



**MARKETING &
KOMMUNIKATION**



MEDIA-DOKUMENTATION 2010

Kompetent. Szenennah. Crossmedial.

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 wichtigsten Branchenevents.



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: 6158 Exemplare** (WEMF-/SW-beglaubigt)
 - davon bezahlte Abonnements 2266 Exemplare**
 - » Freie Abonnenten (Marketing-, Verkaufs-, Werbeleiter)
 - davon Pflichtabonnements 3304 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 295 Exemplare**
 - davon Gratisexemplare (max. 5%) 293 Exemplare**
- » **Gratisauflage: 649 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 2193 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.

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.

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 7,6% 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
- » Internet-Zuschlag pro Eintrag/Jahr CHF 80.–

Sonderwerbformen auf Anfrage

- » Interview, Case Studies, Publireportagen

Online Angebote

- » Bannerschaltung auf www.m-k.ch pro Monat CHF 860.–
- » MK-Flash (Platzierung Banner) 1 Ausgabe CHF 350.–
4 Ausgaben CHF 990.–

REDAKTIONSPROGRAMM

Nr.	Erscheinung & Inserate-schluss	Marketing • Online	Kommunikation Werbung/Focus	Medien + Märkte	Bildung	Spezial-Dossier
1	28.01. 07.01.	<ul style="list-style-type: none"> › Nominierte Marketing Trophy • Suchmaschinenoptimierung • Keyword-Advertising 	<ul style="list-style-type: none"> › Ambient Media / Out of Home › Eidg. Schwingfest Frauenfeld 20.–22.8.10 	<ul style="list-style-type: none"> › Sonntagspresse 	<ul style="list-style-type: none"> › Bildungsmarkt '10 	<ul style="list-style-type: none"> › Verpackung I
2	25.02. 04.02.	<ul style="list-style-type: none"> › Marketing-Excellence • E-Mail- & Permission Marketing • SOM (24.–25.03.10) 	<ul style="list-style-type: none"> › Messekommunikation › Seminar- & Kongresshotels 	<ul style="list-style-type: none"> › Publikumszeitschriften 	<ul style="list-style-type: none"> › Marketing 	<ul style="list-style-type: none"> › Contact-Center & Customer Interaction I
3	25.03. 04.03.	<ul style="list-style-type: none"> › Gewinner Marketing Trophy '10 • Social Media/Communities • Affiliate-Marketing 	<ul style="list-style-type: none"> › Videoconferencing 	<ul style="list-style-type: none"> › MACH Basic 1 	<ul style="list-style-type: none"> › IT-Ausbildung 	<ul style="list-style-type: none"> › Publishing
4	22.04. 30.03.	Spezialausgabe Trends in der Werbung <ul style="list-style-type: none"> • Online-Werbung, Online-Kampagnen 	<ul style="list-style-type: none"> › Traffic Media 	<ul style="list-style-type: none"> › Frauen / Lifestyle 	<ul style="list-style-type: none"> › Kommunikation 	<ul style="list-style-type: none"> › Werbe- & Promotionsartikel
5	27.05. 04.05.	<ul style="list-style-type: none"> › Direktmarketing DM-Award '10 • Mobile Marketing 	<ul style="list-style-type: none"> › Corporate Communications 	<ul style="list-style-type: none"> › TV-Werbung › Programm-Medien 	<ul style="list-style-type: none"> › Verkauf 	<ul style="list-style-type: none"> › Verpackung II
6	24.06. 03.06.	<ul style="list-style-type: none"> › VF und POS • Markenführung im Internet 	<ul style="list-style-type: none"> › Printwerbung am POS 	<ul style="list-style-type: none"> › Romandie › Kombis 	<ul style="list-style-type: none"> › Ausblick 2. Semester '10 	<ul style="list-style-type: none"> › Visuelle Kommunikation-Grossauflage
7	12.07. 21.06.	<ul style="list-style-type: none"> › Preispolitik • E-Business-Solutions 	<ul style="list-style-type: none"> › MIC-Locations › Incentives 	<ul style="list-style-type: none"> › Crossmedia › Tagespresse 	<ul style="list-style-type: none"> › Infrastruktur 	<ul style="list-style-type: none"> › Fachpresse I
8	19.08. 29.07.	<ul style="list-style-type: none"> › Suisse-EMEX '10 • Suchmaschinen/B2B-Portale 	<ul style="list-style-type: none"> › Kundengeschenke / Promo-Artikel 	<ul style="list-style-type: none"> › Gratismedien › Radioday 	<ul style="list-style-type: none"> › Führung 	<ul style="list-style-type: none"> › Geschäftsberichte/Imagepublikationen › Contact-Center & Customer Interaction II
9	16.09. 26.08.	<ul style="list-style-type: none"> › Marketing- & Medienforschung • Online-Forschung, Web-Analytics 	<ul style="list-style-type: none"> › Product Information Management PIM 	<ul style="list-style-type: none"> › MACH Basic II › Mediaforschung 	<ul style="list-style-type: none"> › Medien 	<ul style="list-style-type: none"> › Verpackung III
10	21.10. 30.09.	<ul style="list-style-type: none"> › Marketing-Effizienz • Website-Marketing 	<ul style="list-style-type: none"> › Event-Technik Licht, Ton, Showtechnik 	<ul style="list-style-type: none"> › Auflagezahlen › Screen-up 	<ul style="list-style-type: none"> › Infrastruktur/ Technik 	<ul style="list-style-type: none"> › Promotion Print Products › Document Management
11	18.11. 27.10.	<ul style="list-style-type: none"> › Markenpolitik • Onlinewerbemarkter 	<ul style="list-style-type: none"> › Bildagenturen 	<ul style="list-style-type: none"> › Exportwerbung › Aussenwerbung 	<ul style="list-style-type: none"> › Ausblick 2011 	<ul style="list-style-type: none"> › Fachpresse II › Contact-Center & Customer Interaction III
12	16.12. 25.11.	<ul style="list-style-type: none"> › Database-Marketing • E-Commerce/ E-Shop 	<ul style="list-style-type: none"> › Public Relations Services 	<ul style="list-style-type: none"> › Romandie › Mitgliedschaftspresse 	<ul style="list-style-type: none"> › PR 	<ul style="list-style-type: none"> › Corporate Communication & Publishing

Erscheinungsweise monatlich, 12 Ausgaben / 38. 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 auf CD-ROM für den Offsetdruck vorbereitet, Belichtungsauflösung 2400 dpi, 70er-Raster. Kontrollausdruck, Proofs und Datenträger an: KünzlerBachmann Medien 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 044 296 10 40, Telefax 044 296 10 49, redaktion@m-k.ch

Chefredaktor Dr. Jaromir Löffler, loeffler@m-k.ch

Verlag, Satz und Druck, Abonnenten-Service

Rheintaler Druckerei und Verlag AG,
Hafnerwisenstrasse 1, 9442 Berneck
Telefon 071 747 22 86, Telefax 071 747 22 54, abo@rdv.ch

Verlagsleitung Oliver Zuckschwerdt, zuckschwerdt@rdv.ch

ANZEIGENMARKETING

künzlerbachmann
medien

KünzlerBachmann Medien AG
Geltenwilenstrasse 8a . 9001 St.Gallen
T 071 226 92 92 . F 071 226 92 93
info@kbmedien.ch . www.kbmedien.ch

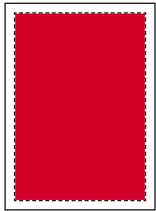
Anzeigenleitung: Urs Dick . u.dick@kbmedien.ch
Medienberatung: Karin Bähler . k.baehler@kbmedien.ch

ANZEIGENFORMATE

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

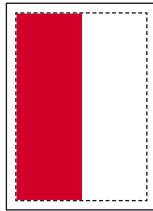
*Satzspiegel

**randangeschnitten (plus 3 mm Beschnitt)



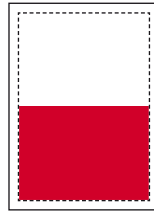
1/1 Seite

*200 × 282 mm
**235 × 320 mm



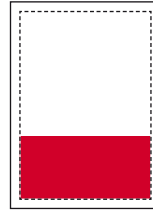
1/2 Seite hoch

*98 × 282 mm
**115,5 × 320 mm



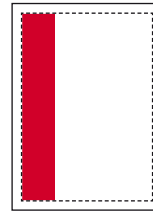
1/2 Seite quer

*200 × 139 mm
**235 × 158 mm



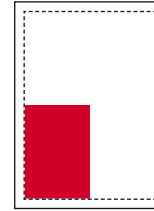
1/3 Seite quer

*200 × 92 mm
**235 × 111 mm



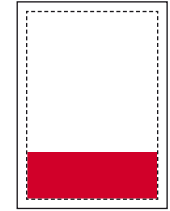
1/4 Seite hoch

*47 × 282 mm
**64,5 × 320 mm



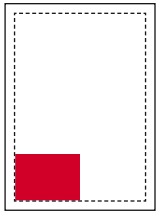
1/4 Seite hoch

*98 × 139 mm
**115,5 × 158 mm



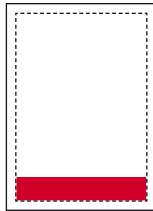
1/4 Seite quer

*200 × 68 mm
**235 × 87 mm



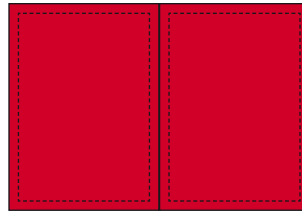
1/8 Seite hoch

*98 × 68 mm
**115,5 × 87 mm



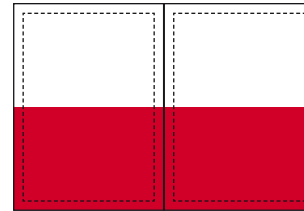
1/8 Seite quer

*200 × 32 mm



2/1 Seite

*435 × 282 mm
**470 × 320 mm



2/2 Seite

*435 × 139 mm
**470 × 158 mm

Sonderwerbepformen auf Anfrage

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 Beiheftern (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 Publikation gelten die jeweils gültigen Inserentstarife 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 Inserentstarife, 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 Anrecht 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 Rahmeninseraten werden zur Abdruckhöhe 2 mm dazu gerechnet.

5.2. Mehrmals erscheinende Inserate mit gleicher Vorlage oder Text werden alle mit der Grösse des erscheinenden 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 Inserat Inhalte 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 unverzüglich entgegengenommen werden. Für eingehaltene Platzierungsvorschriften wird der festgelegte Preis erhoben.

9.4. Aufträge für Werbebeilagen und Beihefter 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 (Reinzeichnungen, 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 ausssergerichtlichen 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/agn