

Eine Publikation der **galledia**

# **MQ** Management und Qualität

## Media-Daten 2018

Kompetent. Fundiert. Branchenübergreifend.

Werbemarkt

**kömedia**  
mit Leidenschaft

Kömedia AG

Geltenwilenstrasse 8a, 9001 St. Gallen

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

info@koemedia.ch, www.koemedia.ch

# Profil

## Charakteristik MQ Management und Qualität

Kompetent. Fundiert und Branchenübergreifend. Die Zeitschrift MQ befasst sich mit der Praxis moderner Managementsysteme. Unter der Rubrik «Business Excellence» beschäftigt sich MQ mit der praktischen Umsetzbarkeit des modernen Qualitätsbegriffes in Firmen. In der Rubrik «Risiken managen» geht es um den planvollen Umgang mit unternehmerischen und finanziellen Risiken. Die Rubrik «Qualität sichern» bietet praxisbezogene Methoden und Werkzeuge zur Sicherung der Qualität sowie der Zuverlässigkeit. Abgerundet wird die hochstehende Berichterstattung mit dem Branchenfokus.

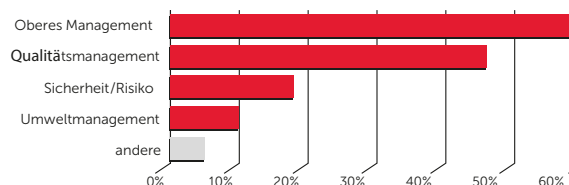
Unter heutigen Marktbedingungen entscheidet die Qualität der Kundenbeziehungen über den wirtschaftlichen Erfolg. Dies umfasst Produktivität und technische Kreativität ebenso wie eine Organisation, die ihre Prozesse am Kunden ausrichtet und Mitarbeitern die Chance gibt, hoch motiviert ihre Talente einzusetzen. Gleichzeitig wird wirtschaftliches Handeln auch als gesellschaftlich und ökologisch verantwortungsbewusstes Handeln verstanden. Dieses neue Denken wird am treffendsten durch das Modell der European Foundation for Quality Management (EFQM) repräsentiert.

**Offizielles Organ der SAQ Swiss Association für Quality | [www.saq.ch](http://www.saq.ch)**

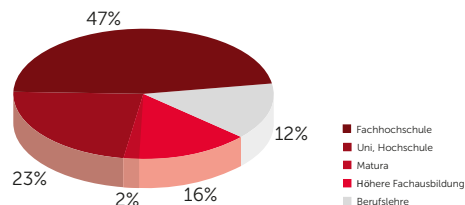
## Leserstruktur

«MQ Management und Qualität» ist die Fachzeitschrift für Führungskräfte, Entscheidungsträger, Qualitäts- und Riskmanager in Unternehmen der Industrie, Wirtschaft, Verwaltung, Spitäler und des Maschinenbaus.

### 60% der Leser sind Entscheidungsträger im oberen Management



### Die Leser von «Management und Qualität» haben einen hohen Bildungsstand



# Erscheinungs- und Redaktionsprogramm

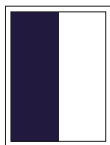
Nr.	Erscheinung	Anzeigeschluss	Business Excellence	Risiken managen	Qualität sichern	Specials	Veranstaltungen
1/2	09.02.2018	19.01.2018	Projektmanagement	Reputations- und Compliance-Risiken	Prüfen und Kalibrieren Revision ISO 17025	Branchenfokus Automotive-Industrie	
3	14.03.2018	21.02.2018	Aus- und Weiterbildung Die persönliche Excellence fördern	Informationssicherheit und Datenschutz	Software-unterstütztes Qualitätsmanagement	Branchenfokus: Fintech	Analytica, München, 10.-13.4.2018
4	12.04.2018	20.03.2018	Umweltmanagement & Nachhaltigkeit	Schutz vor Naturgefahren	Control 2018 Trends und Produkte	Branchenfokus: Gastronomie/Hotellerie	Personal Swiss, 17./18.4.2018, Swiss Ethics Award, 26.4.2018 Control Stuttgart, 24.-27.4.2018
5	16.05.2018	23.04.2018	Tag der Schweizer Qualität	«Smart Technologies» Risiken und Chancen	Messtechnik Messen und Prüfen im Nanobereich	QM-Fokus: Gesundheitsbranche	Tag der Schweizer Qualität 2018, 30.05.2018
6	26.06.2018	05.06.2018	EFQM und andere Wege zur Excellence	Arbeitssicherheit	Regeln & Steuern Lösungen für Industrie 4.0	ESPRIX	ESPRIX Summit, 21.6.2018 Automatica München, 19.-22.6.2018 Arbeitssicherheit Schweiz, 19.-21.6.2018, Bern
7/8	13.07.2018	22.06.2018	Kooperation & Partnerschaften managen	Risiken bei Export und Outsourcing	Inspektionssysteme für die laufende Produktion	Branchenfokus: Bildungswesen	
9	14.09.2018	24.08.2018	Innovationsmanagement	Risk Management schulen	Testing & Prototyping	Branchenfokus: IT & Kommunikation	
10	12.10.2018	21.09.2018	Agile Organisationen	Risiko «Mitarbeiter»	Werkstoffprüfung	Branchenfokus: Immobilien & Facility Management	FOREP 2018
11	14.11.2018	24.10.2018	Kommunikation intern und extern	Resilienz von Systemen und Organisationen	Instandhaltung	Branchenfokus: Medtech	SPS IPC Drives, Nürnberg, 27.-29.11.2018
12	14.12.2018	23.11.2018	Strategien und Visionen entwickeln	Risiken analysieren und bewerten	QM bei Dienstleistungen	Branchenfokus: Versicherungswirtschaft	

# Preise/Formate Gültig ab 1.1.2018

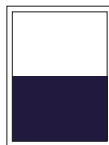
**Heftformat: 225 x 297 mm / Satzspiegel: 200 x 268 mm** \*randangeschnitten (+ allseitig 3 mm Beschnitt)



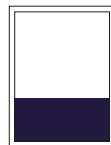
**1/1 Seite**  
200 x 268 mm  
\*225 x 297 mm  
4-farbig 3'700.-



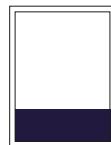
**1/2 Seite**  
97 x 268 mm  
\*110 x 297 mm  
4-farbig 2'250.-



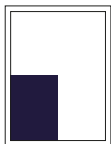
**1/2 Seite**  
200 x 131 mm  
\*225 x 145 mm  
4-farbig 2'250.-



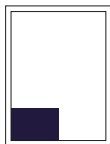
**1/3 Seite**  
200 x 85 mm  
\*225 x 104 mm  
4-farbig 2'150.-



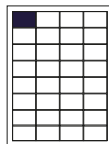
**1/4 Seite**  
200 x 62,5 mm  
\*225 x 74,0 mm  
4-farbig 1'600.-



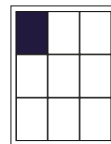
**1/4 Seite**  
97 x 131 mm  
\*112 x 148 mm  
4-farbig 1'600.-



**1/8 Seite**  
97 x 62,5 mm  
4-farbig 1'260.-



**Marketplace**  
43 x 30 mm  
4-farbig 115.-



**Meetingpoint**  
62 x 85 mm  
4-farbig 295.-

## Rabatte

- Wiederholungsrabatt  
3 x 5%, 5 x 10%, 10 x 15%

## Beilagen/Beihefter

- Beilage lose Werbewert 3'200.-
- Postaltaxen bis 50g 990.-
- Technische Kosten 250.-
- Zick-Zack-Falz (Mehrkosten) 250.-
- Aufgeklebte Karte 1'500.-

## Beihefter Heftmitte

- Werbewert 3'400.-
- Technische Kosten 400.-

## Preise Umschlagseiten

- 2. Umschlagseite 4'500.-
- 3. Umschlagseite 4'400.-
- 4. Umschlagseite 5'100.-

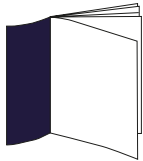
## Zuschläge/BK

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

Preise in CHF zuzüglich 7.7 % Mehrwertsteuer / EUR-Kurs laut Buchhaltung  
Allgemeine Geschäftsbedingungen auf Deutsch [www.kömedia.ch](http://www.kömedia.ch)

# Sonderformate Gültig ab 1.1.2018

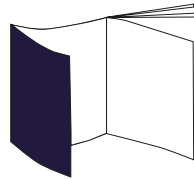
\*randangeschnitten (+ allseitig 3 mm Beschnitt)



## Coverlasche/Flying Page

### 2 x 1/2 Seite

Format: 338 (115/223) x 297 mm\*  
Werbewert: 5'100.-  
Produktion/TK: 660.-



## Gatefolder

### 2 x 1/1 Seite

Format: 669 (225/223/221) x 297 mm\*  
Werbewert: 8'800.-  
Produktion/TK: 680.-



## Umhefter

### 4 x 1/2 Seite

Format: 230 (115/115) x 297 mm\*  
Werbewert: 8'800.-  
Produktion/TK: 810.-



## Umhefter

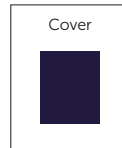
### 4 x 1/1 Seite

Format: 450 (225/225) x 297 mm\*  
Werbewert: 11'000.-  
Produktion/TK: 1'100.-



## Banderole

Format: ca. 458 x 50 – 80 mm\*  
Werbewert: 5'600.-  
Produktion/TK: 2'150.-



## Sticker/Aufkleber

Format: A6, weitere Formate auf Anfrage  
Werbewert: 5'600.-  
Postaltaxen/TK: 1'500.-

Preise in CHF zuzüglich 7.7 % Mehrwertsteuer / EUR-Kurs laut Buchhaltung  
Allgemeine Geschäftsbedingungen auf Deutsch [www.koedia.ch](http://www.koedia.ch)

# Technische Daten

**Auflage** 6'490 Exemplare

**Auflagestruktur**

Vertrieb Schweiz	5'040 Ex.
Total verkaufte Auflage (WEMF beglaubigt 2017)	2'888 Ex.
davon bezahlte Abonnements	375 Ex.
davon Pflichtabonnements	1'712 Ex.
davon sonstiger Verkauf	663 Ex.
davon Gratis-Auflage (WEMF beglaubigt 2017)	138 Ex.
Total gratis vertriebene Auflage	2'152 Ex.
Aus- und Weiterbildungsinstitute (Universitäten, Fachhochschulen, Business Schools)	300 Ex.
Direktversand an Maschinenindustrie	1'450 Ex.
Relevante Veranstaltungen und Messen	402 Ex.
Vertrieb Deutschland	1'450 Ex.
Abonnenten	500 Ex.
Direktversand an Fachkräfte im Qualitätsmanagement	975 Ex.

**Erscheinungsweise** 10-mal jährlich, 48. Jahrgang

---

**Druck** Bogenoffset

---

**Druckunterlagen** highend PDF für Offsetdruck, Belichtungsauflösung 2400 dpi, 100er-Raster

---

**Heftformat** 225 x 297 mm

---

**Format Beilagen** 220 x 292 mm (max.), 105 x 148 mm (min.)

---

**Format Beihefter** 4 oder 8 Seiten in der Heftmitte mit Greiffalz hinten 10 mm. Minimalformat 225 x 297 mm plus 5 mm Beschnitt rundum. Zick-Zack-Falz mit Mehrkosten.

# Publireportagen

## Produkte- und Dienstleistungs- vorstellungen 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.

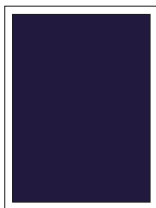
- Grafisch klar gekennzeichnet.
- Optisch klar wahrnehmbar.

Die Gestaltung durch den Verlag ist vorgegeben. Ein Korrekturlauf ist jeweils im Preis inkludiert.

## Produktenews

Kurzvorstellung von Produkten und Dienstleistungen, eingebettet in einer speziellen Produkthenews-Seite.

Die Gestaltung durch den Verlag ist vorgegeben. Ein Korrekturlauf ist jeweils im Preis inkludiert.



## Publireportage

### Technische Daten

1/1 Seite, 4-farbig  
Anzahl Zeichen: ca. 3'700  
inkl. Leerzeichen und 1 Bild

### Preise

Werbewert 2'430.–  
Spezialpreis für SAQ-Mitglieder

Inkl. Redaktion, Korrektorat, Layout und  
Produktion, 1 Korrekturlauf

### Online-Aufschaltung

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

Eintrag in Hauptrubrik plus 2 Unterrubriken

## Produktenews

### Technische Daten

1/4 Seite, 4-farbig  
Anzahl Zeichen: ca. 900 inkl. Leerzeichen  
und kleines Bild

### Preise

Werbewert inkl. Layout 500.–  
1 Korrekturlauf

### Technische Daten

1/8 Seite, 4-farbig  
Anzahl Zeichen: ca. 500 inkl. Leerzeichen  
und kleines Bild

### Preise

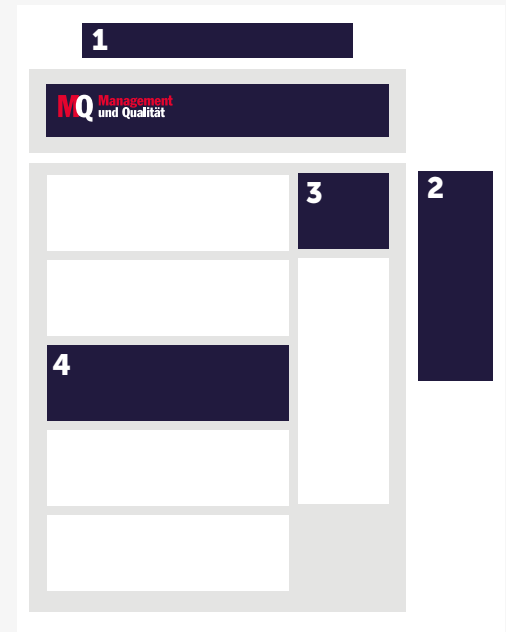
Werbewert inkl. Layout 400.–  
1 Korrekturlauf

# Website Formate/Preise

www.m-q.ch ist das Online-Journal der Fachzeitschrift «MQ Management und Qualität». Neben Branchen-News konzentriert sich das Journal auf vier Schwerpunkte: Risiko-, Prozessmanagement, Business Excellence, Produkte, Management und Unternehmensführung.

Werbemittel	Grösse	Format	1 Monat
Leaderboard	728 x 90	Gif, JPG, Flasch / 40 KB	120.–
Skyscraper	160 x 600	Gif, JPG, Flasch / 40 KB	120.–
Rectangle	300 x 250	Gif, JPG, Flasch / 40 KB	120.–
Textanzeige/Job	Text max. 250 Zeichen Bild 16:9, 670 x 380, Link	Gif, JPG, Flasch / 40 KB	120.–

- **1** Leaderboard
- **2** Skyscraper
- **3** Rectangle
- **4** Textanzeige





# Newsletter Formate/Preise

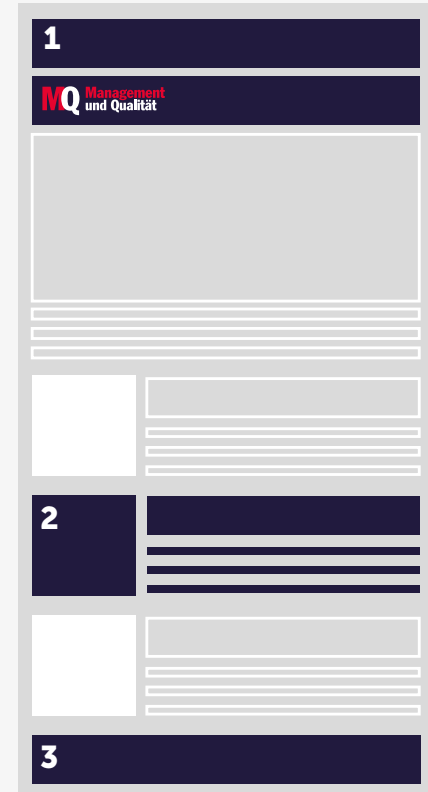
Empfänger des Newsletters sind Leser der Fachzeitschrift «MQ Management und Qualität». Die Inhalte beschäftigen sich mit aktuellen Ereignissen, Branchentrends, Hintergrundinformationen, Veranstaltungen, Fakten und vielem mehr.

**Erscheinung** monatlich

Werbemittel	Grösse	Format	1 Ausgabe	5 Ausgaben	10 Ausgaben
Leaderboard	728 x 90 bis 738 x 300	Gif, JPG / 40 KB	75.–	300.–	550.–
Rectangle	300 x 250	Gif, JPG / 40 KB	75.–	300.–	550.–
Textanzeige	Text max. 400 Zeichen Bild 16:9, 670 x 380, Link	Gif, JPG / 40 KB	75.–	300.–	550.–

- **1** Leaderboard
- **2** Textanzeige
- **3** Rectangle/Banner

Preise in CHF zuzüglich 7.7 % Mehrwertsteuer / EUR-Kurs laut Buchhaltung  
Allgemeine Geschäftsbedingungen auf Deutsch [www.koedia.ch](http://www.koedia.ch)



# Anlieferungsinformationen

**Format:** HTML5, Rich Media (HTML, JavaScript), GIF, JPEG, MP4,  
(keine Flash-Dateien)

**Grösse:** zwischen 30 KB bis max. 1 MB

Alle Werbemittel müssen in den angegebenen  
Formaten angeliefert werden.

**Länge bei Video Ads:** max. 20 Sekunden

## Hinweise:

- Bitte halten Sie die Vorlaufzeit von 3–5 Arbeitstagen für die Werbemittel-Erfassung ein. Für Standardwerbemittel gilt eine Lieferfrist von 3 Werktagen. Für Werbeformate in HTML5, Rich Media oder Video gilt eine Lieferfrist von 5 Werktagen.
- Bei HTML-Objekten: Damit nach einem Klick auf das Werbemittel ein neues Fenster geöffnet wird, verwenden Sie bitte den Befehl: target="\_blank".
- Unsere Websites sind verschlüsselt (https), das muss beim Erstellen des Werbemittels berücksichtigt werden, um dessen Funktionalität zu gewährleisten.
- Sound in Werbemitteln ist erlaubt, muss aber in der Standard-Einstellung ausgeschaltet sein.
- Bei Video-Ads muss die Ton-Ausgabe standardmässig deaktiviert sein und die Wiedergabe darf nicht automatisch starten. Entsprechend müssen Play/Pause und Stop Buttons im Video Ad integriert werden.
- Bei Display Ads im HTML5 Format ist wichtig, dass in den mitgelieferten JavaScripts keine Bilder oder weiteren JavaScripts generiert werden. Diese können vom AdServing System nicht extrahiert werden.
- Die Statistik wird ausschliesslich durch unser AdServing System, oder die Auswertung von Google Analytics Zahlen generiert (keine Integration von Zähl-Pixeln).

# Allgemeine Geschäftsbedingungen

## 1. Begriff und Form des Anzeigenvertrags

Durch den Abschluss eines Anzeigenvertrages verpflichtet sich die Kömedia AG (nachfolgender Verlag), in der bezeichneten Publikation eine oder mehrere Anzeigen einschicken zu lassen, währenddem der Kunde die Anzeigengebühren für den Anzeigenvertrag sowie grundsätzlich schriftlich abgeschlossenen. Der Schriftform gleichgestellt sind E-Mail, Fax und dgl. Neben Bestellungen haben auch Änderungen oder Abstellungen von Anzeigen schriftlich zu erfolgen.

## 2. Stellenwert der AGB

Massgebend 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 Endrisiko) Kunde ist oder wenn diese stellvertretend für den Kunden handelt (letzteres selbst dann, wenn nur der Kunde ausdrücklich erwähnt wird).

## 3. Basis für die Anzeigenpreisgestaltung

Es gelten die Tarife gemäss dem aktuellen Media-Daten (Link). Die Anzeigenpreise verstehen sich immer exklusiv des aktuellen Mehrwertsteueransatzes. Zusätzliche Dienstleistungen wie die Erstellung von Druckunterlagen, Anzeigengestaltung, Textvorlagen, Übersetzungen, Mediaberechnungen und auswertungen usw., welche über das übliche Mass (z.B. übliche Strukturpläne, Kostenberechnungen usw.) hinausgehen, werden zu den branchenüblichen Tarifen verrechnet. Die Berechnung der Anzeigen erfolgt grundsätzlich anhand der publizierten Grösse. Der angebrochene Millimeter wird 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 Statusinformationen, 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 Vertragschluss umfasst sind einzig die vom Verlag akzeptierten Anzeigen.

## 5. Mengenschlüsse und Wiederholungsaufträge

Mengenschlüsse sind der Bezug von bestimmten Anzeigenvolumen in Grösse (Millimeter oder 1/4 Seite bzw. 1/2 Seite etc.) oder Franken während eines bestimmten Zeitraums. Wiederholungsaufträge sind Aufträge für Anzeigen, die an zum Voraus festgesetzten Daten unverändert erscheinen. Mengenschlüsse und Wiederholungsaufträge sind grundsätzlich nur für Anzeigen eines einzelnen Kunden zulässig. Für Anzeigen, die schriftlich behauptet gleichen Auftraggebers, 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 vereinbart. Der Verlag berücksichtigt dabei branchenübliche Standards. Die Laufdauer der Mengenschlüsse und Wiederholungsaufträge beginnt mangels anderer Vereinbarung spätestens mit dem Datum der ersten Insertion. Sie beträgt grundsätzlich 12 Monate, im Fall einer Erstinsertion bis zum 15. Tag eines Monats wird dieser mittig.

## 6. Rabatte

Für jeden Mengenschluss hat der Kunde Anrecht auf den tariflichen Abschlagsrabatt (vgl. dazu die Angaben in den Media-Daten). Wiederholungsrabatt wird auf Aufträgen erteilt, welche die in den Rabattbestimmungen entsprechende Anzahl Anzeigen (innerhalb von 12 Monaten) enthalten. Die Grösse darf nicht verändert werden. Texte oder Sujets nur dann, wenn es sich um Volldruckmaterial handelt. Rabattvereinbarungen mit Kunden mit Jahresumsatzprämie enden immer mit dem Kalenderjahr. Der Rabatt, der sich aus der bei Vertragsabschluss festgelegten Abschlusszahl Wunsch des Kunden auch während der Vertragsdauer durch Festlegung einer neuen Abschlusszahl angepasst werden. Bei Bruttoabschlüssen werden Rabatt oder Jahresumsatzprämie nach Ablauf der Vereinbarung gutgeschrieben. Überesteht das Volumen der aufgegebenen Anzeigen immer Jahresfrist die vorgesehene Abschlusszahl, 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 Abschlusszahl nicht, erhält der Kunde im Rahmen der Rabattbestimmungen eine Rabattnachbelastung. Bei Kündigung des Kunden zufolge geänderter Tarife (vgl. Ziff. 15) hat dieser Anspruch auf den Rabatt, der gemäss Rabattbestimmungen der entsprechenden Tarifstufe entspricht.

## 7. Obliegenheiten des Kunden

Geliefertes Material für gedruckte Anzeigen sowie Online-Vorlagen müssen den technischen 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 Online-Schaltungen verpflichtet sich der Kunde, den Verlag die Anzeige spätestens am dritten Arbeitstag vor dem ersten Schaltungssterm zur Verfügung zu stellen. Der Kunde räumt dem Verlag die Nutzungsrechte am Inhalt der Anzeigen ein (insb. am geistigen 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 cachern, zu routen, zu speichern, zu veröffentlichen, zu verändern, anzuzeigen, zu übermitteln, zu verbreiten und dgl. Er erklärt sich insbesondere damit einverstanden, dass der Verlag die Anzeigen auf eigene und fremde Online-Dienste einspeisen oder sonstige veröffentlichen und zu diesem Zweck bearbeiten kann. Der Verlag kann für die vereinbarten bzw. gebuchten Anzeigen die geschuldete Zahlung vollständig in Rechnung stellen, wenn die Anzeige aus Umständen, die der Kunde zu vertreten hat, nicht oder nicht ordnungsgemäss geschaltet werden kann (u.a. bei nicht rechtzeitiger, mangelhafter oder falscher Kennzeichnung oder nachträglicher Änderung). Allfällig entstandene Zusatzkosten können dem Kunden ebenfalls in Rechnung gestellt werden.

## 8. Erfüllung Allgemeines, Gestaltung

Erfüllungsort für beide Vertragspartien ist St. Gallen. Der Verlag ist befugt, zur Vertragserfüllung Hilfspersonen, Unterkontaktdaten 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 «Anzeige», «Werbung» oder «Publicity» vor. Der Kunde erklärt sein Einverständnis dazu, Der Kunde ist damit einverstanden, dass die Anzeige, die vom Verlag abgedruckt, auf Online-Dienste eingespielt oder sonstige veröffentlicht werden, für Dritte nicht frei verfügbar sind. Der Kunde überträgt dem Verlag das Recht (nicht aber die Pflicht, jede irgendwie geartete Verwertung und Bearbeitung dieser Anzeigen durch nicht berechtigte Dritte mit dem geeigneten Mitteln zu verhindern. Druckmaterial ohne Spezifikation wird als Einzelmaterial betrachtet. Dieses darf nach Ablauf einer Frist von 3 Monaten seit dem letzten Erscheinen des Kunden vernichtet werden. Eine Ausnahme gilt einzig für Druckmaterial mit permanentem Charakter, dieses ist vom Kunden auf dem Auftrag an den Verlag ausdrücklich als «permanent» zu kennzeichnen. Die Rücksendung von rückgabepflichtigem Druckmaterial erfolgt innerhalb von 3 Monaten nach Beendigung des Auftrages. Bei Papierkopien kann die Rückstattung wegen der Möglichkeit von Beschädigung während des Druckvorganges nicht gewährleistet werden.

## 9. Insbesondere Verschiebungen, Platzierungswünsche und -vorschriften

Der Verlag kann sich aus technischen Gründen vorbehalten, für bestimmte Titel vorgesehene, aber dem Inhalt nicht termingebundene Anzeigen um eine Ausgabe vor oder zurückzuvorschieben. 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 unwirksam entgegengenommen. Für Anzeigen mit festen Platzierungsvorschriften wird, sofern diese vom Verlag schriftlich akzeptiert werden, ein Platzierungszuschlag erhoben. Konkurrenzschluss ist auf besonderen Wunsch des Kunden möglich und wird zusätzlich berechnet. Erscheint die Anzeige aus technischen Gründen an einer anderen Stelle als vorgesehene oder gewünscht, kann deswegen die Zahlung verweigert oder Konkurrenzschluss nicht verlangt werden. Schadenersatzansprüche gestellt werden. Ein Platzierungszuschlag wird in diesem Fall aber nicht mehr erhoben. Umbuchungen sind nach Vertragsabschluss nur bis spätestens am zehnten (bei Online-Schaltungen am dritten) Arbeitstag vor der Erfüllung der Schaltung möglich. Ein Umbuchungsantrag vor Ablauf der

genannten Fristen schriftlich an den Verlag zu richten (Datum Eingang beim Verlag). Auch bei fristgerechten Umbuchungen sind sämtliche dadurch dem Verlag entstandenen Mehrkosten schuldet.

## 10. Beachtung der Normen und Rechte Dritter

Vorbehaltlich allfälliger anderslautender, zwingender Rechtsnormen trägt der Kunde die alleinige Verantwortung, dass eine Anzeige die anwendbaren Rechtsnormen, Rechte Dritter und allfällig einschlägige Verbandsregeln der Branche einhält. Der Kunde allein trägt die Verantwortung im Fall einer Verletzung von Normen und Rechten Dritter. Macht ein Dritter Forderungen gegen den Verlag geltend aufgrund des Inhalts der Anzeige, namentlich aus (angeleglicher) Verletzung des Wettbewerbs-, Immaterialgüter-, Persönlichkeits- oder Datenschutzrechts, verpflichtet sich der Kunde, den Verlag von sämtlichen Verpflichtungen freizustellen. Der Kunde übernimmt sämtliche Kosten und Aufwendungen im Zusammenhang mit einer ausserechtlichen oder gerichtlichen Auseinandersetzung (insb. Verfahrens- und Parteikosten) und tritt nach Wunsch des Verlags entgegen dem Prozess bei oder führt diesen anstelle des Verlags (Art. 79 der schweizerischen Zivilprozessordnung [ZPO]). Schadenersatzansprüche des Verlags sowie dessen Rücktritts- bzw. Kündigungsrecht (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 abrufbar 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. Unterkontaktdaten) zugänglich machen. Im Fall von Online-Anzeigen gestattet der Kunde, sofern 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 aufzurufen und zu analysieren.

## 12. Zahlungsverbindungen

Rechnungen des Verlags sind innerst 30 Tagen netto ab Rechnungsdatum zu bezahlen. Der Verlag ist befugt, Vorausschusstausen zu verlangen. Ein von einer Agentur, Vermittlung oder dgl. Vertreter Kunde kann sich nur durch Zahlung an den Verlag selbst von seiner Zahlungspflicht im gegenseitigen befreien. Wenn eine Agentur bzw. Vermittlung Kunde ist, hat der Verlag gegenüber das Recht, im Verhältnis zum Kunden die Zahlungspflicht, das Abs. 3 hinsichtlich sich direkt an den Endrisikostellen zu wenden und sie auf Zahlungsaufstände der Agentur/Vermittlung hinzuweisen. Die Agentur/Vermittlung kann keinerlei Gewährleistungs-, Schadenersatz- oder sonstige Ansprüche gegen den Verlag geltend machen, wenn Endrisikostellen direkt mit dem Verlag Anzeigenverträge abschliessen. Alle Anzeigenpreise umfassen die Mehrwertsteuer (Abs. 3 hinsichtlich sich direkt an den Endrisikostellen zu wenden und sie auf Zahlungsaufstände der Agentur/Vermittlung hinzuweisen). Der Verlag ist befugt, Zahlungsverbindungen, insbesondere Provisionszahlungen, auf allen nicht bezahlten Rechnungen, Allfällige geleistete Provisions- oder andere Bonus-Zahlungen können zurückgeführt werden. Für diese Rabatte wird eine Nachkalkulation vorgenommen. Werden die Rechnungen nicht in 30 Tagen netto bezahlt, kann ein Verzugszins von mindestens 5 Prozent berechnet werden, vorbehalten bleiben weitere Schadenersatzansprüche (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 Verzugsbeginn noch weitere Anzeigenschaltungen Gegenstand des Vertragsverhältnisses, hat der Verlag zudem, wenn auch nach einmaliger Nachfrist keine Bezahlung erfolgt, das Recht zur fristlosen Kündigung (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 Dritter, gehen zu Lasten des säumigen Kunden.

## 13. Fristloses Erbrechen

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 Ver-

fügbarkeit der Systeme und eine fehlerfreie Publikation zu erbringen. Der Verlag gewährleistet keine Verfügbarkeit und keine Fehler-, Mängel- oder Störungsrisiko. Im Fall von Online-Anzeigen kann zudem keine bestimmte Anzahl von Eindrücken (Impressions), Veröffentlichungen, Conversations oder Klicks auf ein Werbemittel garantiert werden. Ausser bei Großdruckqualität oder Absatz sind jegliche Gewährleistung und Haftung des Verlags wegbedungen. Der Haftungsabschluss bei Großdruckqualität und dessen Recht gilt auch beim Bezug von Hilfspersonen, Unterkontaktdaten. Es bestehen keinerlei Gewährleistungs- und Haftungsansprüche im Fall von gedruckten Anzeigen oder Online-Vorlagen, die bzw. deren Material nicht den technischen Normen des jeweiligen Mediums entsprechen. Dasselbe gilt bei Fehlern in der Übermittlung der Werbeaufträge. Bei Buntdrucken für gedruckte Anzeigen bleibt eine angemessene Toleranz (nach IFRA-Norm) der Farbnaue vorbehalten. Für Übersetzungsfehler aus fremdsprachigen Vorlagen kann keine Haftung übernommen werden. Mängelrügen 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 unrichtiger Publikation wird Ersatz in Form von Anzeigenraum bis zur Grösse der fehlerhaften bzw. unrichtigen 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 Mängelrüge bzw. die Breitung eines oder mehrerer Posten der Rechnung entbindet den Kunden nicht von der Pflicht, die Rechnungsbeträge in den in Ziff. 12 spezifizierten Fristen zu bezahlen.

## 14. Vorzeitige Vertragsauflösung

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

## 15. Änderungen der AGB, salvatorische Klausel, Welteser

Der Verlag ist berechtigt, diese AGB, die Tarife sowie allfällige weitere allgemeine Regelungen jederzeit zu ändern. Die geltenden Regelungen werden vorbehaltlich anderslautender konkreter Bestimmung auch auf laufende Verträge angewendet. Der Kunde hat jedoch das Recht, innerhalb von 10 Tagen seit schriftlicher Bekanntgabe der neuen Bedingungen vom Vertrag zurückzutreten. In diesem Fall hat er nur Anrecht auf den Rabatt, der gemäss bisheriger Rabattbestimmungen dem effektiv abgerufenen Quantium 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 Bestimmungen 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). Nebenverweisungsnormen sowie das UN-Kaufrechtsübereinkommen werden ausgeschlossen.

## 17. Inkrafttreten

Diese AGB treten per 01.10.2017 in Kraft.

**Werbemarkt**

**kömedia**  
mit Leidenschaft

Kömedia AG  
Geltenwilenstrasse 8a, 9001 St. Gallen  
Tel. 071 226 92 92, Fax 071 226 92 93  
info@koemedia.ch, www.koemedia.ch

**Mediaberatung**

Jutta Hausmann, Tel. 071 226 92 92  
j.hausmann@koemedia.ch

**Redaktion**

Thomas Berner, Chefredaktor  
thomas.berner@galledia.ch,  
Tel. 058 344 97 37

**Verlag**

Rehné Herzig, Verlagsleiter  
rehne.herzig@galledia.ch,  
Tel. 058 344 98 69  
Rolf Gubelmann, Product Manager  
rolf.gubelmann@galledia.ch,  
Tel. 058 344 98 48