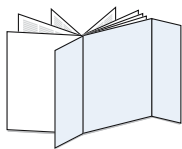
Höhe: 300 mm



### Heftstopper

Bruttopreis: CHF 39 400.–

Format: 205 × 330 mm



### Portalanzeige

Bruttopreis: CHF 69 300.–

Breite Mittelteil: 227 mm

Rechte Flappe: 123 mm

Linke Flappe: 123 mm

Total Breite: 473 mm

---

## Besonderes

Weitere Sonderwerbformen sind möglich, bitte kontaktieren Sie uns. Selbstverständlich prüfen wir auch sehr gerne Ihr neues Konzept und klären Möglichkeiten und Konditionen für Sie ab. Bitte beachten Sie, dass die Spezialformate frühzeitig angemeldet werden müssen und eine vorgängige Reservation und Prüfung seitens der Weltwoche unabdingbar ist. DM-Schlüsse sind zu erfragen.

---

## Vermerk

**Beraterkommission:** 5%.

**Aufträge:** Die Abbestellung oder die Verschiebung von erteilten Aufträgen kann nur bis Anzeigen-Schluss angenommen werden. Bei späterer Sistierung behält sich die Weltwoche das Recht vor, die Sonderwerbform zu verrechnen.

**Reservationen:** Bei schriftlich bestätigten Reservationen seitens des Kunden oder der Weltwoche, die nach Anzeigenschluss sistiert werden, wird die Anzeige ebenfalls in Rechnung gestellt.

# Rabatte

## Frankenabschlüsse

CHF	40 000.–	2%	CHF	150 000.–	8%	CHF	400 000.–	18%	CHF	700 000.–	22%
CHF	60 000.–	3%	CHF	200 000.–	10%	CHF	450 000.–	19%	CHF	800 000.–	23%
CHF	80 000.–	4%	CHF	250 000.–	12%	CHF	500 000.–	20%	CHF	900 000.–	24%
CHF	100 000.–	5%	CHF	300 000.–	14%	CHF	600 000.–	21%	CHF	1 000 000.–	25%

Frankenabschlüsse: Anzeigen und Beilagen/Beikleber/Beihefter von Hauptausgaben und Extras sind kumulierbar.

Abnahmefrist: 12 Monate

# Technische Daten

Die Weltwoche wird im Computer-to-plate-Verfahren produziert.

**Zeitschriftenformat:** 230 × 300 mm

**Satzspiegel:** 208 × 269 mm

**Randangeschnittene Inserate:**

+4 mm Beschnitt auf allen Aussenseiten. Texte und Bildteile, die nicht angeschnitten werden dürfen, **müssen 10 mm vom Heftrand entfernt sein.**

**Druckverfahren:** Rollenoffset, Farbreihenfolge S, M, C, Y, Flächendeckung 260%

**Rasterweite:** 60er-Raster, elliptische Punktform

**Farben:** 4-farbig, Euro-Skala (keine Pantone-Farben)

**Dichtewert:** Für Vollton und Punktverbreiterung gilt die ISO-Norm 12647-2

**ISO-Norm,**

**EURO-Standard:** siehe unter [www.eci.org](http://www.eci.org)

**Auflagepapier:**

a) Umschlag: offset matt, weiss, holzfrei, 120g/m<sup>2</sup>

b) Inhalt: MFC, weiss, leicht gestrichen, holzhaltig, 60g/m<sup>2</sup>

**Andruck/Proof/Druckersatz:** Zur farbverbindlichen Wiedergabe Ihrer Druckunterlagen benötigen wir ein auf auflagepapier-ähnlichem Träger hergestelltes Proof oder einem Andruck. Zur Überprüfung der Farbwerte muss der UGRA/FOGRA-Medienkeil integriert sein.

**Druckerei:**

Ziegler Druck- und Verlags AG, Rudolf-Diesel-Strasse 22, Postfach 778 CH-8401 Winterthur, Telefon +41 52 266 98 29, Fax +41 52 266 99 10

**Anlieferung Druckmaterial:** Ziegler Druck- und Verlags AG, Druckvorstufe/Weltwoche, Rudolf-Diesel-Strasse 22, CH-8401 Winterthur

**Digitale Vorlagen:** Wenn möglich als Highend-PDF erstellen (Schriften einbetten). PC/Windows nur als PDF- oder Tiff-Datei. Misch- und Pantonefarben müssen auf den gelieferten Daten bereits in Skalafarben (CMYK) undefiniert sein. Bei Anlieferung von offenen Daten müssen verwendete Logos, Bilder und Schriften in demselben Ordner mitgeliefert werden.

**Programme:**

Alle gängigen Grafik- und Layoutprogramme.

**Datenübermittlung per ftp:**

[ftp.zieglerdruck.ch](http://ftp.zieglerdruck.ch), user: weltwoche, passwort: welt.woche

Vor der Datenübermittlung ist unbedingt eine Auftragsinformation über Titel, Ausgabedatum, Inserateformat, Sujetbezeichnung, Absender mit Telefonnummer für Rückfragen an [weltwoche@zieglerdruck.ch](mailto:weltwoche@zieglerdruck.ch) erforderlich.

**Datenübermittlung Print Online (Poldirect):**

Für die Übermittlung elektronischer Daten bevorzugen wir die Branchenlösung POLDIRECT von Print Online. Damit werden die Anzeigen schnell und direkt übermittelt, zentral geprüft und archiviert, ohne zusätzliche Kosten für den Datensender.

**Information zu POLDIRECT finden sie unter [www.printonline.ch](http://www.printonline.ch), [info@printonline.ch](mailto:info@printonline.ch) oder Telefon +41 44 258 17 70**

**Datenübermittlung via Datenträger:**

Bevorzugte Datenträger: CD-Rom. Andere nach Absprache möglich. Den Datenträger ist ein den Druckbedingungen angepasstes, farbverbindliches Proof auf auflageähnlichem Träger mit dem Fogra-Medienkeil beizulegen. Datenträger müssen beschriftet sein: Die Weltwoche, Ausgabedatum, Inserateformat, Sujetbezeichnung und Absender mit Telefonnummer für Rückfragen. Bitte einsenden an: Ziegler Druck- und Verlags AG, Druckvorstufe/Weltwoche, Rudolf-Diesel-Strasse 22, CH-8401 Winterthur

**Datenkontrolle:**

Für die Datenkontrolle benötigen wir in jedem Fall einen den gelieferten Daten entsprechenden Anzeigenabzug (Proof, Laserprint usw.). Liegt uns dieser nicht rechtzeitig vor, lehnen wir jede Verantwortung für die korrekte Erscheinung ab.

**Datenkorrekturen/-bearbeitung:**

Satzkosten, Umkopieren, Anpassungen usw. werden separat nach Aufwand verrechnet (CHF 160.-/h).

**Datenverwaltung:**

Gelieferte Datenträger werden nur auf Verlangen zurückgesandt. Datenträger werden 3 Monate nach der letzten Erscheinung gelöscht respektive vernichtet.

# Erscheinungsplan 2010

Ausgabe	Erscheinungsdatum	Anzeigen- und DM-Schluss	Ausgabe	Erscheinungsdatum	Anzeigen- und DM-Schluss
1	07.01.2010	31.12.2009	27	08.07.2010	02.07.2010
2	14.01.2010	08.01.2010	28	15.07.2010	09.07.2010
3	21.01.2010	15.01.2010	29	22.07.2010	16.07.2010
4	28.01.2010	22.01.2010	30/31	29.07.2010 Sommer-Doppelausgabe	23.07.2010
5	04.02.2010	29.01.2010	32	12.08.2010	06.08.2010
6	11.02.2010	05.02.2010	33	19.08.2010	13.08.2010
7	18.02.2010	12.02.2010	34	26.08.2010	20.08.2010
8	25.02.2010	19.02.2010	35	02.09.2010	27.08.2010
9	04.03.2010	26.02.2010	36	09.09.2010	03.09.2010
10	11.03.2010	05.03.2010	37	16.09.2010	10.09.2010
11	18.03.2010	12.03.2010	38	23.09.2010	17.09.2010
SPECIAL	18.03.2010 Extra «Stil»	02.03.2010	SPECIAL	23.09.2010 Extra «Exklusiv»	07.09.2010
12	25.03.2010	19.03.2010	39	30.09.2010	24.09.2010
13	31.03.2010 (Mittwoch)	25.03.2010	40	07.10.2010	01.10.2010
14	08.04.2010	01.04.2010	41	14.10.2010	08.10.2010
15	15.04.2010	09.04.2010	42	21.10.2010	15.10.2010
SPECIAL	15.04.2010 Extra «Uhren & Schmuck»	29.03.2010	SPECIAL	21.10.2010 Extra «Mode»	05.10.2010
16	22.04.2010	16.04.2010	43	28.10.2010	22.10.2010
17	29.04.2010	23.04.2010	44	04.11.2010	29.10.2010
18	06.05.2010	30.04.2010	45	11.11.2010	05.11.2010
19	12.05.2010 (Mittwoch)	06.05.2010	SPECIAL	11.11.2010 Extra «Celebrate»	26.10.2010
SPECIAL	12.05.2010 Extra «Reisen & Einrichtung»	26.04.2010	46	18.11.2010	12.11.2010
20	20.05.2010	14.05.2010	47	25.11.2010	19.11.2010
21	27.05.2010	21.05.2010	48	02.12.2010	26.11.2010
22	03.06.2010	28.05.2010	49	09.12.2010	03.12.2010
23	10.06.2010	04.06.2010	50	16.12.2010	10.12.2010
24	17.06.2010	11.06.2010	51/52	23.12.2010 Platin-Doppelausgabe	17.12.2010
25	24.06.2010	18.06.2010	Die Annullationstermine entsprechen den Anzeigenschlussdaten.		
26	01.07.2010	25.06.2010			

## Hochglanz-Extras



18. März

«*Stil*»

15. April

«*Uhren & Schmuck*»

12. Mai

«*Reisen & Einrichtung*»

23. September

«*Exklusiv*»

21. Oktober

«*Mode*»

11. November

«*Celebrate*»

## Doppelausgaben



29. Juli

*Sommer-Doppelausgabe*

23. Dezember

*Platin-Doppelausgabe*

Auflage 95 000 Exemplare

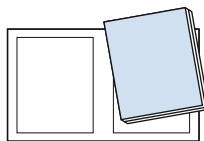
Distribution Abo- und Kioskaufgabe sowie Swiss Leading Hotels, VIP-Lounges Flughafen und Swiss Leading Hospitals

Erscheinungsplan  
Extras

# Beilagen und Beihefter

## Lose Beilagen

Gewicht	Gesamtkosten	Kosten je 1000 Ex.
bis 25 g	CHF 35 460.–	CHF 394.–
bis 35 g	CHF 39 780.–	CHF 442.–
bis 50 g	CHF 42 030.–	CHF 467.–
bis 75 g	CHF 45 810.–	CHF 509.–
ab 75 g	auf Anfrage	



Preise inklusive Porto und technischer Kosten.

## Technische Bedingungen

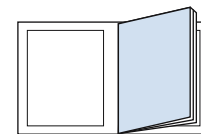
- **Mindestformat:** 105×148 mm  
**Maximalformat:** 225×297 mm
- **Dicke:** max. 2,5 mm
- **Papiergewicht:** 2-seitig mind. 120g/m<sup>2</sup>, 4- bis 6-seitig mind. 90g/m<sup>2</sup>, 8- bis 24-seitig mind. 60g/m<sup>2</sup>
- **Ausrüstung:** gefalzt, mindestens zu 100 Exemplaren nicht bandiert, innerhalb des Paketes unverschränkt
- In der Beilage enthaltene Fremdanzeigen werden pro Sujet/Seite mit 25% einer Anzeigenseite (CHF 4 017.–) belastet.
- **Splitzuschlag** CHF 2 700.– (Split-Aboauflage möglich, Regionen auf Anfrage)

## Muster

Für Beilagen und Beihefter gilt: 3 Wochen vor Erscheinen ist eine Musterlieferung (5 Exemplare) dem Anzeigeninnendienst zu senden.

## Beihefter

Gewicht	Gesamtkosten	Kosten je 1000 Ex.
bis 25 g	CHF 35 460.–	CHF 394.–
bis 35 g	CHF 39 780.–	CHF 442.–
bis 50 g	CHF 42 030.–	CHF 467.–
bis 75 g	CHF 45 810.–	CHF 509.–
ab 75 g	auf Anfrage	

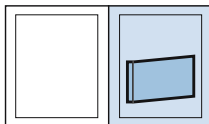


Preise inklusive Porto und technischer Kosten.

## Technische Bedingungen

- **Mindestformat:** 105×148 mm + 5 mm Kopfbeschnitt  
**Maximalformat:** 230×300 mm (Heftformat) + 5 mm Kopf-/10 mm Fuss-/5 mm Frontbeschnitt. Abstand nicht anzuschneidender Elemente vom Formatbeschnitt mind. 8 mm wegen Bundverjüngung
- **Greiffalz:** hintere Hälfte des Bogens 10 mm länger, im Kopf oben geschlossen (bis 16 Seiten)
- **Ausrüstung:** gefalzt, mind. zu 100 Ex. nicht bandiert, innerhalb des Paketes unverschränkt. Wenn kleiner als Heftformat, rechts und unten auf definitives Format geschnitten + 5 mm Kopfbeschnitt
- **Dicke:** max. 2,5 mm
- **Papiergewicht:** 4-seitig mind. 100g/m<sup>2</sup>, grössere Umfänge mind. 60g/m<sup>2</sup>
- In der Beilage enthaltene Fremdanzeigen werden pro Sujet/Seite mit 25% einer Anzeigenseite (CHF 4 017.–) belastet.
- **Splitzuschlag** CHF 2 700.– (Split-Aboauflage möglich, Regionen auf Anfrage)

## Inserat mit Beikleber



Gewicht/Artikel	Gesamtkosten	Kosten je 1000 Ex.
Postkarte	CHF 12 870.–	CHF 143.–
bis 25 g	CHF 17 820.–	CHF 198.–
bis 50 g	CHF 22 320.–	CHF 248.–
Sachets/Muster	auf Anfrage	

Preise inklusive Porto und technischer Kosten, exklusive Inseratekosten.

## Technische Bedingungen

- **Mindestformat:** 55×85 mm  
**Maximalformat:** 190×210 mm
- **Mindestabnahme:** 1/1-Seite, gemäss Bruttopreis
- **Stand bei Prospektbeiklebern:** Der Bund des Prospektes muss zum Bund des Heftes liegen
- **Standabweichung:** 2–3 mm möglich
- **Standangaben:** mind. 15 mm vom Bund entfernt, Kopf-/Fuss-/Frontschnitt mind. 15 mm vom Rand
- **Ausrüstung:** auf Endformat geschnitten; Fehl-Leistungen bis zu 1 % der zur Verfügung gestellten Anzahl liegen in der Toleranz.
- **Papiergewicht:** mind. 150g/m<sup>2</sup>, max. 300g/m<sup>2</sup>, Postkarten müssen den Postvorschriften entsprechen

## Auflage

Basis für die Berechnung der Beilagen und Beikleber ist die Druckauflage (90 000 Ex.)

- **Auflage:** 81 753 Exemplare (WEMF-beglaubigt 2009)
- **Aboauflage:** 77 000 Exemplare

## Muster

Vor der definitiven Zusage sind Muster zur Prüfung an den Anzeigen-Innendienst zu liefern. Für Beikleber ist ein/e Blindmuster/Standskizze 5 Wochen vor Erscheinen ebenfalls dem Anzeigeninnendienst zur Prüfung zu senden.

## BK II/JUP II

- **Beraterkommission:** 5%
- **Jahresumsatzprämie:** 5% ab Umsatz CHF 48 195.–

Beilagen, Beikleber sowie Beihefter sind abschluss- und BK-/JUP-berechtigt.

## Anlieferung

**Montag bis Donnerstag in der Woche vor Erscheinen:**

Ziegler Druck- und Verlags AG, Warenanlieferung  
Grüzefeldstrasse, 8404 Winterthur

Voranmeldung unter Telefon +41 52 266 98 84  
oder +41 52 266 98 83

# Insertionsbedingungen

## 1 Begriff des Insertionsvertrages

Die Insertionsbedingungen regeln die vertraulichen Beziehungen zwischen dem Inserenten resp. dem beauftragten Werbevermittler und dem Verlag, sofern nicht schriftlich etwas anderes vereinbart wurde. Durch den schriftlichen oder mündlichen Abschluss eines Insertionsvertrages verpflichtet sich der Verleger, in der bezeichneten Publikation eine oder mehrere Anzeigen erscheinen zu lassen, während der Anzeigenkunde die Insertionskosten zu bezahlen hat.

## 2 Anwendbare Rechtsnormen

Massgebend für die Regelung des Vertragsverhältnisses sind in erster Linie die Geschäftsbedingungen (AGB) und die Vorschriften des Schweizerischen Obligationenrechts (OR).

## 3 Frankenabschlüsse und Wiederholungsaufträge

### 3.1 Zuverlässigkeit

Frankenabschlüsse und Wiederholungsaufträge sind für Anzeigen eines einzelnen Anzeigenkunden zulässig. Für Konzerne und Holdinggesellschaften gelten spezielle Reglemente des SZW/VSW.

### 3.2 Abschlüsse und deren Laufdauer

Die Abschlusshöhe muss grundsätzlich bei der ersten Disposition, auf alle Fälle vor Erscheinen der ersten Anzeige bekannt sein. Die Laufdauer der Abschlüsse und Wiederholungsaufträge beginnt spätestens mit dem Datum der ersten Insertion, sofern bei Abschlusserteilung nicht ein anderes Datum bestimmt wird: Sie beträgt 12 Monate und kann grundsätzlich nicht geändert werden. Beginnt die Laufdauer des Abschlusses bis und mit dem 15. eines Monats, so läuft sie bis Ende Vormonat des folgenden Jahres.

### 3.3 Tarif- und Tarifänderungen

Ein Vertrag wird pro Publikation zum Grundtarif abgeschlossen. Dem Abschluss werden alle rabattberechtigten Anzeigenkategorien zum jeweils gültigen Tarif angerechnet. Änderungen der Preise, Rabatte und der MWST treten auch bei laufenden Dispositionen sofort in Kraft. Der Inserent hat das Recht, innerhalb von zwei Wochen seit Bekanntgabe des neuen Preises vom Vertrag zurückzutreten. In diesem Falle hat er nur Anrecht auf den Rabatt, der gemäss Rabattskala der effektiv abgenommenen Menge entspricht.

## 4 Rabatte

### 4.1 Frankenabschlussrabatt

Für jeden Frankenabschluss hat der Auftraggeber Anrecht auf den tariflichen Abschlussrabatt.

### 4.2 Rückwirkender Rabatt

Übersteigt das Volumen der aufgegebenen Anzeigen innert Jahresfrist die vorgesehene Abschlusshöhe, so wird der Rabatt auf dem Gesamtvolumen berechnet und dem Kunden im Rahmen der Rabattskala ein rückwirkender Rabatt auf Ende Verrechnungsperiode gewährt.

### 4.3 Wiederholungsrabatt

Der Wiederholungsrabatt wird auf Aufträgen erteilt, welche die der Rabattskala entsprechende Anzahl Anzeigen (innerhalb von max. 12 Monaten) enthalten und gleichzeitig disponiert werden. Die Grösse darf nicht verändert werden, Texte oder Sujets nur dann, wenn es sich um Volldruckmaterial handelt. Erweiterungen und Erneuerungen eines Wiederholungsauftrages sind möglich, sofern der entsprechende Auftrag vor Erscheinen der letzten Insertion in den vorgängig erwähnten Formen und innerhalb der Zeitspanne von 12 Monaten erteilt wird. Der Rabatt wird

verrechnet. Als solche gelten Dienstleistungen wie die Erstellung von Druckunterlagen, Anzeigengestaltung, Textvorlagen, Übersetzungen, Mediaabrechnungen und -auswertungen usw., welche über das übliche Mass (z.B. einfache Streupläne, Kostenabrechnungen usw.) hinausgehen, sowie DTP-Kosten, Expressgebühren, häufige Auftragsmutationen, nachträgliche Neugruppierungen von Rechnungen, Zwischenmeldungen für laufende Dispositionen, Fremdleistungen etc.

## 8 Platzierungswünsche

Platzierungswünsche des Auftraggebers werden nur unverbindlich entgegengenommen. Erscheint die Anzeige aus technischen Gründen an einer anderen Stelle als vorgeschrieben oder gewünscht, so kann deswegen weder die Zahlung verweigert noch Schadenersatz verlangt werden.

## 9 Beanstandungen

Für fehlerhaftes Erscheinen, das den Sinn oder die Wirkung einer Anzeige wesentlich beeinträchtigt, wird Ersatz in Form von Anzeigenraum bis zur Grösse der fehlerhaften Anzeige geleistet. Telefonische Bestellungen, Änderungen oder Abbestellung von Anzeigen erfolgen auf Gefahr des Anzeigenkunden. Eine weitere Haftung wird abgelehnt. Druckfehler, die weder Sinn noch Wirkung der Anzeige stören, berechtigen nicht zu Preisnachlässen. Der Verlag gewährleistet eine drucktechnisch gute Wiedergabe der Anzeigen. Bedingung ist, dass der Auftraggeber für das jeweilige Druckverfahren einwandfreie, druckfertige Unterlagen liefert. Abweichungen vom verlangten Standard können dem Auftraggeber bekannt gegeben werden. Geringe Tonabweichungen sind im Toleranzbereich der Druckverfahren, der verwendeten Papiere und Farben begründet und berechtigen nicht zu Preisnachlässen. Verspätete Auslieferungen der Ausgaben, bedingt durch technische Störungen, berechtigen nicht zu Entschädigungen. Bei Druckmaterial, welches nicht den technischen Normen der Zeitschrift entspricht, wird jede Verantwortung abgelehnt. Mängelrügen müssen innerhalb eines Monats nach Eingang der Rechnung geltend gemacht werden. Nach Ablauf dieser Frist können sie nicht mehr entgegengenommen werden. Die Bestreitung eines oder mehrerer Posten der Rechnung entbindet den Auftraggeber nicht von der Pflicht, den Restbetrag dieser Rechnung gemäss der im Punkt «Zahlungsbedingungen» genannten Fristen zu begleichen.

## 10 Ablehnung von Anzeigen/Beilagen

Der Verleger hat das Recht, Anzeigen/Beilagen ohne Angabe von Gründen abzulehnen oder zu verschieben. Veröffentlichungen von redaktionellen Beiträgen können bei der Aufgabe von Inseraten nicht zur Bedingung gemacht werden.

## 11 Beachtung der rechtlichen Vorschriften

Für den Inhalt der Anzeigen ist der Auftraggeber gegenüber Verlag, Behörden und Leserschaft voll verantwortlich. Wird die Zeitschrift von Dritten haftbar gemacht, verpflichtet sich der Auftraggeber, die Zeitschrift von irgendwelchen Ansprüchen freizustellen.

*Straf- und Zivilrecht:* Vorbehaltlich der zwingenden presserechtlichen Bestimmungen trägt der Anzeigenkunde unter Kostenfolge die alleinige Verantwortung, wenn durch die Veröffentlichung seiner Anzeige gesetzliche Vorschriften verletzt werden. Er verpflichtet sich, den Verleger von sämtlichen Ansprüchen Dritter, die im Zusammenhang mit dem Inhalt der Anzeige stehen, vollständig freizustellen und schadlos zu halten.

auf Grund des neuen Gesamtvolumens bzw. gemäss der entsprechenden Rabattstufe berechnet und unter Berücksichtigung der bereits abgerechneten Anzeigen rückwirkend gewährt. Wiederholungsaufträge sind auf jene Publikationen zu beschränken, deren Tarif entsprechende Möglichkeiten vorsieht.

#### 4.4 **Rabattanpassungen**

Grundsätzlich gilt für die ganze Laufdauer der gleiche Rabattsatz.

#### 4.5 **Rabattnachbelastung**

Erreicht die abgenommene Menge am Ende der Laufdauer die vorgesehene Abschlusshöhe nicht, so erhält der Kunde im Rahmen der Rabattskala eine Rabattnachbelastung. Auf eine Rabattnachbelastung wird in der Regel verzichtet, wenn das fehlende Volumen nicht mehr als 3 Prozent der Abschlusshöhe beträgt.

#### 4.6 **Beraterkommission, Umsatzprämien**

**Beraterkommission BK:** Bei Aufträgen von kommissionsberechtigten Werbe- und Mediaagenturen wird eine Beraterkommission (BK) in Höhe von 15% vom Rechnungsnetto gewährt. Berechnungsgrundlage ist in diesem Fall der Grundpreis brutto. Auf Sonderwerbformen wie Beilagen, Beihefter, Beikleber, Warenmuster etc. werden 5% BK gewährt.

**Jahresumsatzprämie JUP II:** Eine Jahresumsatzprämie (JUP II) in Höhe von 15% vom Rechnungsnetto wird allen direkten Auftraggebern gewährt, deren Auftragsauftrag jährlich mindestens drei Seiten umfasst. Als Berechnungsgrundlage gilt der Grundpreis brutto. Auf Sonderwerbformen wie Beilagen, Beihefter, Beikleber, Warenmuster etc. werden 5% JUP gewährt.

**Beraterkommission und Jahresumsatzprämie:** Beraterkommission und Jahresumsatzprämie können nicht kumuliert werden. Bei Nichteinhaltung der Zahlungskonditionen werden ausbezahlte BK und JUP zurückgefordert.

#### 5 **Vorzeitige Vertragsauflösung**

##### 5.1 **Sistierung durch den Anzeigenkunden**

Die Abbestellung oder Verschiebung fest erteilter Dispositionen kann auch bei Vorliegen zwingender Gründe nur bis zum Anzeigenschluss angenommen werden.

##### 5.2 **Vertragsauflösung durch den Verleger**

Sollte während der Vertragsdauer eine Publikation ihr Erscheinen einstellen, kann der Verleger ohne Ersatzverpflichtung vom Vertrag zurücktreten. Der Anzeigenkunde ist in diesem Fall nicht von der Pflicht entbunden, die bereits erschienenen Anzeigen zu bezahlen. Im Fall vorzeitiger Vertragsauflösung durch den Verleger bleiben die Rabattbedingungen auf Grund der ursprünglich festgelegten Abschlusshöhe bestehen.

#### 6 **Zahlungsbedingungen**

##### 6.1 **Zahlungsfrist**

Sofern nichts anderes vereinbart wird, sind die Rechnungen innert 30 Tagen ohne Skontoabzug zu bezahlen. Bei rechtlichem Inkasso erlischt jede Rabattberechtigung auf allen nicht bezahlten Rechnungen. Für diese Rabatte wird eine Nachfakturierung vorgenommen.

##### 6.2 **Verzugszins**

Werden Rechnungen nicht innert 30 Tagen bezahlt, kann ein Verzugszins berechnet werden. Der Verzugszins beträgt 5 Prozent (Art. 104 OR).

##### 6.3 **Delcredere-Risiko**

Das Delcredere-Risiko eines Dritten ist vom Anzeigenkunden zu tragen, d.h., der Vertragspartner des Verlegers verpflichtet sich, für die Zahlungen oder für eine anderweitige Erfüllung der Verbindlichkeit des vermittelten Dritten einzustehen.

#### 7 **Zusätzliche Leistungen**

Ausserordentliche Aufwendungen plus MwSt werden nach branchenüblichen Tarifen zusätzlich

UWG: Der Anzeigenkunde stellt sicher, dass seine Anzeigen nicht gegen das UWG (Gesetz über den unlauteren Wettbewerb) verstossen. Im Falle einer Verletzung des UWG trägt der Anzeigenkunde die volle Verantwortung für allfällige den Verleger betreffende Konsequenzen. Insbesondere verpflichtet sich der Anzeigenkunde, sämtliche Aufwendungen, die sich für den Verleger aus einem UWG-Verfahren ergeben, zu übernehmen. Inserate, die auf Grund ihrer Gestaltung nicht klar als solche zu erkennen sind, werden mit der Bezeichnung «Anzeige» kenntlich gemacht. Für redaktionell gestaltete Anzeigen dürfen weder die Grundschrift der Zeitschrift noch der Zeitschriftentitel (Schrift und Signet) verwendet werden.

#### 12 **Gegendarstellungsrecht**

Gemäss Art. 28 fff. ZG hat derjenige, der durch Tatsachendarstellungen in periodisch erscheinenden Medien in seiner Persönlichkeit unmittelbar betroffen ist, Anspruch auf Gegendarstellung. Der Verlag kann die Gegendarstellung jedoch verweigern, wenn sie offensichtlich unrichtig ist oder wenn sie gegen das Recht oder die guten Sitten verstösst. Der Anzeigenkunde, der die beanstandete Tatsachenbehauptung veranlasst hat, verpflichtet sich, die durch die Ausübung des Gegendarstellungsrechts anfallenden Kosten zu tragen.

#### 13 **Anlieferung von Druckunterlagen und Beilagen**

Für vom Kunden angelieferte Daten (über Datenträger, Modem oder ISDN), die inhaltlich fehlerhaft oder unvollständig sind, wird jede Haftung abgelehnt. Weiter lehnt der Verleger jede Haftung ab, wenn angelieferte Daten oder Beilagen nicht standardmässig verarbeitet oder verwendet werden können und dadurch qualitative Mängel des Druckproduktes entstehen. Die dadurch entstehenden zusätzlichen Aufwände werden nach effektivem Aufwand berechnet. Eine Haftung des Verlegers beschränkt sich auf von ihm verursachte Fehler, die auf grobe Fahrlässigkeit zurückzuführen sind.

#### 14 **Gut zum Druck**

Nur bei von uns erstellten Anzeigen (separate Verrechnung) ab gelieferten reprofähigen Vorlagen wird dem Inserenten vor Druckbeginn ein Probeabzug unterbreitet mit der Angabe, bis wann Korrekturen entgegengenommen werden können. Bleibt der Verlag bis zu diesem Termin ohne Bericht, so ist er zur Annahme berechtigt, dass die Anzeige «gut zum Druck» ist. Korrekturen, die von der Vorlage abweichen und eine Neubearbeitung der Lithos erfordern, können nur angenommen werden, wenn die dafür notwendige Zeit zur Verfügung steht und der Inserent für die Kosten aufkommt. Für gelieferte belichtungsfertige Daten wird kein Probeabzug erstellt.

#### 15 **Druckunterlagen**

Für die termingerechte Lieferung der Druckunterlagen oder Beilagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Ohne ausdrückliche Vereinbarung ist der Verlag bzw. die Werbegesellschaft für geliefertes Druck- und Datenmaterial weder aufbewahrungs- noch rückgabepflichtig.

#### 16 **Tarifänderungen**

Tarifänderungen bleiben vorbehalten und treten für alle Inserenten gleichzeitig in Kraft. Der Inserent hat jedoch das Recht, innerhalb von 2 Wochen seit schriftlicher Bekanntgabe der neuen Preise vom Vertrag zurückzutreten. In diesem Fall hat er nur Anrecht auf den Rabatt, der gemäss Rabattskala dem effektiv abgenommenen Quantum entspricht.

#### 17 **Gerichtsstand**

Gerichtsstand ist das zuständige Gericht am Ort der Geschäftsstelle der Gesellschaft, die den Insertionsvertrag geschlossen hat. In diesem Falle ist der Gerichtsstand Zürich.

Diese Insertionsbedingungen gelten ab 1.1.2010 und ersetzen alle früheren Fassungen.

# Heftstruktur

## Aktuell

Editorial  
Kommentar  
Politik In- und Ausland  
Wirtschaft  
Finanzmärkte  
Fragen an  
Medien

## Editorial



## Kommentar



## Fragen an



## Medien



## Hintergrund

Top Stories  
Essays  
Interview

## Top Stories



## Essay



## Interview



## Stil & Kultur

Namen  
Luxus-Must haves  
Im Gespräch  
Auto  
Trinken und Essen  
Objekte  
Kultur/Film  
Literatur/Kunst

## Namen



## Luxus-Must haves



## Auto



## Im Gespräch

