

SCHWEIZER LUFT- UND RAUMFAHRT



Erscheinung
2. Jahrgang
14. Februar 2018

Medien-Daten 2018

Mit dem Jahrbuch der Schweizer Luft- und Raumfahrt erreichen Sie alle wichtigen Entscheidungsträger der Schweiz und zusätzlich ein grosses Fanpublikum.

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

Schon immer träumte der Mensch davon, wie ein Vogel fliegen zu können. Mit dem Jahrbuch der Schweizer Luft- und Raumfahrt heben wir ab und tauchen ein in die Welt der Emotionen. Protagonisten wie Yves Rossy, Frieden/Witprächtiger und Tièche/Sciboz Doppelsieger 2016 der Gordon-Bennet Gasballonrennen sowie Claude Nicollier, der erste und bisher einzige Astronaut aus der Schweiz tragen mit ihren Projekten und Leistungen ein Stück Schweizer Aviatik in die Welt hinaus und zeigen, welch hohen Stellenwert die Luft- und Raumfahrt bei der Bevölkerung hat.

- Das Jahrbuch «Schweizer Luft- und Raumfahrt» umfasst die Faszination Fliegen in sämtlichen Sphären und deren vielfältigen Aspekten, lässt Fachleute aus allen Sparten und Bereichen der Luftfahrt zu Worte kommen, berichtet von den jeweiligen Herausforderungen im nationalen und internationalen Kontext und von möglichen Lösungsansätzen. Redaktionell hochwertig aufbereitete Fachbeiträge und opulente Bildstrecken machen das Jahrbuch zu einer unentbehrlichen Informationsquelle.
- Das Jahrbuch «Schweizer Luftfahrt» vermittelt in leserfreundlicher Art politische und wirtschaftliche Entwicklungen, wissenschaftliche Erkenntnisse, technische Innovationen, Hintergrundinformationen und Trends. Sie zeigt die Bedeutung der internationalen Luftfahrtanbindungen für die Entwicklung der Schweizer Volkswirtschaft und die globale Rolle der Schweizer Luft- und Raumfahrtindustrie im Kontext der vielfältigen nationalen Herausforderungen. Namhafte Personen nehmen Stellung zu aktuellen brisanten Themen.



ESA -ArianeSpace

Joel Boukhäler
Tiger 15 Schweizer Patrouille

Swiss WorldCaro

Die Leserschaft

Persönlich adressierter Einzelversand

Entscheidungsträger und Meinungsmacher in allen relevanten Bereichen des politischen und wirtschaftlichen Umfelds

Politik

Bundesräte, Ständeräte, Nationalräte, Regierungsräte und Kantonsräte
Behörden von Bund und Kanton

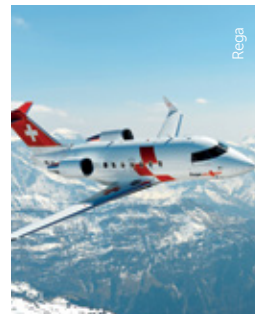
Wirtschaft:

Verkehrsinfrastrukturbranche, Ingenieure ETH/FH, technisches Kader,
Entscheider und Beeinflusser

- Piloten, Pilotennachwuchs und Menschen mit hoher Affinität zur Luft- und Raumfahrt
- Airlines, Airports, Air Traffic Managements, Air Forces, Air Sports
- Bildungs- und Forschungsorganisationen
- Firmen, Organisationen und Verbände
- Veranstaltungen und Museen
- Schweizer Bibliotheken

Es werden Partnerschaften zu den wichtigsten Organisationen, Behörden und Verbänden angestrebt, welche das Potential dieser Jahrespublikation erkennen und zu dessen Vertrieb beitragen. Dies sind unter anderem:

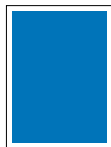
Economiesuisse, Swissmem, SGV, UVEK, BAZL, WBF, SECO, Aerosuisse, Swiss Aerodreomes, IGOL, Swiss Engineering Fachgruppe Aerospace, Zivile- und Militärische Branchenverbände sowie Fachgruppen der Luft- und Raumfahrt, Stiftung Pro Aero, Aero-Club der Schweiz, Luft- und Raumfahrtindustrie, Fluggesellschaften, Flugunternehmen, Wartungs- und Unterhaltsbetriebe, Luftfahrtinfrastruktur- und Dienstleistungsunternehmen.



Preise/Formate Gültig ab 1.1.2018

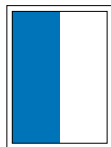
Heftformat: 210 x 297 mm / Satzspiegel: 189 x 268 mm

*randangeschnitten (+ allseitig 3 mm Beschnitt)



1/1 Seite

189 x 268 mm
*216 x 303 mm
sw 4'400.-
4-farbig 4'400.-



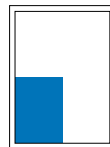
1/2 Seite

92 x 268 mm
*108 x 303 mm
sw 2'400.-
4-farbig 2'400.-



1/2 Seite

189 x 132 mm
*216 x 148 mm
sw 2'400.-
4-farbig 2'400.-



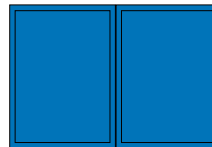
1/4 Seite

92 x 132 mm
sw 1'300.-
4-farbig 1'300.-



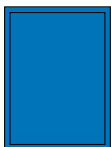
1/4 Seite

189 x 64 mm
sw 1'300.-
4-farbig 1'300.-



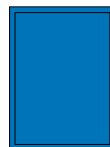
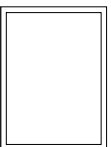
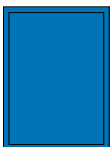
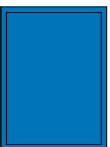
Bildstreifen 2 Seiten

189 x 268 mm (pro Seite)
*216 x 303 mm (pro Seite)
sw 8'000.-
4-farbig 8'000.-



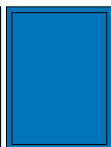
Bildstreifen 3 Seiten

189 x 268 mm (pro Seite)
*216 x 303 mm (pro Seite)
sw 11'000.-
4-farbig 11'000.-



Bildstreifen 4 Seiten

189 x 268 mm (pro Seite)
*216 x 303 mm (pro Seite)
sw 13'000.-
4-farbig 13'000.-



→ 4. Umschlagseite

5'000.-

→ 2./3. Umschlagseite

4'750.-

Anzeigenpreise in CHF zuzüglich 8% Mehrwertsteuer / EURO-Kurs laut Buchhaltung
(Allgemeine Geschäftsbedingungen auf Deutsch unter www.kömedia.ch)



Technische Daten

Auflage	7'000 Ex.
Erscheinung	14. Februar 2018
Redaktionsschluss	27. Oktober 2017
Anzeigenschluss	20. Dezember 2017
<hr/>	
Raster	60er-Raster
Druckverfahren	Offset
Druckfarben	Europa-Skala
<hr/>	
Buchformat	210 x 297 mm
Satzspiegel	189 x 268 mm

Partner



SCHWEIZERISCHE VEREINIGUNG FÜR FLUGWISSENSCHAFTEN
ASSOCIATION SUISSE DES SCIENCES AERONAUTIQUES
SWISS ASSOCIATION OF AERONAUTICAL SCIENCES



Interessengemeinschaft
Ostschweizer Luftfahrt



VERBAND SCHWEIZER FLUGPLÄTZE VZW
ASSOCIATION SUISSE DES AERODROMES ASA
ASSOCIAZIONE ITALIANA ENTELE AEROPORTUALI AIA

Redaktionelle Schwerpunkte

→ Wirtschaftsfaktor Luftfahrt

Die Bedeutung der internationalen Luftfahrtanbindungen für die Entwicklung der Schweizer Volkswirtschaft.

→ Die Schweizer Luftfahrtinfrastrukturen

Flugplätze erbringen als kompakte Bauwerke höchste spezifische Verkehrsleistungen bei minimalen Bedarf an versiegelter Bodenfläche. In unserer zerklüfteten Topographie stellen auch die Flugsicherungsanlagen eine wichtige Infrastruktur dar.

→ Technologie und Innovation

Die Luft- und Raumfahrt als Treiber von Innovation und Technologie und deren Rolle in der Schweizer Bildungslandschaft und deren Einbindung in der internationalen Forschung mit dem Schwerpunkt Robotik und Drohnenentwicklung.

→ Luft- und Raumfahrtindustrie

Die globale Rolle der Schweizer Luft- und Raumfahrtindustrie – ein breiter Fächer vom erfolgreichen OEM über TIER II Partner bis zu KMU mit einzig artigen Systemen und Komponenten.

→ Regulation, Administration und Sicherheit

Regulation im Spannungsfeld von Sicherheit und Administration stellt angesichts deren langfristigen Auswirkungen ein Schlüsselfaktor für die Zukunft der Luftfahrt dar.

→ Die Schweizer Luftwaffe

Die Schweizer Luftwaffe im Kontext umfangreicher politischer und technologischer Herausforderungen sowie der nationalen und internationalen Positionierung und Wahrnehmung der Schweizer Luftwaffe.

→ Business- und General Aviation

Die zunehmende Bedeutung der Business- Aviation als internationaler Standortfaktor im globalen Wettbewerb sowie die zukünftigen Möglichkeiten der vielfältig strukturierten General Aviation.

→ Der Schweizer Flugsport

Die Faszination des Flugsportes in dessen Vielfalt vom Breiten- zum Spitzensport mit nahezu unbegrenzten Möglichkeiten zur individuellen Umsetzung des uralten Menschheitstraumes des Fliegens mit beachtlichen internationalen Resultaten



Allgemeine Geschäftsbedingungen

1. Begriff und Form des Anzeigenvertrags

Durch den Abschluss des aktuellen Medien-Anzeigenvertrags verpflichtet sich die Kömedia AG (nachfolgend **Verlag**), in der bezeichneten Publikation eine oder mehrere Anzeigen erscheinen zu lassen, währenddem der Kunde die Anzeigenpreise zu bezahlen hat. Anzeigenverträge werden grundsätzlich schriftlich abgeschlossen. Der Schriftform gleichgestellt und insoweit formgültig sind E-Mail, Fax und dgl. Neben Bestellungen haben auch Anfordungen oder Abbestellungen von Anzeigen schriftlich zu erfolgen.

2. Stellenwert der AGB

Massebedingt 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, sie wie, wenn die Agentur/Vermittlung selbst (und nicht ein Endinsender) 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 der aktuellen Medien-Daten (Link). Die Anzeigenpreise verstehen sich immer exklusiv des aktuellen Mehrwertsteuers. Zusätzliche Dienstleistungen wie die Erstellung von Druckunterlagen, Anzeigengestaltung, Textvorlagen, Übersetzungen, Mediaberatungen und auswertungen usw., welche über das übliche Maß (z.B. einfache Streupläne, kostenrechner etc.) hinausgehen, werden zu den branchenüblichen Tarifen verrechnet. Die Berechnung der Anzeigen erfolgt grundsätzlich anhand der publizierten Grösse. Der angegebene Millimeter wird voll berechnet. Als Berechnungsgrundlage für die korrekte Durchführung von Online-Verwekampagnen sowie für die Abrechnung derselben gilt die Auswertung des Ad-Management-Tools des Verlags. Der Kunde hat keinen Anspruch auf Statistikenformationen, 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 sind somit erstens der vom Verlag akzeptierten Anzeigen.

5. Mengenschluss und Anzeigenaufträge

Mengenschlüsse sind der Bezug von bestimmten Anzeigenmengen 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 Anzeigen eines einzelnen Kunden zulässig. Für Anzeigen des wirtschaftlich betriebl. 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 mitgezählt.

6. Rabatte

Für jeden Mengenschluss hat der Kunde Anrecht auf den tariflichen Abbattabsatz (vgl. dazu die Angaben in den Medien-Daten). Wiederholungsabbatt wird auf Aufträgen erl. welche die 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 Abschlusshöhe ergibt, kann auf Wunsch des Kunden auch während der Vertragsdauer durch Festlegung einer neuen Abschlusshöhe angepasst werden. Bei Bruttoabschluss werden Rabatt oder Jahresumsatzprämie nach Ablauf der Rabattvereinbarung gutgeschrieben. Übersteigt das Volumen der aufgegebenen Anzeigen inner. Jahresfrist die vorgesehene Abschlusshöhe, wird der Rabatt auf dem Gesamtumlohen berechnet und dem Kunden im Rahmen der Rabattbestimmungen ein rückwirkender Rabatt gewährt. Erreicht

die abgenommene Menge am Ende der Laufdauer die vorgesehene Abschlusshöhe nicht, erhält der Kunde im Rahmen der Rabattbestimmungen eine Rabattneubestellung. Bei Kündigung des Kunden zufolge geänderter Tarife (vgl. Ziff. 15) hat dieser Anspruch auf den Rabatt, der gemäss Rabattbestimmungen der effektiv abgenommenen Menge entspricht.

7. Obliegenheiten des Kunden

Geleitetes 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 Medien-Daten bzw. den jeweiligen Ausgaben. Bei Online-schaltungen verpflichtet sich der Kunde, dem Verlag die Anzeige spätestens am dritten Arbeitstag vor dem ersten Schaltungstermin 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 cachen, zu routen, zu speichern, zu vervielfältigen, zu verändern, anzugeben, zu übermitteln, zu verbreiten und dgl. Er erklärt sich insbesondere damit einverstanden, dass der Verlag die Anzeigen auf eigene und fremde Online-Dienste einweisen oder sonstwie veröffentlichen und zu diesem Zweck bearbeiten kann. Der Verlag kann für die vereinbarten bzw. gebuchten Anzeigen die geschützte Zahlung vollständig in Rechnung stellen, wenn die Anzeige aus Unstimmigkeiten, 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 Vertragsparteien 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 «Insert»-«Anzeige»-«Werbetafel»-oder «Publertafel» vor, der Kunde erklärt sich einverstanden, dass Der Kunde ist damit einverstanden, dass die Anzeigen, 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 getarnte Verweigerung der Bezahlung in der Beziehung zwischen dem Dritten mit der geeigneten Mitteln zu untersagen. Druckmaterial ohne Spezifikation wird als Einzelmaterial betrachtet. Dieses darf nach Ablauf einer Frist von 3 Monaten seit dem letzten Erscheinungsdatum vernichtet werden. Eine Ausnahme gilt einzig für Druckmaterial mit permanentem Charakter, dieses ist vom Kunden auf dem Auftrag in den Verlag auszuscheiden als permanent zu kennzeichnen. Die Rücksendung von rückgabepflichtigem Druckmaterial erfolgt innerhalb von 3 Monaten nach Beendigung des Auftrages. Bei Papierkopien kann die Rück-sendung wegen der Möglichkeit von Beschädigung während des Druckvorgangs nicht gewährleistet werden.

9. Insbesondere Verschreibungen, Platzierungswünsche und -vorschriften

Der Verlag kann sich aus technischen Gründen vorbehalten, für bestimmte Daten vorgesehene, aber dem Inhalt nach nicht verbindliche Anzeigen um eine Ausgabe vor oder zurückzuschreiben, erscheinende eine nicht verbindliche Anzeigen in einer anderen Ausgabe, kann deswegen werden die Zahlung verweigert noch in einem Gewährleistungs- oder Schadenersatzanspruch gestellt werden. Platzierungswünsche des Kunden werden nur unverbindlich entgegengenommen. Für Anzeigen mit festen Platzierungsvorschriften wird, sofern diese vom Verlag schriftlich akzeptiert werden, ein Platzierungszuschlag erhoben. Konkurrentenzuschläge sind auf besonderen Wunsch des Kunden möglich und sind zusätzlich berechnet. Erscheint die Anzeige aus technischen Gründen an einer anderen Stelle als vorgeschrieben oder gewünscht, kann deswegen werden die Zahlung verweigert noch in einem Gewährleistungs- oder Schadenersatzanspruch 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 betreffenden Schaltung möglich. Ein Umbuchungsantrag ist 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 geschuldet.

10. Beachtung der Normen und Rechte Dritter

Vorbekanntlich allfällig anderslautender, zwingender Rechtsnormen trägt der Kunde die alleinige Verantwortung, dass eine Anzeige die anwendbaren Rechtsnormen, Rechte Dritter und allfällig einschlägige Verbändergesetze 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 (angeblicher) 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 aussergerichtlichen oder gerichtlichen Auseinandersetzung (insb. Verfahrens- und Parteikosten) und tritt nach Wunsch des Verlags entweder dem Prozess bei oder führt dessen Ende 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 nicht in einem Ablauf sind, die keine der Schweiz vergleichbaren Datenschutzimmungen können. 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 im 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 Tage netto ab Rechnungsdatum zu bezahlen. Der Verlag ist befugt, Vorausschlüsselungen zu verlangen. Ein von einer Agentur, Vermittlung oder dgl. vortretender Kunde kann sich nur durch Zahlung an den Verlag selbst von seiner Zahlungspflicht im gegenseitig befreien. Wenn eine Agentur bzw. Vermittlung Kunde ist, hat der Verlag überbies das Recht, im Falle der Zahlungsunfähigkeit der Agentur, sich an die dritte mit der der Endinsender zu wenden und sie auf Zahlungsauslösung der Agentur/Vermittlung hinzuweisen. Die Agentur/Vermittlung kann keinerlei Gewährleistungs-, Schadenersatz- oder sonstige Ansprüche gegen den Verlag geltend machen, wenn Endinsender direkt mit dem Verlag Anzeigenverträge abschliessen. Alle Anzeigenpreise verstehen sich netto. Der Kunde erklärt sich, dass er die Rechte der Vertragsauflösung zufolge Zahlungsverzugs erfassen sämtliche Rabattberechtigungen oder andere Vorzugsbedingungen, insbesondere Provisionszahlungen, auf allen nicht bezahlten Rechnungen. Allfällige geleistete Provisions- oder andere Bonus-Zahlungen können zurückgefordert werden. Für diese Rabatte wird eine Nachkürzung vorgenommen. Werden die Rechnungen nicht innerst 30 Tage 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 bei Verzugsbeginn für die weiteren Verzugsrechnungen 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 Erbringung ausstehender Zahlungen erforderlichen Massnahmen, insbesondere auch die Kosten des Beizugs Dritter, gehen zu Lasten des säumigen Kunden.

13. Fehlerhaftes/Ausbleibendes Erscheinen

Der Verlag bemüht sich um eine dem jeweils üblichen technischen Standard entsprechende bestmögliche Publikation der Anzeigen. Dem Kunden ist bekannt, dass es nach dem Stand der Technik nicht möglich ist, jederzeit die Ver-

fügbarkeit der Systeme und eine fehlerfreie Publikation zu garantieren. Der Verlag gewährleistet die Verfügbarkeit und keine Fehler-, Mängel- oder Störungsfreiheit. Im Fall von Online-Anzeigen kann zudem keine bestimmte Anzahl von Einblendungen (Impressions), Veröffentlichungen, Conversions oder Klicks auf ein Werbemittel garantiert werden. Ausser bei Großblattrichtigkeit oder Absicht sind jegliche Gewährleistungen und Haftung des Verlags vorbehalten. Der Haftungsausschluss bei Großblattrichtigkeit und Vorsatz gilt auch beim Bezug von Hilfspersonen bzw. 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 Fehlen in der Übermittlung der Werbeaufträge. Bei Buntdrucken für gedruckte Anzeigen bleibt eine angemessene Toleranz (nach IFRA-Norm) der Farbabweichung 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 unterliegender Publikation wird Ersatz in Form von Anzeigenraum bis zur Grösse der fehlerhaften bzw. unterliebenen Anzeige geleistet. Macht eine Publikation keinen Sinn (z.B. bei Werbung für einen Ereignis, inzwischen vergangenen Annah), kann der Kunde alternativ die Rückerstattung der durch ihn für diese unterliebenen Anzeigen bezugsgeleiteten Vergütung fordern. Weitergehende Schadenersatzansprüche sind soweit gesetzlich zulässig ausgeschlossen (vgl. auch Ziff. 4 und 9). Die Mängelrüge bzw. die Bestrellung eines oder mehrerer Posten der Rechnung entbindet den Kunden nicht von der Pflicht, die Rechnungsbeträge in den in Ziff. 12 spezifizierten Fristen zu begleichen.

14. Vorzeitige Vertragsauflösung

Sollte das Print- oder Online-Medium sein Erscheinen während der Vertragsdauer einstellen, oder liegen wichtige Gründe vor, die eine Vertragsauflösung unzumutbar machen (beispielfäh: höhere Gewalt; wichtige technische Gründe; die für deren Auftreten nicht der Verlag verantwortlich ist; Nichterhaltung der rechtlichen Vorschriften, wesentlicher Vertragsverstoß oder Nichterfüllung erforderlicher Nutzungsrechte durch den Kunden [Ziff. 7 Abs. 3]), kann der Verlag ohne Gewährleistungs- bzw. Ersatzverpflichtung oder sonstige Schadenersatzfolge vom Vertrag zurücktreten bzw. diesen fristlos aufkündigen. Schadenersatzansprüche des Verlags gegen den Kunden bleiben vorbehalten. Der Kunde ist jedoch nicht von der Pflicht entbunden, die bereits erschienenen Anzeigen zu bezahlen. Im Fall vorzeitiger Vertragsauflösung durch den Verlag, soweit der Auflosungsgrund nicht dem Kunden zuzuordnen ist, bleiben die Rabattberechtigungen aufgrund der ursprünglich festgelegten Abschlusshöhe bestehen. Ist der Auflosungsgrund dem Kunden zuzuordnen, 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, Weiteres

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

16. Gerichtsstand, anwendbares Recht

Rückerschied ist für beide Teile ausschliesslich St.Gallen. Es gilt Schweizer Recht, insbesondere die Vorschriften des schweizerischen Obligationenrechts [OR]. Weiterverweisungen sowie das UN-Kaufrechtsübereinkommen werden ausgeschlossen.

17. Inkrafttreten

Diese AGB treten per 01.10.2017 in Kraft.



Werbemarkt

kömedia
mit Leidenschaft

Kömedia AG
Helena Renggli, Mediaberatung
Geltenwilenstrasse 8a, 9001 St. Gallen
Tel. 071 226 92 92, D. 071 226 92 26
info@koemedia.ch, www.koemedia.ch

Chefredaktion d/e

ADF Innovation Consulting
Adolf Flüeli, Tel. 052 222 80 80
sjlrf@adf-innovation.com

Redaktion f/i

Roland J. Keller
Route de Châtillon 10
2830 Courrendlin – Switzerland
Tel. 079 607 20 44
r.keller@koemedia.ch