



**MARKETING &
KOMMUNIKATION**



MEDIA-DOKUMENTATION 2012

Kompetent. Szenennah. Crossmedial.

Eine Fachzeitschrift der galledia

Charakteristik

Marketing & Kommunikation (M&K) ist die wichtigste Publikation der Marketing- und Kommunikationsbranche und trägt das Qualitätssiegel «Q-Publikation» der Schweizer Presse. Sie verbindet die einzelnen Bereiche der Marktbearbeitung im Marketing mit einem Gesamtbild der integrierten Kommunikation und der Medien aus Auftraggebersicht. Das redaktionelle Konzept fokussiert auf längerfristige Entwicklungstendenzen und praktischen Nutzen. Der Inhalt orientiert sich an aktuellen fachlichen Leserbedürfnissen der Marketing- und Kommunikationsverantwortlichen, wobei Forschungstrends aus der Wissenschaft zusammen mit den praktischen Anwendungsbeispielen nutzbringend präsentiert werden. Der crossmediale Ansatz ermöglicht die Vertiefung in die Themen via Internet-Quellen. Als offizielles Organ der massgeblichen Verbände engagiert sich Marketing & Kommunikation aktiv als Medienpartner an den wichtigsten Branchenevents.

SWISS
MARKETING

Schweizer Werbung SW
Publicité Suisse PS
Pubblicità Svizzera PS
Swiss Advertising SA

SWA
ASA

CALLNET.CH™
SWISS CALLNET CENTER ASSOCIATION

SDV

SCHWEIZER FRANCHISE VERBAND
FEDERATION SUISSE DE LA FRANCHISE
ASSOCIAZIONE SVIZZERA DEL FRANCHISING
SWISS FRANCHISE ASSOCIATION

PROMO
OMISS

TRAVEL INDUSTRY CLUB

Redaktionsqualität

Marketing & Kommunikation geniesst durch die kompetente Redaktion bei den Leserinnen und Lesern eine hohe Akzeptanz und Glaubwürdigkeit. Durch die interdisziplinäre Informationsvermittlung auf hohem Niveau hat sich Marketing & Kommunikation klar an der Spitze des Markts positioniert.

Auflagenstruktur

» Druckauflage: **9000 Exemplare**

» Total verkaufte Auflage: **6291 Exemplare** (WEMF-/SW-beglaubigt)
davon bezahlte Abonnements **1812 Exemplare**

» Freie Abonnenten (Marketing-, Verkaufs-, Werbeleiter)

davon Pflichtabonnements **3891 Exemplare**

» Mitglieder SWISS MARKETING/SMC

» Mitglieder Schweizer Werbung SW

» Mitglieder Schweizer Werbeauftraggeber SWA

» Mitglieder Schweizer Direktmarketing-Verband SDV

» Mitglieder Schweizer Franchise Verband SFV

» Mitglieder Promoswiss

» Mitglieder Callnet.ch

davon Einzelverkauf **289 Exemplare**

davon Gratisexemplare (max. 5%) **299 Exemplare**

» Gratisauflage: **209 Exemplare** (WEMF-/SW-beglaubigt)

Aus der 16 000 Adressen umfassenden Marketing-Datenbank werden je nach Redaktionsthematik die Marketing-Entscheidungsträger der entsprechenden Wirtschaftssegmente beliefert.

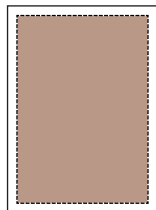
» Werbe-, Messe- und Belegexemplare **2500 Exemplare**

Zur Unterstützung der Auszubildenden (Verkaufskordinator, Verkaufsleiter, Planer Marketing, Marketingleiter, Planer Marketingkommunikation, Leiter Marketingkommunikation usw.) distribuieren wir Marketing & Kommunikation regelmässig über die Ausbildungsinstitute. Bei allen wichtigen Messen, Branchenevents und Fachseminaren ist Marketing & Kommunikation mit Ansichtsexemplaren präsent. Weitere Exemplare zur Belieferung der Inserenten und Interessenten.

ANZEIGENFORMATE

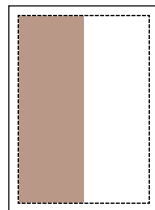
Heftformat: 235 × 320 mm / Satzspiegel: 200 × 282 mm

*Satzspiegel **randangeschnitten (plus 3 mm Beschnitt)



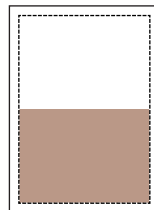
1/1 Seite

*200 × 282 mm
**235 × 320 mm



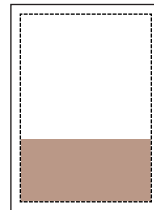
1/2 Seite hoch

*98 × 282 mm
**115,5 × 320 mm



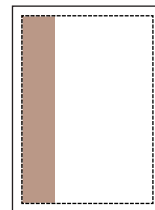
1/2 Seite quer

*200 × 139 mm
**235 × 158 mm



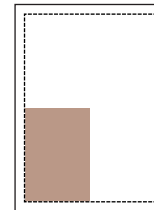
1/3 Seite quer

*200 × 92 mm
**235 × 111 mm



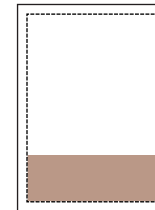
1/4 Seite hoch

*47 × 282 mm
**64,5 × 320 mm



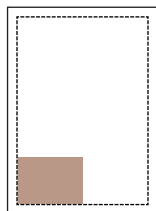
1/4 Seite hoch

*98 × 139 mm
**115,5 × 158 mm



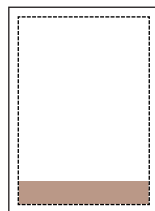
1/4 Seite quer

*200 × 68 mm
**235 × 87 mm



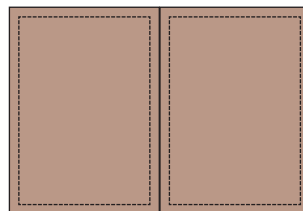
1/8 Seite hoch

*98 × 68 mm
**115,5 × 87 mm



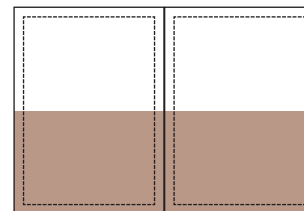
1/8 Seite quer

*200 × 32 mm



2/1 Seite

*435 × 282 mm
**470 × 320 mm



2/2 Seite

*435 × 139 mm
**470 × 158 mm

Sonderwerbformen auf Anfrage

INSERTIONSPREISE

Grösse	1-mal		3-mal		6-mal		12-mal	
	s/w	2-4 farbig	s/w	2-4 farbig	s/w	2-4 farbig	s/w	2-4 farbig
1/1 Seite	4900.–	5900.–	4655.–	5605.–	4410.–	5310.–	4165.–	5015.–
1/2 Seite	2900.–	3900.–	2755.–	3705.–	2610.–	3510.–	2465.–	3315.–
1/3 Seite	2300.–	3300.–	2185.–	3135.–	2070.–	2970.–	1955.–	2805.–
1/4 Seite	1900.–	2900.–	1805.–	2755.–	1710.–	2610.–	1615.–	2465.–
1/8 Seite	850.–	1850.–	808.–	1755.–	765.–	1665.–	723.–	1570.–

Insertionstarife in CHF zuzüglich 8% Mehrwertsteuer.

Allgemeine Geschäftsbedingungen: www.m-k.ch/agb

Zuschläge/BK

- » Pro Pantone-Farbe (zusätzlich zum s/w-Preis) CHF 800.–
- » Aufgeklebte Karte CHF 1500.–
- » Textplatzierte Inserate 10%
- » Beraterkommission vom Kundennetto 5%
- » Alle Zuschläge sind Rabatt- und BK-berechtigt, ausser technische Kosten von Beilagen und Beiheftern

Beilagen/Beihefter

- » 1 Blatt, 2-seitig bedruckt CHF 5960.–*
- * inklusive Handling- und Portokosten bis 50g

Bezugsquellen-Index

- » 1 Zeile pro Jahr (entspricht 2 mm Höhe/47 mm Breite) CHF 92.–
Auftragsdauer ab März, Mai, Sept. oder Dez. 1 Jahr
- » Internet-Zuschlag pro Rubrik/Jahr CHF 80.–

Meeting Points

- » 1 Zeile pro Jahr CHF 384.–
Auftragsdauer ab Mai oder November 1 Jahr

Online Angebote

- » MK-Flash (Platzierung Banner) 1 Ausgabe CHF 350.–
4 Ausgaben CHF 990.–
- » Bannerschaltung auf www.m-k.ch Ø Views pro Monat: 11 000

Leaderboard	728x90 Pixel	CHF 450.–
Rectangle / Skyscraper	300x250 Pixel / 160x600 Pixel	CHF 400.–
Banner	468x60 Pixel	CHF 350.–

Preise gelten für die Laufzeit von einem Monat.

REDAKTIONSPROGRAMM

Nr.	Erscheinung & Inserate-schluss	> Marketing • Online	Kommunikation Werbung/Focus	Medien + Märkte	Bildung	Spezial-Dossier
1	27.01. 06.01.	<ul style="list-style-type: none"> > Spezialausgabe Sponsoring > Nominierte Marketing Trophy • Suchmaschinen-/Content-Marketing 	<ul style="list-style-type: none"> Fussball EM Polen > Ambient Media/Out-of-home 	<ul style="list-style-type: none"> > Super WG J Zürich > Sonntagspresse 	> Bildungsmarkt 2012	> Verpackung 1
2	24.02. 03.02.	<ul style="list-style-type: none"> > Spezialausgabe MICE • E-Commerce/SOM 2012 	<ul style="list-style-type: none"> > Messekommunikation > Seminar- und Kongresshotels 	<ul style="list-style-type: none"> > Super WG H Basel > Frauen- und Lifestyle 	> Seminar-Infrastruktur	> Werbe- und Promoartikel
3	23.03. 02.03.	<ul style="list-style-type: none"> > Spezialausgabe Vfö/POS > Gewinner Marketing Trophy • Email-Marketing 	<ul style="list-style-type: none"> > Eventtechnik 	<ul style="list-style-type: none"> > MACH Basic I > Publikumszeitschriften 	> Marketing	> Publishing (Drupa 13.-16. Mai)
4	27.04. 04.04.	<ul style="list-style-type: none"> > Spezialausgabe Marketing & Werbung > Tag der Werbung • Trends im Digitalmarketing 				> Digitaldruck und Document-Management (Drupa 13.-16. Mai)
5	25.05. 02.05.	<ul style="list-style-type: none"> > Spezialausgabe Direktmarketing > DM-Award 2011 • Social Media 	<ul style="list-style-type: none"> > Traffic Media 	<ul style="list-style-type: none"> > Super WG ZE B Vaud > Programmmedien 	> DM-Ausbildung	> Verpackung 2
6	22.06. 01.06	<ul style="list-style-type: none"> > Jubiläumsausgabe MK 40 Jahre Marketing-Excellence • E-Commerce 	<ul style="list-style-type: none"> > Shop-in-Shop-Lösungen 	<ul style="list-style-type: none"> > WG 51 Ticino > Kombinationen 	> Ausblick 2. Hälfte 2012	> Visuelle Kommunikation – Grossauflage
7	27.07. 06.07.	<ul style="list-style-type: none"> > Spezialausgabe MIC-Destinations • Mobile-Marketing-Trends/Digital Publishing 	<ul style="list-style-type: none"> > Incentives- und Business-Reisen 	<ul style="list-style-type: none"> > WG 21 Luzern > Gratismedien 	> Verkauf/Führung	> Fachpresse 1
8	17.08. 26.07.	<ul style="list-style-type: none"> > Spezialausgabe suisseEmex 2012 • Suchmaschinenmarketing/DMEXCO 	<ul style="list-style-type: none"> > Kundengeschenke/Promo-Artikel 	<ul style="list-style-type: none"> > WG 24 Bern > Radioszene Schweiz > Radioday 	> Marketing	> Geschäftsberichte / Imagepublikationen
9	28.09. 07.09.	<ul style="list-style-type: none"> > Spezialausgabe Marketing- und Medienforschung • Online-Forschung 	<ul style="list-style-type: none"> > Marketing-Tools (Verkaufsinfo-Systeme bis PIM) 	<ul style="list-style-type: none"> > Mach-Basic II > Zeitungsverlegerkongress 	> Medien	> Verpackung 3
10	26.10. 05.10.	<ul style="list-style-type: none"> > Spezialausgabe GfM/Promarca • Online-Vermarktung/Onlinewerbung 	<ul style="list-style-type: none"> > Event-Technik 	<ul style="list-style-type: none"> > WG 26 St. Gallen > TV-Szene Schweiz > Screen-up 	> Grafik/Design	> Promotion Print Products/Response
11	23.11. 02.11.	<ul style="list-style-type: none"> > Spezialausgabe Branding • Markenbildung im Web/Social Media 	<ul style="list-style-type: none"> > Bildagenturen 	<ul style="list-style-type: none"> > WG 41 Aargau > Aussenwerbung 	> Ausblick 2013	<ul style="list-style-type: none"> > Fachpresse 2 mit O-Award > Verpackung 4
12	14.12. 23.11.	<ul style="list-style-type: none"> > Spezialausgabe Database-Marketing • Mobile-Marketing Trends/Digital Publishing 	<ul style="list-style-type: none"> > Public-Relations Services/Monitoring 	<ul style="list-style-type: none"> > Romandie 	> PR	> Coporate Communication & Publishing

TECHNISCHE DATEN



Erscheinungsweise monatlich, 12 Ausgaben / 40. Jahrgang

Druckverfahren Bogenoffset

Papier Inhalt: Bavaria, 90 g/m², matt gestrichen
NEU: Dossiers und allfällige Umschläge können auf spezielle Papiere gedruckt werden. Es können grundsätzlich nur matt gestrichene Papiere verwendet werden. Vorgaben der Druckerei sind zu beachten.
Preis auf Anfrage.

Druckunterlagen Digitale Daten in highend PDF für den Offsetdruck vorbereitet, Belichtungsauflösung 2400 dpi, 70er-Raster an: Kömedia AG.

Bei Anlieferung von nicht konformen Druckunterlagen/Daten werden die anfallenden Kosten zu CHF 125.–/Std. verrechnet.

Heftformat 235 x 320 mm

Satzspiegel 200 x 282 mm

Format Beilagen 230 x 315 mm (max.), 105 x 148 mm (min.), andere Formate auf Anfrage

Format Beihefter 4 oder 8 Seiten in der Heftmitte mit Greiffalz hinten 10 mm. Minimalformat 235 x 320 mm + 5 mm Beschnitt oben, unten, aussen.

Redaktion Marketing & Kommunikation, Zweierstr. 35, Postfach 8930
8036 Zürich, Telefon 058 344 93 40, Telefax 058 344 93 49
redaktion@m-k.ch

Verlag, Satz und Druck, Abonnenten-Service

galledia verlag ag
Hafnerwisenstrasse 1, 9442 Berneck
Telefon 058 344 92 86, Telefax 058 344 92 54, abo@galledia.ch

Verlagsleitung Oliver Zuckschwerdt, oliver.zuckschwerdt@galledia.ch

ANZEIGENMARKETING

kömedia
mit Leidenschaft

Kömedia AG
Geltenwilenstrasse 8a . 9001 St. Gallen
T 071 226 92 92 . F 071 226 92 93
info@koemedia.ch . www.koemedia.ch

Anzeigenleitung: Urs Dick . u.dick@koemedia.ch
Mediaberatung: Karin Bähler . k.baehler@koemedia.ch

INHALT



Marketing gehört zu den wichtigsten Assets und Kernkompetenzen von Marketing & Kommunikation. Neben Fachbeiträgen zu Marken mit Produkten, Machern und Marketingstrategien werden auch praktische Beispiele sowie Befragungen von Persönlichkeiten aus der Szene präsentiert. Die Seiten der Verbandspartner sind ein integrierender Bestandteil des Marketingteils.



Online fokussiert auf die Marketingtools der digitalen Wirtschaft und stellt somit eine Ergänzung zum «klassischen» Marketingteil dar. Im Heftaufbau wird der wachsende Komplex unter «Online» präsentiert. Trends und die Instrumente des Online-Marketings stehen im Zentrum, damit auch die Unternehmen, Dienstleistungen und Experten der Branche mit Statements, Anwendungsbeispielen und News präsent sind.



Kommunikation umfasst alle Aspekte der integrierten Kommunikation. «State of the Art» steht für eine Artikelserie über erfolgreich umgesetzte Konzepte. Aktuelle Fachbeiträge über die Entwicklung der Kommunikationsinstrumente und -fachgebiete inklusive Public Relations stehen im Mittelpunkt der Rubrik. Die Strecke bietet auch den Kommunikationsverbänden eine optimale Plattform.



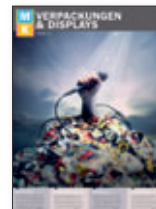
Medien und ihre Leistungen als Plattformen für die Verbreitung von Werbebotschaften stehen im Mittelpunkt. Der Inhalt der Rubrik orientiert sich an den Bedürfnissen der Werbeauftraggeber. Interviews und Umfragen bieten persönliche Anhaltspunkte über die Entwicklung der Medien und ihrer Dienstleistungen für die kommerzielle Kommunikation.



Bildung Aus- und Weiterbildungsthemen sind in Marketing & Kommunikation mit einem eigenen Teil vertreten, der eine ideale Ergänzung zu den übrigen Fachthemen darstellt. Marktangebote aus der Branche, aber auch das Prüfungswesen und vor allem die «MarKom»-Bildungsszene werden kritisch beleuchtet. Wichtige Veranstaltungshinweise und Vorschauen gehören ebenso dazu wie die Meetingpoints.



Focus Die Focus-Beiträge bieten eine Vertiefung von einzelnen Themen, die den Rahmen eines einzelnen Beitrags sprengen. Focus-Themen werden nach Aktualität und Marktinteresse ins Heft integriert. Sie ergänzen jeweils in der Heftstruktur die Hauptrubriken.



Dossiers Die Dossiers von Marketing & Kommunikation vertiefen einzelne wichtige Themen aus dem Umfeld der Publikation. Sie werden in der Regel als eigenständige Beilagen von Marketing & Kommunikation realisiert und sollen möglichst vollständig und aktuell das thematische Spektrum im ausgewählten Bereich abdecken. In dieser konzentrierten Form stellen die Dossiers eine optimale Leistung für interessierte Leser sowie ein ideales Umfeld für Inserenten dar.

GESCHÄFTSBEDINGUNGEN VSW

Allgemeine Geschäftsbedingungen betreffend die vertraglichen Beziehungen zwischen Inserenten und Mitgliedern des Verbandes Schweizerischer Werbegesellschaften VSW

A. ANWENDBARKEIT

1. Geschäftsbeziehungen zu Inserenten

1.1. Die Geschäftsbedingungen regeln die vertraglichen Beziehungen (Insertionsvertrag) zwischen einer Werbegesellschaft und einem Inserenten. Gegenüber den Werbegesellschaften handeln Werbe-, Media- oder PR-Agenturen im Namen und auf Rechnung des Inserenten.

1.2. Der Insertionsvertrag beinhaltet die Publikation (Einzelaufträge, Wiederholungsaufträge und Mengenabschlüsse) von Inseraten, Werbebeilagen und Beihetern (Inserate) durch eine Werbegesellschaft, inkl. oder exkl. Beratung, Kreation von Inseraten im DTP-Verfahren, Erstellung von Mediaplänen oder administrativen Dienstleistungen. Gegenüber den Verlagen übernehmen die Werbegesellschaften die Publikation der Inserate als ihre eigene Verpflichtung.

2. Geschäftsbedingungen der Inserenten

2.1. Die Geschäftsbedingungen werden mit Vertragsschluss Bestandteil des Insertionsvertrages. Gleichzeitig verzichtet der Inserent auf die Anwendung seiner eigenen Geschäftsbedingungen.

B. VERTRAGSABWICKLUNG

3. Preise

3.1. Bezüglich der Publikation gelten die jeweils gültigen Insertionsstarife und Rabatte der Verlage, zuzüglich MwSt.

3.2. Bezüglich Beratungs-, Kreative-, Planungs- oder administrativer Dienstleistungen der Werbegesellschaften gelten deren jeweils gültigen Dienstleistungstarife, zuzüglich MwSt.

3.3. Änderungen der Insertionsstarife, Rabatte, Dienstleistungstarife und der MwSt treten auch bei laufenden Publikationen sofort in Kraft. Der Inserent hat aber das Recht, innerhalb von zwei Wochen seit Bekanntgabe des neuen Preises vom Vertrag zurückzutreten. In diesem Fall hat er nur Anspruch auf den Rabatt, der gemäss Rabattskala der effektiv abgenommenen Menge entspricht.

5. Grösse der Inserate

5.1. Für die Verrechnung massgeblich ist die in der betreffenden Zeitung gemessene Grösse von Trennlinie zu Trennlinie. Bei Vollvorlagen und Rahmenseinseraten werden zur Abdruckhöhe 2 mm dazugerechnet.

5.2. Mehrmals erscheinende Inserate mit gleicher Vorlage oder Text werden alle mit der Grösse des erst erschienenen Inserates verrechnet.

8. Modalitäten, Mengenabschlüsse bzw. Wiederholungsaufträge

8.1. Für jedes Insertionsorgan muss ein separater Mengenabschluss bzw. Wiederholungsauftrag vereinbart werden.

8.2. Der Mengenabschluss bzw. Wiederholungsauftrag kann grundsätzlich nur von einem einzelnen Inserenten getätigt werden. Konzernen und Holdinggesellschaften kann jedoch die Schweizerische Treuhandgesellschaft unter gewissen Voraussetzungen die Berechtigung zusprechen, Konzernabschlüsse zu tätigen.

8.3. Die Laufdauer des Mengenabschlusses bzw. Wiederholungsauftrages beträgt 12 Monate. Beginnt er bis und mit dem 15. eines Monats, so dauert er bis Ende Vormonat des folgenden Jahres; beginnt er ab 16. bis Ende eines Monats, so läuft er bis Ende des laufenden Monats des folgenden Jahres.

8.4. Grundsätzlich gilt für die ganze Laufdauer der gleiche Rabattsatz.

9. Verlegerrecht

9.1. Die Verlage behalten sich vor, Änderungen der Inseratinalte zu verlangen oder Inserate ohne Angabe von Gründen abzulehnen.

9.2. Die Verlage können Inserate mit der Bezeichnung «Inserat» versehen, um sie vom redaktionellen Teil abzugrenzen.

9.3. Die Verlage können grundsätzlich über die Platzierung der Inserate bestimmen. Platzierungswünsche des Auftraggebers können nur unverbindlich entgegengenommen werden. Für eingehaltene Platzierungsvorschriften wird der festgelegte Preis erhoben.

9.4. Aufträge für Werbebeilagen und Beihetfer sind für die Verlage erst nach Genehmigung eines Musters bindend.

11. Probeabzüge

11.1. Auf Anfrage können Probeabzüge für kommerzielle Inserate geliefert werden, sofern die Druckunterlagen mindestens 3 Tage vor Annahmeschluss eintreffen.

11.2. Für Vollvorlagen wird kein Probeabzug geliefert.

12. Druckmaterial

12.1. Ohne ausdrückliche Vereinbarung ist der Verlag bzw. die Werbegesellschaft für herkömmlich oder digital geliefertes Druck- und Datenmaterial (Reizeichnungen, Filme, Fotos usw.) weder aufbewahrungs- noch rückgabepflichtig.

13. Zahlungskonditionen

13.1. Für die Publikation von Gelegenheitsinseraten gilt Barzahlung oder eine Zahlungsfrist von 10 Tagen.

13.2. Für die Publikation von allen übrigen Inseraten gilt eine Zahlungsfrist von 30 Tagen ohne Skontoabzug.

13.3. Auf verfallenen Rechnungen wird ein marktüblicher Verzugszins verrechnet.

13.4. Für Mahnungen werden die Kosten verrechnet.

13.5. Bei Betreibung, Nachlassstundung oder Konkurs entfallen Rabatte und Vermittlungsprovisionen.

14. Vorzeitige Vertragsauflösung

14.1. Stellt ein Insertionsorgan während der Vertragsdauer sein Erscheinen ein, kann die Werbegesellschaft ohne Ersatzverpflichtung vom Vertrag zurücktreten.

14.2. Dies entbindet den Inserenten nicht von der Bezahlung der erschienenen Inserate.

14.3. Es werden keine Rabattnachbelastungen, aber Vergütungen vorgenommen, sofern zum Zeitpunkt der Vertragsauflösung eine höhere Rabattstufe erreicht wird.

14.4. Inserate, welche nach Insertionschluss storniert sind, werden durch den Verlag dem Kunden in Rechnung gestellt

C. HAFTUNG DER WERBEGESELLSCHAFT

15. Fehlerhaftes Erscheinen, Nichterscheinen

15.1. Reklamationen wegen fehlerhaftem Erscheinen oder Nichterscheinen sind innerhalb von 10 Tagen nach Publikation bei der Werbegesellschaft anzubringen.

15.2. Wird der Sinn oder die Wirkung des Inserates wesentlich beeinträchtigt oder ist ein Termininserat nicht erschienen, werden die Einschaltkosten ganz oder teilweise erlassen oder in Form von Inseratenraum in der betreffenden Publikation kompensiert. Bei telefonisch erteilten Aufträgen, bei fehlerhaften digitalen Übermittlungen von Inseraten zur Werbegesellschaft oder zum Verlag, bei Fehlern infolge von Übersetzungen fremdsprachiger Vorlagen, bei Datenverschiebungen (Ziff.

9,2), bei nicht eingehaltenen Platzierungsvorschriften, bei ungeeigneten Vorlagen, bei nicht signifikanten Passerdifferenzen und bei Abweichungen in der Farbe oder von typografischen Vorschriften sowie bei fehlenden Codebezeichnungen entfallen die genannten Ansprüche.

15.3. Sämtliche weitergehenden Ansprüche als die in Ziff. 15.2 genannten wegen fehlerhaftem Erscheinen, Nichterscheinen oder aus anderen Gründen sind ausgeschlossen.

D. HAFTUNG DES INSERENTEN

16. Haftung bezüglich Inhalt der Inserate

16.1. Der Inserent ist für den Inhalt der Inserate verantwortlich. Er erklärt, die einschlägigen gesetzlichen Bestimmungen und Branchenregeln einzuhalten und dafür der Werbegesellschaft und dem Verlag verantwortlich zu sein. Er stellt die Werbegesellschaft und den Verleger sowie deren Organe und Hilfspersonen von Ansprüchen Dritter frei. Er ist in jedem Fall verpflichtet, sämtliche im Zusammenhang mit Ansprüchen Dritter oder in sonstigen Verfahren anfallenden gerichtlichen oder aussergerichtlichen Kosten zu übernehmen.

17. Gegendarstellungsrecht

17.1. Bei einem Gegendarstellungsbegehren (Art. 28 ff ZGB) gegenüber Inseraten informiert der Verlag bzw. die Werbegesellschaft den Inserenten über den Eingang des Begehrens und bespricht mit ihm das Eintreten auf das Begehren bzw. seine Abweisung oder Gutheissung sowie das Vorgehen bei einer allfälligen Publikation und die damit zusammenhängenden Modalitäten.

F. ANWENDBARES RECHT, GERICHTSSTAND

20. Auf den Insertionsvertrag findet ausschliesslich schweizerisches Recht Anwendung.

21. Ausschliesslicher Gerichtsstand ist das zuständige Gericht am **Ort der Geschäftsstelle** der Werbegesellschaft, die den Insertionsvertrag abgeschlossen hat. Die vorliegenden Geschäftsbedingungen treten am 1.10.2003 in Kraft und ersetzen alle früheren Fassungen.

Die ausführlichen Angaben zu den Allgemeinen Geschäftsbedingungen finden Sie unter: www.m-k.ch/agb