



WERBEWOCHE

FACHMAGAZIN FÜR WERBUNG

Media-Daten 2019

Fachmagazin für Werbung, Medien und Marketing



Eine Publikation
der Galledia

Werbemarkt

kömedia
mit Leidenschaft

Kömedia AG

Geltenwilenstrasse 8a, 9000 St. Gallen

Tel. 071 226 92 92, Fax 071 226 92 93

info@koedia.ch, www.koedia.ch

Profil

Kurzcharakteristik

Die Werbewoche, das Fachmagazin für Werbung, Medien und Marketing, erscheint seit 1973. Sie ist die unabhängige Informationsquelle für Profis, die in der Werbe-, Marketingkommunikations- und Medienbranche auf dem Laufenden bleiben wollen und müssen. Das exklusive Wissens- und Unterhaltungsmagazin bietet Impulse und Denkanstöße zum Durchblättern. Aktuelle Kampagnen, spannende Porträts, Gespräche mit prägenden Persönlichkeiten und witzige Kolumnen sind feste Bestandteile in der Berichterstattung.

Die Werbewoche ist die Community der Werbeauftraggeber, -agenturen, Medienanbieter und Vermarkter und bietet somit die Plattform für alle, die diese Zielgruppen ansprechen wollen.

Redaktionsqualität

Die Redaktion bewegt sich in der Community der Werbeauftraggeber, -agenturen, Medienanbieter und Vermarkter. Dies ermöglicht eine einzigartige Berichterstattung. Mit den Rubriken, Fokus, Rein, Raus, Kolumnen, Menschen und einem Cartoon ist ein umfassendes Infotainment gewährleistet.

**«Sag meiner Mutter nicht, dass ich in der Werbung arbeite.
Sie glaubt, ich sei Pianist in einem Bordell.»**

Jacques Séguéla (*1934)

französischer Werber und Mitgründer von RSCG

Erscheinungsplan

Nr.	Erscheinung	Anzeigenschluss
1	4.2.2019	16.1.2019
2	6.3.2019	15.2.2019
3	8.4.2019	20.3.2019
4	10.5.2019	23.4.2019
5	11.6.2019	23.5.2019
6/7	10.7.2019	21.6.2019
8	2.9.2019	14.8.2019
9	4.10.2019	17.9.2018
10	5.11.2019	16.10.2019
11/12	6.12.2019	19.11.2019



Preise/Formate Gültig ab 1.1.2019

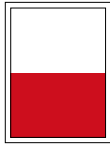
Heftformat: 310 × 470 mm *randabfallend (+ 3 mm Beschnitt an allen Formatkanten)



1/1 Seite
*310 × 470 mm
4-farbig 5900.–



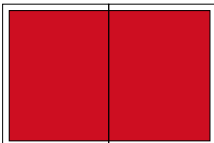
1/2 Seite
*152,5 × 470 mm
4-farbig 3900.–



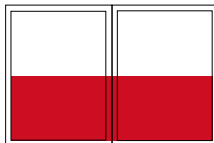
1/2 Seite
*310 × x 232,5 mm
4-farbig 3900.–



1/4 Seite
*310 × 113,75 mm
4-farbig 2900.–



2/1 Seite
*620 × 470 mm
4-farbig 11 800.–



2/ 1/2 Seite
*620 × 232,5 mm
4-farbig 7800.–

Rabatte

- > Wiederholungsrabatt
3 × 5 %, 5 × 10 %, 10 × 15 %

Zuschläge/BK

- > Textplatzierte Inserate 10 %
 - > BK vom Kundennetto 5 %
- Alle Zuschläge sind Rabatt- und BK berechtigt, ausser Technische Kosten/Postaltaxen.

Umschlagsseiten

- > 2. Umschlagsseite 6200.–
- > 3. Umschlagsseite 5900.–
- > 4. Umschlagsseite 6600.–

Sonderformate auf Anfrage

Technische Daten

MK Marketing & Kommunikation / Werbewoche

Druckauflage 9500 Exemplare

Auflagestruktur

Total verbreitet Auflage (WEMF 2018)	6842 Ex.
davon bezahlte Abonnements	2122 Ex.
davon Pflichtabonnements	3349 Ex.

Mitglieder: SWISS MARKETING/SMC, Schweizer Werbeauftraggeber SWA, Schweizer Dialogmarketingverband STV, Sponsoring Schweiz, Promoswiss, Schweizer Francise Verband SFV, Callnet.ch

Einzelverkauf	165 Ex.
Gratis/Bulk (WEMF 2018)	1206 Ex.

Gratisauflage 2658 Ex.
Zielgruppenversand, Messen, Veranstaltungen, Events,
Medienpartner, Ausbildungsinstitute, Verbände, Belegexemplare

Erscheinungsweise

10-mal jährlich mit MK

Heftformat 310 × 470 mm

Druck Bogenoffset, 4-farbig Skala, Offsetpapier

Druckunterlagen Bitte beachten Sie die [Dokumentation zum Datenmanagement](#) der Galledia.

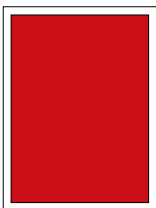
Farbmanagement Genauere Infos zum Farbmanagement finden Sie in den [Farbmanagement-Spezifikationen](#).

Publireportagen

Produkte- und Dienstleistungsvorstellungen von Unternehmen

In manchen Fällen bedarf ein erfolgsorientierter Werbeauftritt einer komplexeren Kommunikationsform.

Diesem Begehren wird mit der Möglichkeit einer Publireportage, eingebettet im redaktionellen Umfeld Rechnung getragen.



Publireportage Mini

Technische Daten

1/1 Seite, 4-farbig

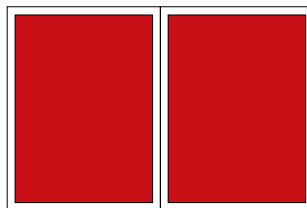
Preise

Werbewert 5500.–

Online-Aufschaltung

Werbewert 1750.–
 Bearbeitung 250.–
 SEO-Optimierung 250.–

Eintrag in Hauptrubrik plus 2 Unterrubriken
 Ein Korrekturlauf im Preis inbegriffen.



Publireportage Maxi

Technische Daten

2/1 Seite, 4-farbig

Preise

Werbewert 6800.–

Online-Aufschaltung

Werbewert 1750.–
 Bearbeitung 300.–
 SEO-Optimierung 250.–

Eintrag in Hauptrubrik plus 2 Unterrubriken
 Ein Korrekturlauf im Preis inbegriffen.

- > Grafisch klar gekennzeichnet.
- > Optisch klar wahrnehmbar.
- > Die Gestaltung durch den Verlag ist vorgegeben.
- > Ein Korrekturlauf ist jeweils im Preis inkludiert.

Allgemeine Geschäftsbedingungen

1. Begriff und Form des Anzeigenvertrags

Durch den Abschluss eines Anzeigenvertrags verpflichtet sich die Kömedia AG (nachfolgend: **Kömedia**) an einer bestimmten Publikation eine oder mehrere Anzeigen erscheinen zu lassen, währenddem der Kunde die Anzeigenpreise zu bezahlen hat. Anzeigenverträge werden grundsätzlich schriftlich abgeschlossen. Der Schriftform wird insoweit förmlich schriftlich abgelesen. Der Schriftform gleichgestellt und insoweit förmlich schriftlich abgelesen sind E-Mail, Fax und dgl. Neben Bestellungen können auch Änderungen oder Abbestellungen für Anzeigen schriftlich zu erfolgen.

2. Stellenerwerb der AGB

Masseblatt für die Regelung des Vertragsverhältnisses sind in erster Linie die folgenden allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB). Allfällige individuelle, schriftliche Vereinbarungen gehen den vorliegenden AGB vor. Dagegen gehen vorliegende AGB allfälligen anderslautenden AGB des Kunden vor. Die AGB haben auch für eine ggf. vom Kunden beauftragte Agentur und/oder Vermittlung Geltung, sei es, wenn die Agentur/Vermittlung selbst (und nicht ein Enduser) Kunde ist oder wenn diese selbstvertretend für den Kunden handelt (letzteres selbst dann, wenn nur der Kunde ausdrücklich erwähnt wird).

3. Basis für die Anzeigenpreisgestaltung

Es gelten die Tarife gemäss den aktuellen Media-Daten (Link). Die Anzeigenpreise verstehen sich immer exklusiv für die aktuellen Mehrwertsteuer. Zusätzliche Dienstleistungen wie die Erstellung von Druckunterlagen, Anzeigengestaltung, Textvorlagen, Übersetzungen, Mediaberrechnungen und -auswertungen usw., welche über das übliche Mass (z.B. einseitige Streulapen, Kostenberechnungen usw.) hinausgehen, werden zu den branchenüblichen Tarifen verrechnet. Anzeigen, die nicht auf dem Werbemittel, sondern anhand der publizierten Größe, der angehörigen Millimeter wird voll berechnet. Als Berechnungsgrundlage für die korrekte Durchführung von Online-Werbekampagnen sowie für die Abrechnung derselben gilt die Auswertung des Ad-Management-Tools des Verlags. Der Kunde hat keinen Anspruch auf Statistiken/metriken, die über das hinausgehen, was für die Abrechnung notwendig ist.

4. Ablehnung von Anzeigen

Der Verlag hat das Recht, Anzeigen ohne Angabe von Gründen abzulehnen. Daraus kann kein Schadenersatzanspruch abgeleitet werden. Von einem Vertragsabschluss umfasst sind einzig die vom Verlag akzeptierten Anzeigen.

5. Mengenabschlüsse und Wiederholungsaufträge

Mengenabschlüsse sind der Bezug von bestimmten Anzeigenvolumen in Grösse (Millimeter oder 1/16 Seite bzw. 1/8 Seite etc.) oder Franken während eines bestimmten Zeitraums. Wiederholungsaufträge sind Aufträge für Anzeigen, die an zum Voraus festgesetzten Datum unverändert erscheinen. Mengenabschlüsse und Wiederholungsaufträge sind grundsätzlich nur für Anzeigen eines einzelnen Werbemittels und unter der Voraussetzung betrachtet, dass die Auftraggeber, die unter verschiedenen Namen oder für Rechnung verschiedener Unternehmen erscheinen (Tochtergesellschaften usw.), sind grundsätzlich getrennte Verträge und Rabattvereinbarungen abzuschliessen. Konzernabschlüsse bleiben vorbehalten und werden besonders rechenbar. Der Verlag berücksichtigt dabei branchenübliche Standards. Die Laufdauer der Mengenabschlüsse und Wiederholungsaufträge beginnt mangels anderer Vereinbarung spätestens mit dem Datum der ersten Insertion. Sie betragt grundsätzlich 12 Monate, im Fall einer Erstinsertion bis zum 15. Tag eines Monats wird dieser mitgezählt.

6. Rabatte

Für jeden Mengenabschluss hat der Kunde Anrecht auf den tariflichen Abschlussrabatt (vgl. dazu die Angaben in den Media-Daten). Wiederholungsrabatt wird auf Aufträgen erteilt, welche die den Rabattbestimmungen entsprechende Anzahl Anzeigen (innerhalb von 12 Monaten) enthalten. Die Grösse darf nicht verändert werden. Texte oder Sujets nur darin, wenn es sich um Volltextmaterial handelt. Rabattposten werden mit Kunden mit Jahresratsvertrag einbezogen immer mit dem Kalenderjahr. Der Rabatt, der sich aus der bei Vertragsabschluss festgelegten Abschlusshöhe ergibt, kann auf Wunsch des Kunden auch während der Vertragsdauer durch Festlegung einer neuen Abschlusshöhe angepasst werden. Bei Bruttoabschlüssen werden Rabatt oder Jahresratsvertrag mit Ablauf der Rabattvereinbarung gutgeschrieben. Überschreitet das Volumen der aufgegebenen Anzeigen innert Jahresfrist die vorgesehene Abschlusshöhe, wird der Rabatt auf dem Gesamtvolumen berechnet und dem Kunden im Rahmen der Rabattbestimmungen ein rückwirkender Rabatt gewährt. Erreicht die abgenommene Menge am Ende der Laufdauer die vorgesehene Abschlusshöhe, wird der Kunde im Rahmen der Rabattbestimmungen eine Rabatt-Nachzahlung bei Kündigung des Kunden zuzüglich geänderter Tarife (vgl. Ziff. 15) hat dieser Anspruch auf den Rabatt, der gemäss Rabattbestimmungen der effektiv abgenommene Menge entspricht.

7. Obliegenheiten des Kunden

Geliefertes Material für gedruckte Anzeigen sowie Online-Verträge müssen die rechtlichen Normen des Verlags entsprechen (vgl. auch Media-Daten). Die Übermittlung erfolgt auf Gefahr des Kunden. Für die Anzeigenschlüsse gelten die Angaben in den Media-Daten bzw. den jeweiligen Ausgaben. Bei Onlineanschläüssen verpflichtet sich der Kunde, dem Verlag die Anzeige spätestens am ersten Arbeitstag vor dem ersten Schaltungstermin zur Verfügung zu stellen. Dies ist nur dann der Fall, wenn der Kunde die Inhalte der Anzeigen ein (inbzw. am gestigten Eigentum des Kunden) und dgl., soweit dies zur Vertragserfüllung notwendig ist. Der Kunde erlaubt dem Verlag weiter, soweit zur Vertragserfüllung notwendig die Werbemittel (einschliesslich aller kreativen Inhalte) zu nutzen, zu hosten, zu cachen, zu routen, zu speichern, zu vervielfältigen, zu verändern, anzuschauen, zu übermitteln, zu verbreiten und dgl. Er erklärt sich insbesondere damit einverstanden, dass der Verlag die Anzeigen auf eigene und fremde Online-Dienste einpassen oder sonst wie veröffentlicht und zu diesem Zweck bearbeitet kann. Der Verlag kann für die vereinbarten bzw. gebuchten Anzeigen die geschützte Gestaltung vollständig in Rechnung stellen, wenn die Anzeige aus Umständen die der Kunde zu vertreten hat, nicht oder nicht ordnungsmässig gehalten werden kann (was nicht rechtzeitiger, mangelhafter oder falscher Kennzeichnung oder nachträglicher Änderung). Allfällige entstandene Zusatzkosten können dem Kunden ebenfalls in Rechnung gestellt werden.

8. Erfüllung Allgemeines, Gestaltung

Erfüllungsort für beide Vertragsparteien ist St. Gallen. Der Verlag ist befugt, zur Vertragserfüllung Hilfspersonen, Unterkundkardanten und dgl. beizuziehen. Anzeigen müssen von den Lesern deutlich als solche erkennbar sein und vom redaktionellen Teil in Gestaltung und Schrift unterschieden werden können. Der Verlag behält sich eine zusätzliche Kennzeichnung durch eine Überschrift ein, welche die Werbung oder die Werbung für den Kunden nicht erklärt sein Einverständnis dazu, der Kunde ist damit einverstanden, dass die Anzeigen die vom Verlag abgedruckt, auf Online-Dienste eingespiesen oder sonstige veröffentlicht werden, für Dritte nicht frei verfügbar sind. Der Kunde überträgt dem Verlag das Recht (nicht aber die Pflicht), jede igtendwie geteilte Verwertung und Bearbeitung dieser Anzeigen durch nicht berechtigete Dritte mit den geeigneten Mitteln zu untersagen. Druckmaterial ohne Spezifikation wird als Einwegmaterial betrachtet. Dieses darf nach Ablauf einer Frist von 3 Monaten seit dem letzten Erscheinungdatum vernichtet werden. Eine Ausnahme gilt einzig für Druckmaterial mit permanentem Charakter, dieses ist in einem vom Kunden im Vertrag ausdrücklich als permanent zu kennzeichnen. Die Rücksendung von rückgabepflichtigem Druckmaterial erfolgt innerhalb von 3 Monaten nach Beendigung des Auftrages. Bei Papierkampagnen kann die Rückstellung wegen der Möglichkeit von Beschädigung während des Druckvorganges nicht gewährleistet werden.

9. Insbesondere Verbindungen, Platzierungswünsche und -vorschriften

Bestimmungen des Kunden werden im Vorfeld für die Beschäftigung durch den Verlag vorgezogene, aber ihm nicht nach termingebundenen Anzeigen um eine Ausgabe vor-oder zurückzuzuschicken. Erscheint eine nicht termingebundene Anzeige in einer anderen Ausgabe, kann deswegen weder die Zahlung verweigert noch können Gewährleistungs- oder Schadenersatzansprüche gestellt werden. Platzierungswünsche des Kunden werden nur unwiderruflich eingetragengenommen. Für Anzeigen mit festen Platzierungsvorschriften wird, sofern diese vom Verlag schriftlich akzeptiert werden, ein Platzierungszuschlag erhoben. Konkursanzuschluss ist, auf besonderen Wunsch des Kunden möglich und wird zusätzlich berechnet. Erscheint die Anzeige aus technischen Gründen an einer anderen Stelle als vorgeschrieben oder gewünscht, kann deswegen weder die Zahlung verweigert noch können Gewährleistungs- oder Schadenersatzansprüche gestellt werden. Ein Platzierungszuschlag wird in diesem Fall aber nicht mehr erhoben. Umbuchungen sind nach Vertragsabschluss nur bis spätestens am letzten bei Onlineanschläüssen am dritten Arbeitstag vor dem betreffenden Schaltungstermin und im Umbuchungsantrag ist vor Ablauf der genannten Frist schriftlich an den Verlag zu richten (Datum Eingang beim Verlag). Auch bei fristgerechten Umbuchungen sind sämtliche dadurch vom Verlag entstandenen Mehrkosten gesondert zu bezahlen.

10. Beachtung der Normen und Rechte Dritter

Vorbehaltend aller allfälligen anwendbaren Rechtsnormen trägt der Kunde die alleinige Verantwortung, dass eine Anzeige die anwendbaren Rechtsnormen, Rechte Dritter und allfällige einschlägige Verbandsregeln der Branche einhält. Der Kunde allein trägt die Verantwortung im Fall einer Verletzung von Normen und Rechten Dritter. Macht ein Dritter Forderungen geltend, die aus dem Inhalt der Anzeige oder Inhalt der Werbung resultieren (z.B. Urheberlicher) Verletzung des Wettbewerbs, Immaterialgüter, Personen

licihts- oder Datenschutzrecht, verpflichtet sich der Kunde, den Verlag von sämtlichen Verpflichtungen freizustellen. Die Freistellung umfasst namentlich die Haftung gegenüber Dritten für Verletzungen von Geschäftsgeheimnissen und dgl., sowie sämtliche Kosten und Aufwendungen im Zusammenhang mit einer ausgerichteten oder gerichtlichen Auseinandersetzung (Verfahrens- und Parteikosten). Der Kunde tritt nach Wunsch des Verlags entweder dem Prozess bei oder führt diesen anteilig nach den Verlags (Art. 79 der schweizerischen Zivilprozessordnung (ZPO)), Schadenersatzansprüche des Verlags sowie dessen Rücktritts- bzw. Kündigungserrecht (vgl. Ziff. 14) bleiben vorbehalten.

11. Datenschutz

Der Verlag verpflichtet sich zur Einhaltung der datenschutzrechtlichen Bestimmungen, kann aber die Vertraulichkeit, Integrität, Authentizität und Verfügbarkeit von Personendaten nicht umfassend garantieren. Der Kunde nimmt zur Kenntnis, dass Personendaten auch in Staaten abrufen sind, die keine der Schweiz vergleichbaren Datenschutzbestimmungen kennen. Soweit dem Verlag personenbezogene Daten des Kunden oder dessen Mitarbeitenden oder Beauftragten zur Verfügung gestellt oder zugänglich gemacht werden, darf er diese zum Zweck der Vertragserfüllung sammeln und bearbeiten und im ihm sinnvoll erscheinenden Umfang auch Dritten (z.B. Unterkundkardanten) zugänglich machen. Der Kunde gewährleistet, soweit nötig, die Zustimmung Betroffener zur Datenbearbeitung im vorgenannten Sinn eingeholt zu haben und die dem Verlag zur Verfügung gestellten Daten rechtsmässig (S. der anwendbaren Datenschutzgesetzgebung) erhoben bzw. erhalten zu haben (dgl. gegebenenfalls auch diejenigen der Europäischen Union (DSGVO), vgl. auch Ziff. 10). Im Fall von Online-Anzeigen gestattet der Kunde, soweit er nicht schriftlich Widerspruch einlegt, die Verwendung von automatisierten Softwareprogrammen, um Webseiten des Kunden zur Evaluierung der Qualität des Werbemittels und zum Zweck der Auslieferung von Werbemitteln an den Verlag zu analysieren. Zudem ist der Kunde verpflichtet, bei Verwendung spezieller Techniken wie dem Einsatz von Cookies oder Zipplines, Daten aus der Schaltung von Online-Werbung gewinnen oder sammeln, sichert er zu, dass er bei Erhebung, Verarbeitung und Nutzung von personenbezogenen Daten die einschlägige Datenschutzgesetzgebung (sowie anwendbar auch diejenige der Europäischen Datenschutzverordnung (DSGVO)) einhalten wird.

12. Zahlungsbedingungen

Rechnungen des Verlags sind innert 30 Tagen netto ab Rechnungsdatum zu bezahlen. Der Verlag ist befugt, Vorschussleistungen zu verlangen. Ein von einer Agentur, Vermittlung oder dgl. Vertreter Kunde kann sich nur durch die Ausstellung eines schriftlichen Zahlungsverweigerungs- oder Rückzahlungsbefreiens. Wenn eine Agentur bzw. Vermittlung Kunde ist, hat der Verlag über dieses Recht, im Verzugsfall bei unbenutzter Nachfrist (s. dazu Abs. 3 hiernach) sich direkt an den Endrisikanten zu wenden und sei es Zahlungsverweigerung der Agentur/Vermittlung hinzuweisen. Die Agentur/Vermittlung kann keinerlei Ansprüche auf Schadensersatz geltend machen. Der Kunde ist verpflichtet, den Verlag geltend machen, wenn Endrisikanten direkt mit dem Verlag Anzeigenverträge abschliessen. Alle Anzeigenpreise verstehen sich mit Netto. Ein Abzug eines Skontos im Fall der Vertragsauflösung zuzüglich Zahlungsverzugs einschließlich sämtlicher Rabattberechtigungen oder andere Vertragsbedingungen hinsichtlich Schadensersatzansprüchen, auf allen nicht bezahlten Rechnungen. Allfällige geleistete Provisions- oder andere Bonus-Zahlungen können zurückgefordert werden. Für diese Rabatte wird eine Nach fakturierung vorgenommen. Werden die Rechnungen nicht innert 30 Tagen netto bezahlt, kann ein Verzugszins von mindestens 5 Prozent berechnet werden, vorbehaltend des Anspruchs auf Schadensersatzansprüche (vgl. Art. 104 ff. des schweizerischen Obligationenrechts (OR)). Eine Mahnung ist nicht erforderlich. Für die weiteren Verzugsfolgen gelten die Art. 107 ff. OR. Sind bei Verzugsseintritt noch weitere Anzeigenschaltungen Gegenstand des Vertragsverhältnisses, hat der Verlag zudem, wenn auch nach einmaliger Nachfrist seine Bezahlung erfolgt, das Recht zur fristlosen Kündigung einzeln oder alle Anzeigenverträge bezugsnehmungen mit dem Kunden (vgl. Ziff. 14). Der Verlag ist bei Verzug zudem berechtigt, allfällig laufende Schaltungen von weiteren gebuchten Anzeigen zu unterlassen. Sämtliche für die Eintreibung ausstehender Zahlungen erforderlichen Massnahmen, insbesondere auch die Kosten des Bezugs, trägt der Kunde. Letzteres ist unabhängig von der Höhe der Zahlungen.

13. Fehlerhaftes/Ausbliebendes Erscheinen

Der Verlag bemüht sich um eine dem jeweils üblichen technischen Standard entsprechende bestmögliche Publikation der Anzeigen. Dem Kunden ist bekannt, dass es nach dem Stand der Technik nicht möglich ist, jederzeit die Verfügbarkeit der Systeme und eine fehlerfreie Publikation zu erbringen. Der Fehler in der Übermittlung der Werbeaufträge, bei Bufrastfällen für gedruckte Anzeigen, oder die nicht ordnungsmässige Bestimmung der Anzeigen, ist eine Störungserfolge. Im Fall von Online-Anzeigen kann zudem eine bestimmte Anzahl von Einblendungen (Impressions), Veröffentlichungen, Conversions

oder Klicks auf ein Werbemittel garantiert werden. Ausser bei Grobfahrlässigkeit oder Absicht sind jegliche Gewährleistung und Haftung des Verlags ausgeschlossen. Die Haftung gegenüber dem Auftraggeber ist ausgeschlossen und Verstat gilt auch beim Bezug von Hilfspersonen bzw. Unterkundkardanten. Es bestehen keinerlei Gewährleistungs- und Haftungsansprüche im Fall von gedruckten Anzeigen oder OnlineVerträgen, die bzw. deren Material nicht den technischen Normen des jeweiligen Mediums entsprechen. Dasselbe gilt bei Fehlern in der Übermittlung der Werbeaufträge. Bei Bufrastfällen für gedruckte Anzeigen bleibt eine angemessene Toleranz (nach IFRA-Norm) der Farbnuancen vorbehalten. Für Übersetzungsfehler aus fremdsprachigen Vorlagen kann keine Haftung übernommen werden. Mängelungen müssen innerhalb von 10 Tagen nach Publikation der Anzeige geltend gemacht werden. Nach Ablauf dieser Frist gilt die Leistung des Verlags als genehmigt. Für fehlerhaftes Erscheinen, das den Sinn oder die Wirkung einer Anzeige wesentlich beeinträchtigt, oder bei unterlebener Publikation wird Ersatz in Form von Anzeigenraum bis zur Grösse der fehlerhaften bzw. unterlebenden Anzeige geleistet. Macht eine Publikation keinen Sinn mehr (z.B. bei Werbung für einen einzigen, inzwischen vergangenen Anlass), kann der Kunde alternativ die Rückerstattung der durch ihn für diese betreffende Anzeige bereits geleisteten Vergütung fordern. Weitergehende Schadenersatzansprüche sind soweit gesetzlich zulässig ausgeschlossen (vgl. auch Ziff. 4 und 9). Die Mängelgründe bzw. die Bestreitung eines oder mehrerer Posten der Rechnung entbindet den Kunden nicht von der Pflicht, die Rechnungsbeträge in die in Ziff. 12 spezifizierten Fristen zu begleichen.

14. Vorzeitige Vertragsauflösung

Sollte das Print- oder Online-Medium sein Erscheinen während der Vertragsdauer einstellen, oder liegen wichtige Gründe vor, die eine Vertragsauflösung unzumutbar machen (beispielsweise höhere Gewalt wichtige technische Gründe für deren Auftreten nicht der Verlag verantwortlich ist, Nichterhalten der rechtlichen Vorschriften, wesentlicher Vertragspflichten oder Nichterfüllung erforderlicher Nutzungsrechte durch den Kunden (Ziff. 7 Abs. 3)), kann der Verlag ohne Gewährleistungs- bzw. Ersatzverpflichtung oder sonstige Schadenersatzfolge vom Vertrag zurückzutreten bzw. diesen fristlos aufkündigen. Schadenersatzansprüche des Verlags gegen den Kunden, soweit diesem der Auflogsungsgrund zuzurechnen ist, bleiben vorbehalten. Der Kunde ist jedoch nicht von der Pflicht entbunden, die bereits erschienenen Anzeigen zu bezahlen. Im Fall vorzeitiger Vertragsauflösung durch den Verlag, soweit der Auflogsungsgrund nicht dem Kunden zuzurechnen ist, bleiben die Rabattberechtigungen aufgrund der ursprünglich festgelegten Abschlusshöhe bestehen. In der Auflogsungsgrund dem Kunden zuzurechnen, entfallen Rabattberechtigungen oder andere Vorzugleistungen auf allen im Zeitpunkt der Auflösung noch nicht bezahlten Rechnungen (vgl. auch Ziff. 12).

15. Änderungen der AGB, salvatorische Klausel, Weiteres

Der Verlag ist berechtigt, diese AGB, die Tarife sowie allfällige weitere allgemeine Regelungen, insbesondere die Bedingungen und Regelungen, welche vorbehaltlich anderslautender konkreter Bestimmung auch auf laufende Verträge angewendet. Der Kunde hat jedoch das Recht, innerhalb von 10 Tagen seit schriftlicher Bekanntheit der neuen Bedingungen vom Vertrag zurückzutreten. In diesem Fall hat er nur Anrecht auf den Rabatt, der gemäss bisherigen Rabattbestimmungen dem effektiv abgenommenen Quantum entspricht. Sollten einzelne oder mehrere Bestimmungen dieser AGB unwirksam sein oder werden, so wird hiervon die Wirksamkeit aller sonstigen Bestimmungen oder Vereinbarungen nicht berührt. Anstelle der unwirksamen Bestimmung soll vielmehr eine Regelung gelten, die in rechtlich zulässiger Weise dem Sinn und Zweck der unwirksamen Bestimmung möglichst nahe kommt. Der Kunde verzichtet auf das Recht zur Verrechnung mit allfälligen Gegenforderungen.

16. Gerichtsstand, anwendbares Recht

Gerichtsstand ist für beide Teile ausschliesslich St.Gallen. Es gilt Schweizer Recht, insbesondere die Vorschriften des Schweizerischen Obligationenrechts (OR). Weiterverweigerungsanfragen sowie das UN-Kaufrechts/bereinkommen werden ausgeschlossen.

17. Inkrafttreten

Diese AGB treten per 01.10.2017 in Kraft. Angepasst im September 2018.

CYBER MONDAY
SUPER SALE

DISCOUNT UP TO 75% OFF

WWW.YOURWEBSITE.COM

Werbemarkt

kömedia

mit Leidenschaft

Kömedia AG

Geltenwilenstrasse 8a, 9000 St. Gallen
Tel. 071 226 92 92, Fax 071 226 92 93
info@koemedia.ch, www.koemedia.ch

Mediaberatung

Urs Dick, Tel. 071 226 92 56
u.dick@koemedia.ch
Jessica Magos, Tel. 071 226 92 75
j.magos@koemedia.ch

Redaktion

Galledia Fachmedien AG
Anna Kohler, Chefredaktorin Print
anna.kohler@galledia.ch
Tel. 058 344 98 82
Thomas Häusermann, Chefredaktor Online
thomas.hausermann@galledia.ch
Tel. 058 344 98 85

Verlag

Galledia Fachmedien AG
Rolf Gubelmann, Verlagsmanager
rolf.gubelmann@galledia.ch
Tel. 058 344 98 48

Nora Dämpfle
nora.daempfle@galledia.ch
Tel. 058 344 98 87
Johannes Hapig
johannes.hapig@galledia.ch
Tel. 058 344 98 83