



Das einzige Werbeangebot für die Sprachgrenze zwischen der Romandie und den angrenzenden deutschsprachigen Gebieten in den Kantonen Wallis, Freiburg und Bern.

Der ZeitungsPool

Biel – Freiburg – Wallis

■ Tarife 2024

Bieler Tagblatt
Vollständig informiert.

Freiburger Nachrichten

Walliser Bote
☆☆

GASSMANNmedia

DER ZEITUNGSPOOL

Vier Argumente, weshalb Sie mit unseren 3 regionalen Tageszeitungen näher an der Bevölkerung sind als mit anderen Medien.

Regionale Leadertitel

Die regionalen Tageszeitungen sind gemäss Consumer-Forschung eindeutig die wichtigste Medien-Informationsquelle für den Einkauf. Unsere Titel sind in unseren Regionen die klare Nummer-1-Tageszeitung. Unsere Leserzahlen sind in den letzten Jahren stabil.

Corporate Media Responsibility

Die höchst aktuelle Diskussion um die Corporate Media Responsibility stellt die Frage, welche Medienmarken Relevanz haben und in welchem Umfeld ein Unternehmen seine Werbebotschaften platzieren möchte. Im Zusammenhang mit Fake News oder im Kontext glaubwürdige Information? Die regionalen Tageszeitungen erfüllen diese Anforderung weitaus besser als Gratistitel oder Online-Aktivitäten.

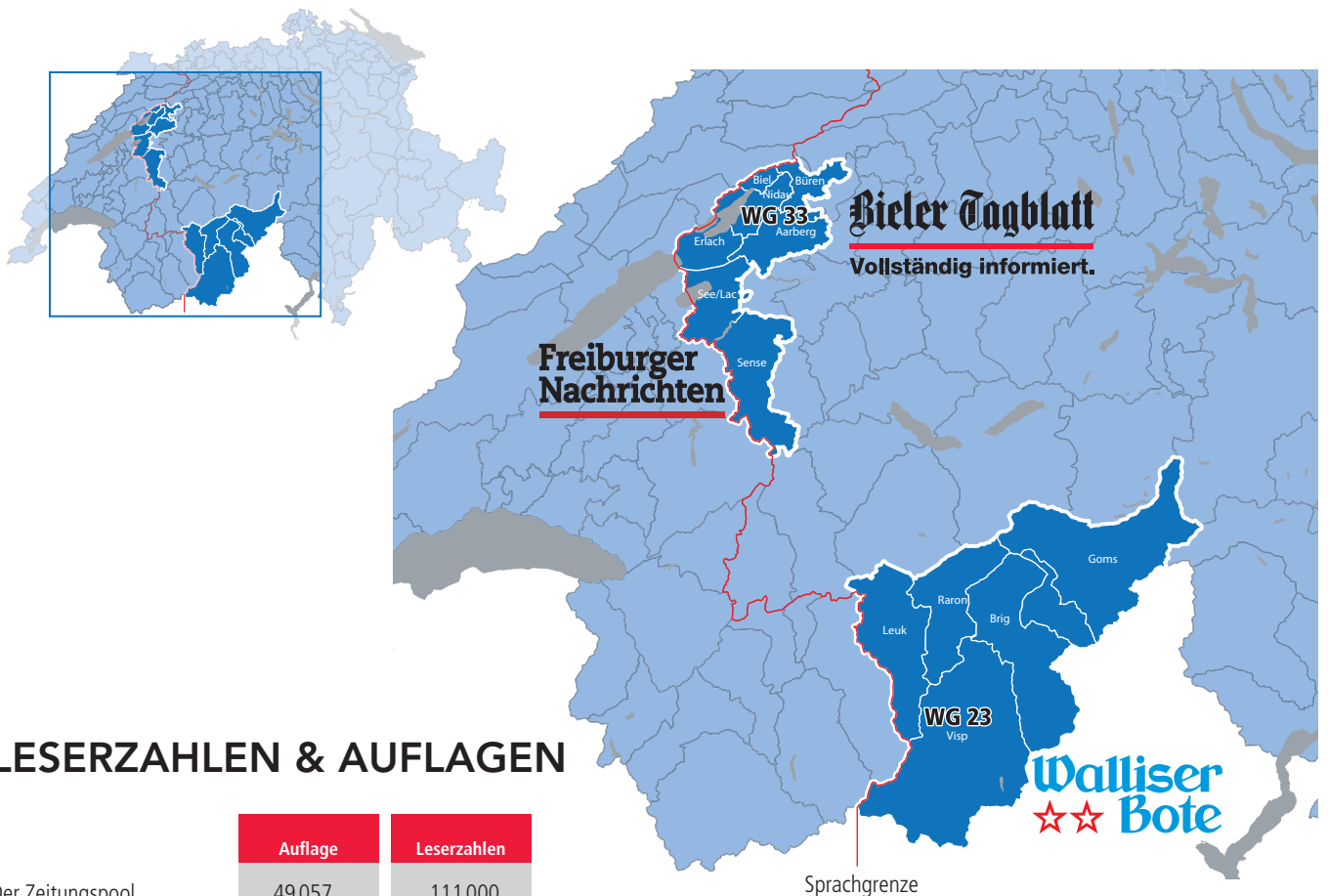
Werbung in Printmedien ist willkommen

Werbung, die stört, hat einen schweren Stand. Adblocker, Stopp-Kleber oder wegzappen verhindern, dass Werbebotschaften ankommen. Längst nicht jede Werbeform ist wirklich akzeptiert. Das erschwert die Werbewirkung. Bei den Printmedien ist die Werbung integrierter Bestandteil der Zeitung oder Zeitschrift und profitiert vom redaktionellen Umfeld.

Printmedien beeinflussen den Einkaufszettel

Printmedien gehören zu den häufigsten Informationsquellen, wenn es um die Planung des Einkaufs geht. Bei Produkten des täglichen Bedarfs sind Zeitungen und Zeitschriften das mit grossem Abstand meistgenutzte Medium.

STREUGEBIET «DER ZEITUNGSPOOL»



LESERZAHLEN & AUFLAGEN

	Auflage	Leserzahlen
Der Zeitungspool	49 057	111 000
Grossauflage am DO	108 169	153 000
Bieler Tagblatt	14 861	38 000
Freiburger Nachrichten	16 195	34 000
Grossauflage am DO	43 987	57 000
Walliser Bote	18 001	39 000
Grossauflage am DO	49 321	58 000

Quelle: WEMF 2022 & MACH Basic 2022-2 inkl. Für detaillierte Mediadaten wenden Sie sich an:
«Der Zeitungspool», c/o Gassmann Media AG, Telefon 032 344 83 83

Kernstreugebiet

Bieler Tagblatt:	WG 33 Seeland Biel-Bienne/Nidau/Büren/Erlach/Aarberg
Freiburger Nachrichten:	Bezirke Sense/See
Walliser Bote:	WG 23 Oberwallis Visp/Brig/Raron/Leuk/Goms

UNSERE ANGEBOTE 2024

Fixformate

		farbig ¹
2/1-Seite	(610 × 440 mm, 22 Spalten)	37 947.–
1/1-Seite	(290 × 440 mm)	17 248.–
1/2-Seite	(290 × 220 mm oder 143 × 440 mm)	10 042.–
1/4-Seite	(290 × 110 mm oder 143 × 220 mm)	5 907.–
1/3-Seite quer	(290 × 145 mm)	7 787.–
1/2-Seite TA	(290 × 220 mm)	13 202.–
1/2-Seite Panorama TA	(610 × 220 mm)	24 944.–
1/3-Seite TA quer	(290 × 145 mm)	10 237.–
1/4-Seite TA quer	(290 × 110 mm)	7 766.–
Junior Page	(190 × 220 mm)	11 183.–
Monolith	(94 × 440 mm)	10 562.–

Grundpreise

	farbig ¹
Anzeigen	5.37
Textanschluss ²	7.06
Reklamen	19.24
Rubriken (Stellen, Immobilien) ³	6.10

¹ Bei Farbanzeigen besteht keine Farbexklusivität.

² Textanschluss nur 10-spaltig möglich. Höhe mindestens 90 mm/max. 220 mm.

Unter 90 mm wird der Reklametarif verrechnet.

³ Stellen erscheinen Mi + Fr, Immobilien täglich.

Bei Auslandsaufträgen mit 15% BK wird ein Zuschlag von 10% auf den CH-Tarif verrechnet.

MEHRWERT

Super-Donnerstag: Mehr Leistung zum gleichen Preis

Grossauflagen:

Jeden Donnerstag können im Rahmen von «Der Zeitungspool» die Grossauflagen der «Freiburger Nachrichten» und des «Walliser Bote» ohne Zuschlag gebucht werden!

Sie profitieren jeden Donnerstag von über **59 000 zusätzlichen Exemplaren ohne Aufpreis.**

Weekend-Angebot: Freitag buchen – Montag gratis dazu!

«Der Zeitungspool» hilft Ihnen, die Leserkontakte für Ihre Anzeige zu verdoppeln. Wenn Sie für einen Freitag eine Anzeige buchen, dann kann dasselbe Sujet am darauf folgenden Montag kostenlos wiederholt werden. Das Weekend-Angebot des «Zeitungspool» ist damit eine starke Werbepresenz.

Vorteile

- Doppelte Leserkontakte und mehr Werbedruck durch die 2. Schaltung am Montag
- Mehr Beachtung der Leser kurz vor und nach dem Wochenende
- Der Bruttowert der bezahlten Schaltung wird dem normalen Franken-Rabattabschluss angerechnet

Bedingungen

- Das Weekend-Angebot gilt ab dem Brutto-Mindestwert einer Schaltung von CHF 5900.–
- Der Tag für die bezahlte Schaltung ist der Freitag
- Die Wiederholung folgt am direkt folgenden Montag (Die Verlage haben ein Schieberecht der Gratiswiederholung auf Dienstag)
- Sujetwechsel möglich

RABATTE

Frankenrabatte

Umsatz	Rabatt %	Umsatz	Rabatt %
10 000	3	420 000	17
20 000	6	500 000	18
40 000	9	600 000	19
80 000	10	700 000	20
120 000	11	800 000	21
160 000	12	900 000	22
200 000	13	1 000 000	23
250 000	14	1 200 000	24
300 000	15	1 500 000	25
360 000	16	1 800 000	26

«Der Zeitungspool»-Abschlüsse können nicht mit den Abschlüssen der Stammzeitungen kumuliert werden.

Wiederholungsrabatte

Nur bei gleichzeitiger Bestellung (ohne Grössenwechsel), Sujet-/Textwechsel nur bei Vollvorlagen möglich.

2× 3% 3× 5% 6× 10% 13× 12% 26× 15% 52× 20%

Stellen: 2× 3% 3× 5% 6× 10%

Franken- und Wiederholungsrabatte werden auf den Totalbetrag (inkl. Platzierungszuschlag) gewährt. Verschiedene Rabatte können nicht kumuliert werden.

Zuschlag

Bei zwingenden Platzierungswünschen wird ein Zuschlag von 20% auf den Bruttobetrag verrechnet.

Beraterkommission/Verrechnung

Eine Beraterkommission von 5% (Auslandstarif 15%) wird auf alle Dispositionen gewährt, für die der Schweizer- bzw. Einheits- oder Auslandstarif berechnet und der Auftrag über eine kommissionsberechtigende Werbe- oder Mediaagentur vermittelt wird. Von einer Kommissionierung ausgenommen sind alle Gelegenheitsinserate wie z. B. Stellenanzeigen, Liegenschaftsinserate, Todesanzeigen, Finanz-, Anleihe- und Emissionspublikationen, Abschluss- und Bilanzausschreibungen, amtliche und statistische Anzeigen.

Wohltätigkeitsrabatt

50% vom Grundtarif gemäss ZEW-Verzeichnis (gilt nur für Geschäftsanzeigen).

PUBLIREPORTAGEN

Bestimmungen für Publireportagen

Publireportagen unterscheiden sich von den kommerziellen Anzeigen in ihrem Inhalt. Es dürfen keine Aussagen gemacht werden, die der direkten Werbung gegenüber potenziellen Kunden dienen.

Erlaubter Inhalt und Bedingungen

- Logo und Firmenadresse
- Internetadresse
- Beschreibung eines firmeneigenen Produktes.
- Auflistung der einzelnen Dienstleistungen des Unternehmens.
- Werden Fremdlogos/-inserate abgebildet, wird der dafür benötigte Raum zum normalen Anzeigentarif verrechnet.
- Der Text darf nicht 6-spaltig umbrochen sein.
- Der Text darf nicht in Redaktionschrift oder in ähnlicher Schrift mit Verwechslungsgefahr abgesetzt sein.
- Am Kopf einer Publireportage muss das Wort «PUBLIREPORTAGE» klar ersichtlich sein.
- Der Text muss mindestens vier Tage vor Erscheinen der Anzeigen-/Verkaufsleitung des «Der Zeitungspool» vorliegen. Diese behält sich das Recht vor, fehlerhafte Texte zu redigieren oder regelwidrige Texte abzulehnen.
- Bei nicht termingebundenen Publireportagen hat der Verlag ein Schieberecht von maximal drei Tagen.
- Aufträge an andere Werbeträger können gegen Verrechnung der Vollkosten abgewickelt werden.
- Falls der Text zum Anzeigenschluss noch nicht vorliegt, behält sich «Der Zeitungspool» das Recht vor, diesen nach Eingang zurückzuweisen, den Auftrag zu löschen und den reservierten Raum zu verrechnen.

1/1-Seite

1/2-Seite

farbig*

8 900.–

7 000.–

* Bei Farbanzeigen besteht keine Farbekklusivität.

Nicht erlaubt

- Preisangaben für Produkte.
- Hinweise auf befristete Aktionen, Ausstellungen.
- Coupons (Adressen, Preisreduktionen usw.).
- Andere Formate als 1/2- und 1/1-Seiten.

PROSPEKTBEILAGEN

Normalauflage (Mo.–Mi./Fr.–So.)	Grossauflage (Donnerstag)
49 057 Ex.	108 169 Ex.

	WW	TK*	Total
Preise pro 1000 Ex. bis 50 Gramm	142.30	149.25	291.55
Preise pro 1000 Ex. 51 bis 75 Gramm	193.90	170.20	364.10
Preise pro 1000 Ex. 56 bis 100 Gramm	245.50	191.00	436.50

* Technische Kosten und Porto. Portoaufschläge der Post vorbehalten.

FRONTSTICKER

	Normal- auflage	Gross- auflage
Standard 76 × 76 mm	9 800.–	13 800.–

(Sonderformen, Booklets, usw. + 50% v. Brutto)

	Normal- auflage	Gross- auflage
Produktionskosten Frontsticker	ab 1650.–	ab 3180.–

Anzuliefernde Auflagen (Am Donnerstag gilt die Grossauflage)

	Normal- auflage	Gross- auflage
Bieler Tagblatt (Keine Grossauflage)	16 500 Ex.	-
Walliser Bote	15 000 Ex.	49 000 Ex.
Freiburger Nachrichten	18 500 Ex.	46 000 Ex.

Reservation: mindestens zehn Tage vor Erscheinen mit Blindmuster

Gassmann Media AG, Robert-Walser-Patz 7, 2501 Biel
Tel. 032 344 83 83, Fax 032 344 83 53
E-Mail: service@gassmann.ch

Wichtig

Die Paletten müssen klar mit dem Hinweis «Erscheinungsdatum» und «Titel» angeschrieben sein.

Technische Rahmenbedingungen – Prospektbeilagen

Bieler Tagblatt

Mindestformat: 105 × 148 mm
Format offen, max. 320 × 240 mm
mit mind. 1 geschlossenen Kante, welche mind. 15 cm lang sein muss.

Walliser Bote

Mindestformat: 148 × 105 mm (A6)
Maximalformat: 235 × 155 mm
Maximalgewicht: 100 g

Freiburger Nachrichten

Mindestformat: 105 × 148 mm (A6)
Maximalformat: 235 × 320 mm
Mindestgewicht: 6 g
Maximalgewicht: 100 g

Anliefertermin

Vier Arbeitstage vor Erscheinen.

Erscheinungs-/Einstecktage für Prospektbeilagen

Auf Anfrage, Reservation zwingend. Es besteht kein Recht auf Exklusivität und Konkurrenzausschluss.

Annulation

Siehe Anzeigenschlüsse.

Rabatte

Der Werbewert der Prospektbeilagen ist abschlussberechtigt.
BK: 5%/JUP: 2–5% auf Werbewert.

Fremdanzeigen

Für Anzeigen oder PR-Kampagnen von Drittkunden innerhalb der Prospektbeilage wird pro Seite ein Zuschlag von 20% auf den Bruttopreis einer Zeitungspool s/w-Seite berechnet.

Anlieferadressen

W. Gassmann AG	CIL Centre d'impression	Freiburger Nachrichten
Bieler Tagblatt	Lausanne SA	c/o Druckzentrum
c/o Druckzentrum	Walliser Bote	Bern AG, Zentweg 7
Bern AG, Zentweg 7	Chemin de Mochettaz 8	3006 Bern
3006 Bern	1030 Bussigny	

TERMINE

Anzeigenschluss

Montag-Ausgabe	Donnerstag	9.00 Uhr
Dienstag-Ausgabe	Freitag	9.00 Uhr
Mittwoch-Ausgabe	Montag	9.00 Uhr
Donnerstag-Ausgabe	Dienstag	9.00 Uhr
Freitag-Ausgabe	Mittwoch	9.00 Uhr
Samstag-Ausgabe	Donnerstag	9.00 Uhr

Stellenmarkt Mittwoch	Montag	9.00 Uhr
Stellenmarkt Freitag	Mittwoch	9.00 Uhr
Probeabzüge	3 Werktage vor Erscheinen	

Erscheinungsweise

6-mal wöchentlich, Montag bis Samstag

Annahmeschluss für Sistierungen

Wie Anzeigenschluss für Anzeigen und Reklamen, bei später eingegangenen Sistierungen wird der Raum verrechnet.

Disposition

Die Anzeigen erscheinen in allen beteiligten Zeitungen jeweils in gleicher Grösse, im gleichen Zeitraum und ohne Sujetwechsel. Adresswechsel ist möglich.

FORMATE

Format- und Gestaltungsvorschriften

9-spaltige Anzeigen (Zeitungsformat) werden 10-spaltig verrechnet. Über 400 mm Höhe wird seitenhoch verrechnet. Mindestgrösse für Panorama-Anzeigen: 14-sp./110 mm inkl. Bundüberlauf. Für Panorama-Anzeigen werden 22 Spalten verrechnet.

Satzspiegel	1/1-Seite		290 × 440 mm		Seiteninhalt		1/1-Seite		4400 mm	
	2/1-Seite		610 × 440 mm				2/1-Seite		9680 mm	
	1-sp.	2-sp.	3-sp.	4-sp.	5-sp.	6-sp.	7-sp.	8-sp.	9-sp.	10-sp.
Anzeige in mm	—	56	85	114	143	172	201	230	—	290
Reklame in mm	45	94	143	192	241	290	—	—	—	—

ANLIEFERUNG DRUCKDATEN

Zu gestaltende und fertige Inseratevorlagen

PDF-Dokumente werden bevorzugt. Farbinserate ausschliesslich mit Skalafarben (CMYK) erstellen/anliefern – ICC Profil: ISONewspaper26v4.icc oder ISONewspaper26v4_gr.icc. Eine Umwandlung vom Farbraum RGB in den geforderten Farbraum CMYK führt zu farblichen Abweichungen. Schwarzdeckung nicht mit 4-Farben-Schwarzaufbau definieren.

Downloads der erforderlichen Profile unter www.pdfx-ready.ch.

PDF

Die erstellte Grösse soll mit der späteren Inseratgrösse übereinstimmen. Das PDF soll ohne Ebenen, Kommentare sowie ohne Pass-, Schnittzeichen oder zusätzlichen Weissraum angeliefert werden.

Tipp: Hinterlegen Sie eine Ziel-Website als Hyperlink in der PDF-Datei. Die Verlinkung auf die Ziel-Website in E-Paper oder App erfolgt so automatisch.

Vektordaten

Vektordaten aus Adobe Illustrator im Farbraum CMYK erstellen: Rastereffekt hoch 300 ppi.

Bilddaten

Bilddaten aus Adobe Photoshop – Auflösung min. 200 Pixel/Zoll; Farbmodus Bitmap – Auflösung min. 1200 Pixel/Zoll. Bildgrösse 1:1 der verwendeten Endgrösse.

Offene Daten

Alle verwendeten Bild- und Vektordaten sowie Schriften mitliefern. Fehlende Plugins oder XTensions werden bei Bedarf angefordert. Offene Daten können aus folgenden Programmen weiterverarbeitet werden: Adobe InDesign, Photoshop, Illustrator, QuarkXPress, Microsoft Office. Um Abweichungen zu vermeiden, bitten wir Sie ein PDF oder JPG zur Ansicht mitzuliefern.

Anlieferung:

Als Anhang oder Downloadlink an service@gassmann.ch. Bei Fragen wenden Sie sich bitte an Gassmann Media AG, Tel. 032 344 83 83.

ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN

- 1. Anwendbarkeit:** Die Geschäftsbedingungen sind auf sämtliche Anzeigendispositionen der Gassmann Media AG gültig, sofern nicht schriftlich etwas anderes vereinbart wird. Insoweit diese Bedingungen keine abweichenden Regeln enthalten, gelten für das Vertragsverhältnis die Vorschriften über den Werkvertrag, Art. 363 ff. OR.
- 2. Die Aufgabe, Änderungen, Sistierungen von Geschäftsanzeigen** müssen schriftlich erfolgen.
- 3. Telefonische Aufgabe:** Für Fehler aus telefonischen Übermittlungen jeder Art übernimmt Gassmann Media AG keine Haftung.
- 4. Inhalt der Anzeigen**
 - 4.1 Die durch die Gassmann Media AG beauftragten Verlage behalten sich vor, Änderungen des Inhalts unbegründet zu verlangen oder Anzeigen abzulehnen.
 - 4.2 Die durch die Gassmann Media AG beauftragten Verlage können Anzeigen mit der Bezeichnung «Anzeige» versehen, um sie vom redaktionellen Teil abzugrenzen.
 - 4.3 Vorbehältlich der zwingenden gesetzlichen Bestimmungen trägt der Anzeigenkunde unter Kostenfolge die alleinige Verantwortung, wenn durch die Veröffentlichung seiner Anzeige gesetzliche Vorschriften verletzt werden. Die Wegbedingung der Haftung ist nur im Rahmen von Art. 100 des Schweizerischen Obligationenrechts zulässig.
 - 4.4 Der Anzeigenkunde stellt sicher, dass seine Anzeigen nicht gegen das UWG (Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb) verstossen. Im Falle einer Verletzung des UWG trägt er die volle Verantwortung für allfällige den Verleger betreffende Konsequenzen. Insbesondere verpflichtet sich der Anzeigenkunde, sämtliche Kosten und Unkosten, die sich für den Verleger aus einem UWG-Verfahren ergeben, zu übernehmen.
 - 4.5 Ein allfälliger Antrag für die Durchsetzung einer Gegendarstellung gemäss Art. 28 Lit. g Abs.1 ZGB ist in jedem Fall direkt an die mit der Veröffentlichung betrauten Verlage zu richten.
 - 4.6 Der Auftraggeber einer beanstandeten Anzeige verpflichtet sich, die durch die Ausübung des Gegendarstellungsrechts anfallenden gerichtlichen und aussergerichtlichen Kosten zu tragen.
- 5. Erscheinungsdaten und Platzierungen**
 - 5.1 Aus technischen Gründen behalten sich die mit der Publikation betrauten Verlage die Verschiebung von Anzeigen ohne Rückfrage beim Auftraggeber vor.
 - 5.2 Vorschriften für feste Erscheinungsdaten und Platzierungen sind abzusprechen und werden ggf. schriftlich bestätigt. Kann die Vorschrift trotzdem nicht eingehalten werden, so wird der Auftraggeber möglichst im Voraus informiert. Die Verlage platzieren die Anzeigen bestmöglich. Bei fixen Platzierungsvorgaben werden 20% Platzierungszuschlag berechnet.
 - 5.3 Konkurrenzausschluss ist nicht möglich.
- 6. Korrekturabzüge** werden nur für kommerzielle Anzeigen ab einer Grösse von 100 mm auf ausdrücklichen Wunsch geliefert, sofern die Druckunterlagen mindestens vier Tage vor Annahmeschluss eintreffen. Für Vollvorlagen wird kein Probeabzug geliefert. Die Anzeigen werden auch dann publiziert, wenn das «Gut zum Druck» noch aussteht.
- 7. Anzeigenpreise**
 - 7.1 Es gelten die jeweils gültigen Millimeterpreise sowie die Franken- und Wiederholungsrabatte. Alle Preise verstehen sich zuzüglich 8% MwSt.
 - 7.2 Änderungen der Preise und/oder Rabatte treten auch bei laufenden Aufträgen und Abschlüssen sofort in Kraft. Der Auftraggeber hat aber das Recht, innerhalb von zwei Wochen seit Bekanntgabe des neuen Preises vom Vertrag zurückzutreten. In diesem Falle hat er nur Anrecht auf den Rabatt, der gemäss Rabattskala der effektiv abgenommenen Franken entspricht.
 - 7.3 Zusätzlich verrechnet werden ausserordentliche Aufwendungen (wie z. B. Erstellen zusätzlicher Andrucke, Übersetzungen usw.).
 - 7.4 Für Anzeigen aus dem Ausland gelten die jeweiligen separaten Tarifblätter «Ausland-Tarife» der Verlage.
- 8. Frankenabschlüsse, Wiederholungsaufträge**
 - 8.1 Jeder Frankenabschluss und jeder Wiederholungsauftrag ist nur für Anzeigen eines einzigen Inserenten bestimmt. Konzerne und Holdinggesellschaften können aber gemäss Reglement Schweizer Presse/VSW unter gewissen Voraussetzungen Konzernabschlüsse tätigen.
 - 8.2 Die Laufdauer eines Abschlusses beträgt 12 Monate (siehe auch Abschnitt 9.1): sie kann keine Anzeigen einschliessen, die vor Erteilen des Abschlusses bzw. des Wiederholungsauftrages erschienen sind.
 - 8.3 Abschluss- und Wiederholungsrabatt werden auch auf Platzierungszuschläge gewährt.
- 9. Frankenabschlüsse/-rabatte**
 - 9.1 Beginnt der Abschluss bis und mit dem 15. eines Monats, so dauert er bis Ende Vormonat des folgenden Jahres, beginnt er ab dem 16. bis Ende eines Monats, so läuft er bis Ende des laufenden Monats des folgenden Jahres. Rabattvereinbarungen mit JUP-Kunden enden immer mit dem Kalenderjahr.
 - 9.2 Bei Erreichen einer höheren Rabattstufe wird rückwirkend der höhere Rabatt vergütet, bei Minderabnahme von mehr als 3% wird der zuviel bezogene Rabatt rückbelastet. Minderabnahmen können nicht auf das folgende Abschlussjahr übertragen werden.
 - 9.3 Bei Bruttoabschlüssen werden Rabatt und Provision oder JUP nach Ablauf der Rabattvereinbarung gutgeschrieben.
 - 9.4 Beraterkommission I: Alle im Handelsregister eingetragenen Werbe- und Mediaagenturen im In- und Ausland erhalten 5% auf kommerzielle Anzeigen. Beansprucht ein ausländischer Auftraggeber eine Beraterkommission von 15%, kommt der Auslandstarif zur Anwendung. Jahresumsatzprämie I: Werbeauftraggeber erhalten zwischen 2 und 5% auf kommerzielle Anzeigen gemäss den JUP-Vereinbarungen. Anzeigen zu einem günstigeren mm-Preis als dem Grundpreis sowie alle rubrizierten Anzeigen sind weder JUP- noch konzernabschlussberechtigt.
- 10. Wiederholungsaufträge/-rabatte**
 - 10.1 Anspruch auf Wiederholungsrabatt haben Inserate, die an im Voraus festgesetzten Daten unverändert erscheinen. Die Möglichkeit von Sujetwechseln bei Vollvorlagen ist je nach Vorschriften der einzelnen Verlage geregelt.
 - 10.2 Rückwirkend wird ein höherer Rabatt gewährt, sofern der Wiederholungsauftrag vor Erscheinen des letzten Inserates unter den gleichen Voraussetzungen erweitert wird und damit eine höhere Stufe erreicht.

11. Grösse der Anzeigen

- 11.1 Massgeblich für die Verrechnung ist die in der Zeitung gemessene Grösse von Trennlinie zu Trennlinie. Bei Vollvorlagen werden zur Abdruckhöhe 2 mm zugerechnet.
- 11.2 Mehrmals erscheinende Inserate mit gleicher Vorlage oder Text werden alle mit der Grösse des ersterschienenen Inserates verrechnet.
- 11.3 Im Übrigen gelten die allgemeinen Messvorschriften der Schweizer Presse/VSW.

12. Beleglieferung: Auf Verlangen werden zwei Seitenbelege geliefert. Zusätzliche Exemplare werden verrechnet. Es gelten jedoch Vorschriften der einzelnen Verlage.

13. Druckmaterial: Papierkopien gelten als Einwegmaterial. Die durch die Gassmann Media AG beauftragten Verlage können Reinzeichnungen, Filme, Datenträger und Fotos nach drei Monaten seit letztem Erscheinen ohne Kostenfolge vernichten, sofern diese vom Auftraggeber nicht als Aufbewahrungs- oder rückgabepflichtig bezeichnet werden.

14. Chiffredienst

- 14.1 Das Chiffregeheimnis ist uneingeschränkt. Es kann nur aufgrund einer gerichtlichen Untersuchung aufgehoben werden.
- 14.2 Die Verlage sind berechtigt, die eingehenden Angebote zu öffnen und zu prüfen; sie sind nicht verpflichtet, Werbesendungen, Vermittlungs- und anonyme Angebote weiterzuleiten.
- 14.3 Für die Rücksendung von Dokumenten kann keine Verantwortung übernommen werden.

15. Fehlerhaftes Erscheinen

- 15.1 Reklamationen sind spätestens innerhalb von zehn Tagen nach Rechnungserhalt anzubringen.
- 15.2 Mangelhaft erschienene Anzeigen berechtigen in folgenden Fällen zu keinem Preisnachlass oder Ersatz:
- Telefonisch erteilte, geänderte oder sistierte Aufträge,
 - Irrtümer aus Übersetzungen fremdsprachiger Vorlagen,
 - Datenverschiebungen (siehe Art. 5),
 - nicht eingehaltene Platzierungsvorschriften,
 - fehlende, undeutliche oder sonst mangelhafte oder ungeeignete Vorlagen (zu feiner Raster, zu feine Linien, zu kleine Schrift usw.),
 - Passerdifferenzen und Abweichungen in der Farbe innerhalb des Toleranzrahmens (System Brunner),
 - Abweichung von typografischen Vorschriften,
 - fehlende Codebezeichnung,
 - für durch uns gesetzte Anzeigen für andere Zeitungen,
 - weder Sinn noch Wirkung der Anzeige werden massgebend beeinträchtigt.
- 15.3 Wird der Sinn oder die Wirkung der Anzeige wesentlich beeinträchtigt, werden maximal die Einschaltkosten erlassen oder in Form von Inseratenraum kompensiert. Weitergehende Ansprüche werden ausgeschlossen.

16. Online-Dienste: Der Inserent bzw. der Werbevermittler erlaubt der Gassmann Media AG bzw. den beauftragten Verlagen die Inserate auf eigene oder fremde Online-Dienste einzuspeisen oder sonstwie zu veröffentlichen und zu diesem Zweck zu bearbeiten. Die Gassmann Media AG bzw. die

Verlage verpflichten sich zur Einhaltung der datenschutzrechtlichen Bestimmungen, können aber die Vertraulichkeit, Integrität, Authentizität und Verfügbarkeit von Personendaten nicht umfassend garantieren. Der Inserent bzw. der Werbevermittler nimmt zur Kenntnis, dass Personendaten auch in denjenigen Staaten abrufbar sind, die keine der Schweiz vergleichbaren Datenschutzbestimmungen kennen. Der Inserent bzw. der Werbevermittler ist damit einverstanden, dass die Inserate, die von der Gassmann Media AG bzw. den Verlagen abgedruckt, auf Online-Dienste eingespielen oder sonstwie veröffentlicht werden, für Dritte nicht frei verfügbar sind. Der Inserent bzw. Werbevermittler untersagt insbesondere die Übernahme von Inseraten auf Online-Dienste durch Dritte und überträgt der Gassmann Media AG bzw. den Verlagen das Recht, jede irgendwie geartete Verwertung und Bearbeitung dieser Inserate mit geeigneten Mitteln zu untersagen.

17. Weitergabe der Rubrikinserate: Für sämtliche Anzeigendispositionen gelten, soweit nicht etwas anderes vereinbart ist, die Geschäftsbedingungen der Gassmann Media AG, welche bei dieser in schriftlicher Form bezogen werden können oder unter www.gassmannmedia.ch abrufbar sind. Insbesondere gilt Folgendes: Der Inserent erklärt sich damit einverstanden, dass die Gassmann Media AG bzw. die Verlage die Inserate auf eigene oder fremde Online-Dienste einspeisen können. Der Inserent ist ferner damit einverstanden, dass die Inserate, die vom Verlag abgedruckt, auf Online-Dienste eingespielen oder sonstwie veröffentlicht werden, für Dritte nicht frei verfügbar sind. Der Inserent überträgt dem Verlag das Recht, jede irgendwie geartete Verwendung dieser Inserate mit den geeigneten Mitteln zu untersagen.

18. Zahlungskonditionen

- 18.1 Bei Gelegenheitsinseraten in der Regel Barzahlung. Bei Abschlüssen sind die Rechnungen, sofern keine gegenseitige Vereinbarung vorliegt, innert 30 Tagen ohne Skontoabzug zahlbar.
- 18.2 Auf verfallene Rechnungen wird ein marktüblicher Verzugszins berechnet.
- 18.3 Bei Betreibung, Nachlassstundung und Konkurs entfallen Rabatte und allfällige Vermittlungsprovisionen.
- 18.4 Erfüllungsort und Gerichtsstand ist Biel.

Die vorstehenden Geschäftsbedingungen treten am 1. Januar 2016 in Kraft und ersetzen alle früheren Fassungen. Änderungen vorbehalten.

ANSPRECHPERSONEN



Jean-Luc Evalet

Leiter Verkauf

+41 32 344 81 97

jeanluc.evalet@gassmann.ch



Stefan Leiser

Key Account Manager

+41 32 344 83 08

stefan.leiser@gassmann.ch

GASSMANNmedia

Der Zeitungspool

Gassmann Media AG

Robert-Walser-Platz 7

2501 Biel/Bienne

Tel. +41 32 344 83 83

service@gassmann.ch

gassmannmedia.ch

Ein Unternehmen der | Une société du

groupe
GASSMANN 