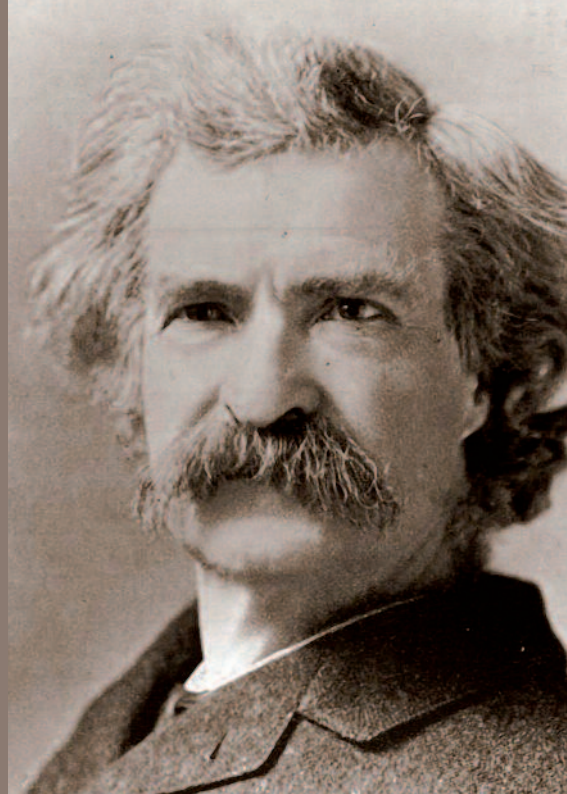


Die Wahrheit
ist das Kostbarste,
was wir haben.
Gehen wir
sparsam damit um!

Mark Twain, Realist.



DRUCKMARKT
Managementmagazin

Mediadaten 2017

17. Jahrgang

Aber
kein Genuss ist
vorübergehend,
denn der Eindruck,
den er hinterlässt,
ist bleibend.

Johann Wolfgang von Goethe, Dichterrfürst.



DRUCKMARKT
macht Entscheider entscheidungssicher

Ihr eigenes Menü.

Genauso wie beim Kochen ist beim «Zeitschriftenmachen» Kreativität gefragt, gute Zutaten und eine perfekte Zubereitung sind notwendig. Dies gilt für jeden einzelnen Gang und erst recht für ein ganzes Menü.

Deshalb arbeiten wir wie Spitzenköche stets an neuen Kreationen, um unseren Gästen – unseren Lesern – Interessantes aufzutischen.

Dabei legen wir Wert auf Themen, die ansprechend sind (auch wenn sie vielleicht nicht jedem schmecken), Seiten, die übersichtlich gestaltet und lesefreundlich angeordnet sind – und das in einer Druckqualität, die dem Anspruch der Branche entspricht.

Auch die Menüfolge kann sich sehen lassen. «Druckmarkt» bietet kleine Häppchen als tagesaktuelle relevante Nachrichten auf der Internetseite www.druckmarkt.com, abhängig von der Nachrichtenlage monatlich (oder öfter) das PDF-Magazin «Druckmarkt impressions», alle zwei Monate das hochwertig gedruckte Magazin und in loser Reihenfolge die Hefte der Fachthemen-Reihe «Druckmarkt COLLECTION», in der schwere Themen leicht, aber umfassend zubereitet sind.

Dieses Konzept bietet Ihnen die Möglichkeit, sich aus dem reichhaltigen Angebot ein eigenes Menü zusammenzustellen, das zu Ihrer Kommunikations-Strategie passt.

Mit diesem Konzept hat sich der «Druckmarkt» als Fachmagazin in der Print- und Medienbranche etabliert. Die redaktionellen Themen bieten alles Wissenswerte rund um die Themen der Branche. Die Ausgaben mit Nachrichten, Top-Level-Interviews, Basisartikeln, Trendanalysen und Hintergrundinformationen sind ein Spiegel des Marktes.

Zielgruppe sind Unternehmer, Entscheider, Investitionsverantwortliche, Printbuyer und mit der Druckproduktion befasste Experten in Werbeagenturen oder der Industrie sowie Spezialisten der Lieferindustrie, Studierende, Lehrende und Berater. Kurzum: Fachleute aus der gesamten Branche.



Ich hab hier
nur ein Amt und
keine Meinung.

Albrecht Eusebius von Waldstein, genannt
Wallenstein, Feldherr.



DRUCKMARKT
macht Entscheider entscheidungssicher

Wir schon!

Die Aktualität des «Druckmarkt» ist aufgrund seiner zweimonatlichen Erscheinungsweise nicht die schnelle, flüchtige Information, sondern die Aktualität der Themen. Wir berichten über die wichtigen Dinge der Branche und diskutieren diese zum richtigen Zeitpunkt. Dabei profitieren die Leser von den sorgfältig recherchierten Beiträgen mit umfangreichem Hintergrundwissen.

Unser Konzept ist die Informationsvermittlung in die Breite und die Tiefe. Als Generalisten für Print und Media analysieren und dokumentieren wir das Marktgeschehen unter Berücksichtigung der relevanten Märkte und Techniken, die sich in fast jeder Ausgabe widerspiegeln:

- Management, Unternehmensstrategien
- E-Commerce, Online-Print
- Premedia, Prepress, Digital Imaging
- Digitaldruck, Large-Format-Printing
- Print und Finishing
- Verpackung, Veredelung
- Zeitungs-, Verlags- und Medientechnik
- Papier, Typografie, Design, Graphic Arts
- Umwelt und Ökologie
- Aus- und Weiterbildung

Gleichzeitig ist Themenführerschaft der Anspruch des «Druckmarkt». Wir ergreifen Partei für die eine oder andere Sache, scheuen kein Urteil und stellen uns auch der Kritik. Und wir «machen Themen». Wir informieren und kommentieren immer dann, wenn wir es für angebracht halten. Wir sehen uns nicht als Sprachrohr der Industrie, sondern als kritische Berichterstatter der Branche. Konsequenter in der Auswahl der Themen, eigenständig und unabhängig.

Zur Zielgruppe gehören Unternehmer, Entscheider, Investitionsverantwortliche, Printbuyer oder mit der Printproduktion befasste Fachleute in Werbeagenturen oder der Industrie und Mitarbeiter, Berater, Spezialisten der Lieferindustrie, Studierende, Lernende, Lehrer, Dozenten sowie Berater. «Druckmarkt Schweiz» ist zudem Mitteilungsorgan von «gib»Zürich, GFZ, IRD-Schweiz, ASW, common Vereinigung für Werbekommunikation, VSMI/ASIM sowie anderer Vereinigungen und Organisationen.

«Druckmarkt»-Jahres-Abo:

6 Ausgaben pro Jahr für 50,00 CHF inklusive Porto und Verpackung (Inland), 75,00 CHF (Ausland).
Einzelverkauf: je Heft 12,00 CHF plus Versand.

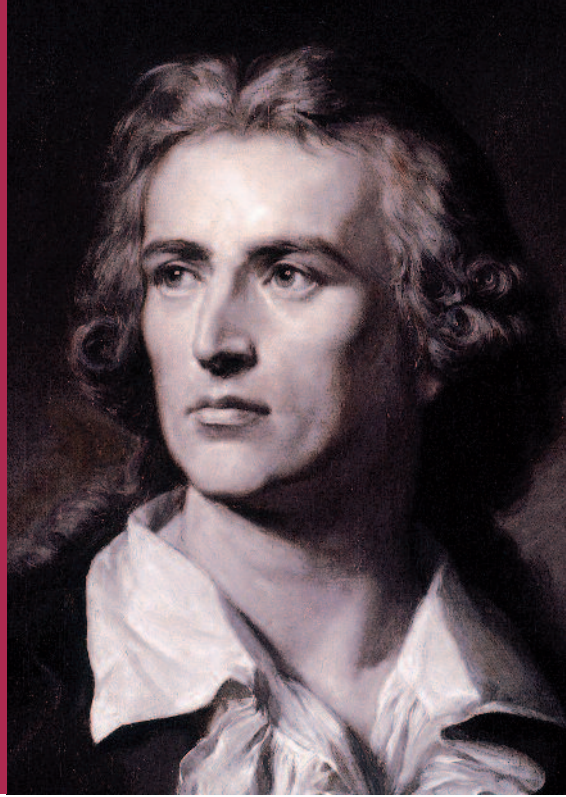
Terminplan »Druckmarkt Schweiz« 2017

| Heft-Nummer | 93 | 94 | 95 | 96 | 97 | 98 |
|--------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Redaktionsschluss | 27. 01. | 03. 04. | 02. 06. | 14. 08. | 25. 09. | 20. 11. |
| Anzeigenschluss | 30. 01. | 05. 04. | 07. 06. | 16. 08. | 27. 09. | 22. 11. |
| Druckunterlagen | 01. 02. | 07. 04. | 09. 06. | 18. 08. | 29. 09. | 24. 11. |
| Erscheinungstermin | 10. 02. | 21. 04. | 23. 06. | 30. 08. | 13. 10. | 08. 12. |

Änderungen im Terminplan vorbehalten.

Ich hab getan,
was ich
nicht lassen
konnte.

Friedrich Schiller, Tell-Dramatiker.



DRUCKMARKT
macht Entscheider entscheidungssicher

Redaktionsplan 2017

Heft 93 • 10. 02. 2017

Januar | Februar

| | |
|-------------------|--|
| Märkte | Die Stärken von Print im Kommunikations-Mix. |
| Print & Finishing | Drucken 4.0: Vernetzt und automatisiert drucken und verarbeiten. |
| Digitaldruck | Verpackungen digital gedruckt und veredelt. |
| Finishing | Der Digitaldruck und seine Folgen. |
| Online-Print | Serie: Die Online-Printer. |

Heft 94 • 21. 04. 2017

März | April

| | |
|-----------------------|---|
| Märkte | Kundenbindung durch Online-Print. |
| Online-Print | Serie: Die Online-Printer. |
| Print & Finishing | Offsetdruck mit neuen Farben und Trocknern. |
| Digitaldruck | Technologie: Wo geht die Reise hin? Inkjet auf der Pole-Position? |
| Large-Format-Printing | Von Papier bis Glas: Die Vielfalt von Substraten und Tinten. |

Heft 95 • 23. 06. 2017

Mai | Juni

| | |
|-------------------|--|
| Märkte | Crossmedia: Nebenschauplatz oder reale Ergänzung? |
| Print & Finishing | Der gedruckte Katalog als Anker in einer multimedialen Welt. |
| Digitaldruck | Strategien für die Individualisierung. |
| Bedruckstoffe | Mit Fingerspitzengefühl: Vom Wert der Haptik. |
| Online-Print | Serie: Die Online-Printer. |

Heft 96 • 30. 08. 2017

Juli | August

| | |
|---------------------|--|
| Märkte | Erweiterung der Dienstleistungen: Aber was? |
| Premedia & Prepress | Was bleibt in der vernetzten Druckerei noch für die Druckvorstufe? |
| Print & Finishing | Corporate Publishing: Erfolgreich mit Magazinen. |
| Veredelung | Veredelung im Etiketten- und Verpackungsdruck. |
| Online-Print | Serie: Die Online-Printer. |

Heft 97 • 13. 10. 2017

September | Oktober

| | |
|---------------------|--|
| Märkte | Zeitungsdruck drängt in den Akzidenzmarkt. |
| Digitaldruck | Wie steht es um den Einsatz bei Mailings, Magazinen und Zeitungen? |
| Premedia & Prepress | Publishing in der Cloud: Alles nur heiße Luft? |
| Print & Finishing | Big Data in der Druckerei? |
| Online-Print | Serie: Die Online-Printer. |

Heft 98 • 08. 12. 2017

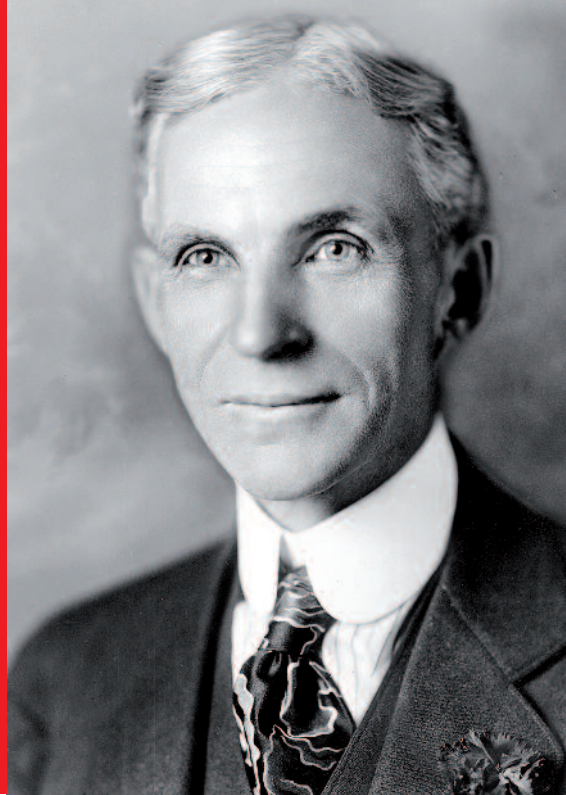
November | Dezember

| | |
|-------------------|--|
| Märkte | Was sind die wirklichen Wachstumsmärkte in Print? |
| Print & Finishing | Design, Papier und Print: Der Reiz der Gegensätze. |
| Digitaldruck | Foto und Print gehören untrennbar zusammen. |
| Veredelung | Was ist machbar, was leisten die Systeme? |
| Online-Print | Serie: Die Online-Printer. |

* Änderungen im Themen- und Terminplan vorbehalten.

Wer aufhört
zu werben,
um Geld zu sparen,
kann ebenso
seine Uhr anhalten,
um Zeit zu sparen.

Henry Ford, Autobauer.



DRUCKMARKT
macht Entscheider entscheidungssicher

Anzeigenkonzept

Das Anzeigenkonzept des «Druckmarkt» entspricht der Zielsetzung der Publikation: nachvollziehbar, unkompliziert und wirkungsvoll. Wir berechnen keine Farb- oder Anschnittzuschläge (weil wir wissen, wie heute produziert wird), sondern «vermieten» den Raum, den Sie für Ihre Werbung benötigen. Auch das Berechnen der Anzeigenkosten ist unkompliziert, weil linear. Seitenteile kosten den entsprechenden Teil einer ganzen Seite.

Wir gewähren attraktive Rabatte bei Mehrfach- und Jahresschaltungen.

Mit unserem «Business-to-Business-Tarif» machen wir neben Image- und Produktanzeigen auch Klein- und Empfehlungsanzeigen attraktiv.

Der Millimeterpreis von 3,00 CHF je Spalte beinhaltet vier Farben. Wir drucken jedoch keine Sonderfarben, sondern rechnen diese in CMYK-Farben um.

Zudem ist der Tarif einer Jahresschaltung dieser Anzeigen (6 x pro Jahr) noch budgetfreundlicher. Bei einer Jahresbuchung schalten Sie 6 Anzeigen, zahlen aber nur den Preis für 5 Anzeigen und sparen gegenüber Einzelschaltungen 17%.

Inhalte in der gedruckten Publikation «Druckmarkt» und aktuelle Themen und Nachrichten im Internet-PDF-Magazin «Druckmarkt impressions» sind eine ideale Kombination. Eben nicht «Entweder-oder», sondern «Sowohl-als-auch», denn Online ergänzt Print und umgekehrt. Darüber schreiben wir nicht nur, wir praktizieren es auch. Und unsere Kunden sollen davon profitieren! Mit dem «All-In-Angebot» des «Druckmarkt».

Fragen Sie nach den Konditionen unserer Kombinations-Angebote.

Länderübergreifende Anzeigen-Kombinationen

Als Fachmagazin, das in Deutschland und der Schweiz erscheint, sind darüber hinaus attraktive Anzeigen-Kombinationen möglich. Zudem bieten wir auch ein Angebot für die gesamte DACH-Region (Deutschland, Österreich und Schweiz).

Die Tarife für «Druckmarkt impressions», die «Druckmarkt COLLECTION» oder für Werbemöglichkeiten im Internet finden Sie in separaten Datenblättern.

Auflage (WEMF/SW-Beglaubigung)

| | |
|----------------------|-----------------|
| Auflage: | 3.700 Exemplare |
| verkaufte Auflage: | 2.051 Exemplare |
| verbreitete Auflage: | 2.211 Exemplare |
| vollbezahlte Abos: | 88 Exemplare |
| Pflichtabonnements: | 1.865 Exemplare |
| Gratis-Abos: | 258 Exemplare |
| Gratisexemplare: | 98 Exemplare |
| Gratisauflage: | 160 Exemplare |

Ohne
Werbung
wäre ich
Millionär.

Anonymer Milliardär.



DRUCKMARKT
macht Entscheider entscheidungssicher

Anzeigentarife 2017

| Anzeigen-Seitenteile | max. Breite | max. Höhe | Gesamtpreis |
|----------------------|-------------|-----------|--------------|
| Satzspiegel | 185 mm | 280 mm | |
| 1/1 | 210 mm | 297 mm | 3.700,00 CHF |
| 1/2 hoch | 100 mm | 297 mm | 1.850,00 CHF |
| 1/2 quer | 210 mm | 140 mm | 1.850,00 CHF |
| 1/3 hoch | 70 mm | 297 mm | 1.235,00 CHF |
| 1/3 quer | 210 mm | 95 mm | 1.235,00 CHF |
| 1/4 hoch | 55 mm | 297 mm | 925,00 CHF |
| 1/4 quer | 210 mm | 70 mm | 925,00 CHF |
| 1/5 quer | 210 mm | 55 mm | 740,00 CHF |
| 1/8 quer | 210 mm | 35 mm | 465,00 CHF |

Kleinanzeigen

| | | |
|------------------------------|-----------|----------|
| 1 Spalte | 43,25 mm | |
| 2 Spalten | 90,50 mm | |
| 3 Spalten | 137,75 mm | |
| 4 Spalten | 185,00 mm | |
| Millimeterpreis 4c je Spalte | | 3,00 CHF |

Bei Schaltung in 6 Ausgaben gewähren wir 17% Rabatt: Sie schalten 6 Anzeigen, zahlen aber nur 5.

Beihefter und Beilagen auf Anfrage

Den Massen sind bei entsprechenden Motiven jeweils 3 mm Beschnittzugabe zuzurechnen.

Alle Preise zuzüglich gesetzlicher Mehrwertsteuer.

Anzeigentarif 2017 gültig ab 1. Januar 2017.

Zeitschriftenformat: DIN A4 (210 x 297 mm).

Satzspiegel: 185 x 280 mm.

Druckverfahren: Offset, Klebebindung.

Sonderfarben werden in Prozessfarben umgerechnet.

Auflage: 3.700 Exemplare.

Anzeigenmotive nehmen wir nur als digitale Daten

an: druckfähige PDFs.

Datenübermittlung per E-Mail an

jpt@druckmarkt.com.

Es gibt
keine zweite Chance
für den
ersten Eindruck.

Oscar Wilde, Dandy.



DRUCKMARKT
macht Entscheider entscheidungssicher

Eindrücke für zwischendurch

Wir sind nach etlichen Diskussionen zu der Überzeugung gelangt, dass mehr als sechs gedruckte Ausgaben pro Jahr das Konzept des ›Druckmarkt‹ eher verwässern würden. Denn nicht immer ist mehr auch wirklich mehr.

Deshalb finden Sie die Fülle an Nachrichten, die wir in unseren gedruckten Ausgaben nicht unterbringen können oder News, die nicht auf das nächste Heft warten sollen, im PDF-Magazin ›Druckmarkt impressions‹, das je nach Nachrichtenlage monatlich (oder auch bis zu 20 Mal jährlich) auf der Internet-Seite des ›Druckmarkt‹ publiziert wird.

Dabei ist ›Druckmarkt impressions‹ nicht noch ein Newsletter, sondern ein vollwertiges Magazin im PDF-Format (im gleichen Layout wie die gedruckte Ausgabe), das zeitversetzt oder parallel zur Print-Version des ›Druckmarkt‹ erscheint. ›Druckmarkt impressions‹ bietet Nachrichten, Basisartikel, Reportagen sowie Termintabellen für die nächsten Wochen und Monate. Links zu weiterführenden Informationen oder zurückliegenden Meldungen machen ›Druckmarkt impressions‹ zu einem lebendigen Medium, das die gedruckten Ausgaben des ›Druckmarkt‹ zeitgemäß ergänzt.

Damit bietet der ›Druckmarkt‹ Anzeigenkunden die Möglichkeit, in Print und Online mit werbenden Informationen präsent zu sein.

Anzeigentarif ›Druckmarkt impressions‹

| Anzeigen-Seitenteile | max. Breite | max. Höhe | Preis |
|----------------------------|-------------|-----------|------------|
| Satzspiegel | 185 mm | 280 mm | |
| 1/1 | 210 mm | 297 mm | 540,00 CHF |
| 1/2 hoch | 100 mm | 297 mm | 270,00 CHF |
| 1/2 quer | 210 mm | 140 mm | 270,00 CHF |
| 1/3 quer | 210 mm | 95 mm | 180,00 CHF |
| 1/4 hoch | 55 mm | 297 mm | 135,00 CHF |
| 1/4 quer | 210 mm | 70 mm | 135,00 CHF |
| 1/8 quer | 210 mm | 35 mm | 67,50 CHF |
| mm-Preis für Kleinanzeigen | 44 mm | | 0,30 CHF |

Alle Preise zuzüglich gesetzlicher Mehrwertsteuer. Preise gültig ab 1. Januar 2017.

Der kluge Mann
baut vor.



Wilhelm Tell, Held.

DRUCKMARKT
macht Entscheider entscheidungssicher

Allgemeine Geschäftsbedingungen

A. ANWENDBARKEIT

Geschäftsbeziehungen zu Inserenten

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

Der Insertionsvertrag beinhaltet die Publikation (Einzel-, Wiederholungsaufträge und Mengenabschlüsse) von Inseraten, Werbebeilagen und Beifhefern durch den Verlag, inklusive oder exklusive Beratung, Kreation von Inseraten oder administrativen Dienstleistungen.

Geschäftsbedingungen der Inserenten

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

B. VERTRAGSABWICKLUNG

Preise

Es gelten die jeweils gültigen Insertionstarife und Rabatte des Verlags zuzüglich MwSt.

Bezüglich Beratungs-, Kreative-, Planungs- oder administrativen Dienstleistungen des Verlags gelten die jeweils gültigen Dienstleistungstarife zuzüglich MwSt.

Änderungen der Insertionstarife, 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 der Rabattskala der effektiv abgenommenen Menge entspricht.

Zusätzliche Kosten

Ausserordentliche Aufwendungen des Verlags, welche nicht in deren Insertions- oder Dienstleistungstarifen enthalten sind, können zuzüglich MwSt. zusätzlich verrechnet werden. Als solche gelten bspw. aufwändige Bearbeitungen von Druckmaterial.

Grösse der Inserate

Für die Verrechnung massgeblich sind die in der Zeitschrift gemessene Grösse von Trennlinie zu Trennlinie.

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

Mengenabschlüsse und -rabatte

Für bestimmte Insertionsvolumen in mm oder CHF während eines bestimmten Zeitraums (Mengenabschluss) können die Insertionstarife Mengenrabatte vorsehen.

Wird das vereinbarte Volumen in diesem Zeitraum übertroffen und dadurch eine höhere Rabattstufe erreicht, wird nach Ablauf des Abschlusses rückwirkend der höhere Rabatt vergütet.

Wird das vereinbarte Volumen in diesem Zeitraum nicht erreicht, wird der zu viel bezogene Rabatt rückbelastet. Dem Inserenten wird dabei eine Toleranz von 3% auf dem vereinbarten Volumen gewährt. Die nicht bezogenen Volumina können nicht auf das folgende Abschlussjahr übertragen werden.

Wiederholungsaufträge, Wiederholungsrabatte

Für Inserate, die unverändert erscheinen (Wiederholungsaufträge), können die Insertionstarife Wiederholungsrabatte vorsehen.

Die Inserate müssen grundsätzlich unverändert erscheinen; bei Vollvorlagen können die Sujets gewechselt werden.

Rückwirkend wird ein höherer Rabatt gewährt, sofern der Wiederholungsauftrag vor Erscheinen des letzten Inserates unter den gleichen Voraussetzungen erweitert und damit eine höhere Stufe erreicht wird.

Modalitäten Mengenabschlüsse bzw. Wiederholungsaufträge

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

Der Mengenabschluss bzw. Wiederholungsauftrag kann grundsätzlich nur von einem einzelnen Inserenten getätigt werden.

Die Laufdauer des Mengenabschlusses bzw. Wiederholungsauftrages beträgt 12 Monate.

Grundsätzlich gilt für die ganze Laufdauer der gleiche Rabattsatz.

Verlegerrecht

Der Verlag behält sich vor, Änderungen der Inseratinalte zu verlangen oder Inserate ohne Angabe von Gründen abzulehnen.

Der Verlag kann aus technischen Gründen für bestimmte Daten vorgeschriebene, aber dem Inhalt nach nicht unbedingt termingebundene Inserate ohne vorherige Benachrichtigung um eine Ausgabe vor- oder zurückverschieben.

Der Verlag kann Inserate mit der Bezeichnung «Inserat» versehen, um sie vom redaktionellen Teil abzugrenzen.

Der Verlag kann grundsätzlich über die Platzierung der Inserate bestimmen. Platzierungswünsche des Auftraggebers können nur unverbindlich entgegengenommen werden. Für eingehaltene Platzierungsvorschriften wird der festgelegte Preis erhoben.

Aufträge für Werbebeilagen und Beifhefer sind für den Verlag erst nach Genehmigung eines Modells bindend.

Probearbezüge

Auf Anfrage können Probearbezüge für Inserate geliefert werden, sofern die Druckunterlagen fristgerecht bestellt wurden.

Für gelieferte PDF-Vorlagen wird kein Probearbezug geliefert.

Druckmaterial

Ohne ausdrückliche Vereinbarung ist der Verlag für herkömmlich oder digital geliefertes Druck- und Datenmaterial weder aufbewahrungs- noch rückgabepflichtig.

Zahlungskonditionen

Für die Publikation von Anzeigen aller Art gilt eine Zahlungsfrist von 30 Tagen ohne Skontoabzug.

Auf verfallenen Rechnungen wird marktüblicher Verzugszins verrechnet.

Für Mahnungen werden die Kosten verrechnet.

Bei Betreibung, Nachlassstundung oder Konkurs entfallen Rabatte und Vermittlungsprovisionen.

Vorzeitige Vertragsauflösung

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

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

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

C. HAFTUNG DER WERBEGESELLSCHAFT

Fehlerhaftes Erscheinen, Nichterscheinen

Reklamationen wegen fehlerhaftem Erscheinen oder Nichterscheinen sind innerhalb von 10 Tagen nach Publikation beim Verlag anzubringen.

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 fehlerhaften digitalen Übermittlungen von Inseraten zum Verlag, bei Fehlern infolge von Übersetzungen, bei Datenverschiebungen (Ziff. 9.2), bei nicht eingehaltenen Platzierungswünschen, bei nicht signifikanten Passerdifferenzen und bei Abweichungen in der Farbe oder von typografischen Vorschriften sowie bei fehlenden Codebezeichnungen entfallen die genannten Ansprüche.

Sämtliche weitergehenden Ansprüche als die in Ziff. 14.2 genannten sind ausgeschlossen.

D. HAFTUNG DES INSERENTEN

Haftung bezüglich Inhalt der Inserate

Der Inserent ist für den Inhalt der Inserate verantwortlich. Er erklärt, die einschlägigen gesetzlichen Bestimmungen und Branchenregeln einzuhalten und dafür dem Verlag verantwortlich zu sein. Er stellt Verlag und 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 anfallende gerichtlichen oder aussergerichtlichen Kosten zu übernehmen.

Gegendarstellungsrecht

Bei einem Gegendarstellungsbegehren (Art. 28 ff ZGB) gegenüber Inseraten informiert der Verlag 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 anfälligen Publikation und die damit zusammenhängenden Modalitäten.

E. WEITERVERWENDUNG VON INSERATEN

Verwendung von Inseraten für elektronische Datenbanken

Der Inserent erklärt sein Einverständnis, dass der Verlag die Inserate in eigene oder fremde elektronische Datenbanken einspeisen und zu diesem Zweck bearbeiten kann. Der Inserent kann sein Einverständnis jederzeit zurückziehen. Er nimmt zur Kenntnis, dass Personenaten auch in Staaten abrufbar sind, die keine mit der Schweiz vergleichbaren Datenschutzbestimmungen kennen und somit die Vertraulichkeit, Integrität, Authentizität und Verfügbarkeit seiner Personendaten nicht garantiert ist.

Die nicht autorisierte und ohne gewichtige Eigenleistung erfolgende Bearbeitung und Verwertung von abgedruckten oder in elektronische Datenbanken eingespeisten Inserate durch Dritte ist unzulässig und wird vom Inserenten untersagt. Dieser überträgt dem Verlag insbesondere das Recht, mit geeigneten Mitteln dagegen vorzugehen.

Geistiges Eigentum an Inseraten

Der Inserent anerkennt das geistige Eigentum, insbesondere das Urheberrecht, des Verlags an allen von ihm selber kreierte Inseraten mit individuellem Charakter. Soweit der Inserent seinen vertraglichen Verpflichtungen gegenüber dem Verlag nachkommt, ist ihm die Nutzung des geistigen Eigentums im Rahmen des ursprünglichen Verwendungszweckes auf unbeschränkte Zeit erlaubt.

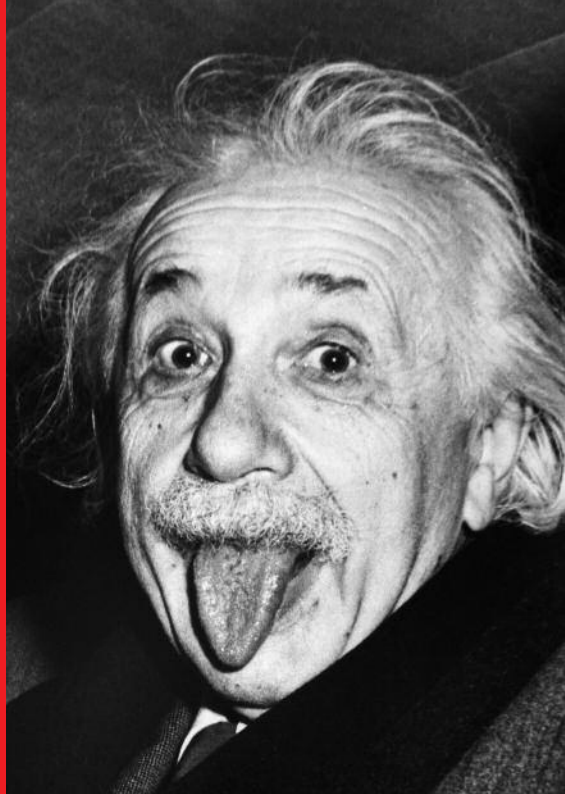
F. ANWENDBARES RECHT, GERICHTSSTAND

Auf den Insertionsvertrag findet ausschliesslich schweizerisches Recht Anwendung.

Ausschliesslicher Gerichtsstand ist das zuständige Gericht am Ort der Geschäftsstelle des Verlags, der den Insertionsvertrag geschlossen hat.

Planung
ersetzt den Zufall
durch Irrtum.

Albert Einstein, Vordenker.



Redaktion

Klaus-Peter Nicolay
(Chefredaktor)
nico@druckmarkt.com

Julius Nicolay
(Redaktor)
julius@druckmarkt.com

Herausgeber
Jean-Paul Thalmann

Druckmarkt Schweiz
Seefeldstrasse 62
CH-8008 Zürich
Telefon: +41 44 380 53 03
Mobil: +41 79 405 60 77
www.druckmarkt.ch

Ansprechpartner für Anzeigen
Jean-Paul Thalmann
jpt@druckmarkt.com

Verlag
DVZ Druckmarkt Verlag Zürich
Seefeldstrasse 62
CH-8008 Zürich

DRUCKMARKT 
Managementmagazin