

# 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 Insertionstarife und Rabatte der Verlage, zuzüglich MWST.

**3.2.** Bezüglich Beratungs-, Kurations-, Planungs- oder administrativen Dienstleistungen der Werbegesellschaften gelten deren jeweils gültige Dienstleistungstarife, zuzüglich MWST, diese sind auf den betreffenden Websites verfügbar.

**3.3.** 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 Anspruch auf den Rabatt, der gemäss Rabattskala der effektiv abgenommenen Menge entspricht.

#### 4. Zusätzliche Kosten

**4.1.** Ausserordentliche Aufwendungen der Verlage oder der Werbegesellschaften, welche nicht in deren Insertions- oder Dienstleistungstarifen enthalten sind, können zusätzlich verrechnet werden, zuzüglich MWST. Als solche gelten aufseiten der Verlage beispielsweise aufwändige Bearbeitungen von Voll-Druckmaterial.

#### 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 dazugerechnet.

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

#### 6. Mengenabschlüsse, Mengenrabatte

**6.1.** Für den Bezug von bestimmten Insertionsvolumen in mm oder Franken (nachfolgend Volumen) während eines bestimmten Zeitraums (Mengenabschluss) können die Insertionstarife Mengenrabatte vorsehen.

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

**6.3.** Wird das vereinbarte Volumen in diesem Zeitraum nicht erreicht, wird der zu viel bezogene Rabatt nachbelastet. 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.

#### 7. Wiederholungsaufträge, Wiederholungsrabatte

**7.1.** Für Inserate, die an zum voraus festgesetzten Daten unverändert erscheinen (Wiederholungsaufträge), können die Insertionstarife Wiederholungsrabatte vorsehen.

**7.2.** Die Inserate müssen grundsätzlich unverändert erscheinen; einzig bei Vollvorlagen können in der Regel die Sujets gewechselt werden.

**7.3.** 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.

#### 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 zwischen dem 16. und dem 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 Inseratinhalte zu verlangen oder Inserate ohne Angabe von Gründen abzulehnen.

**9.2.** Die Verlage können aus technischen Gründen für bestimmte Daten vorgeschriebene, aber dem Inhalt nach nicht unbedingt termingebundene Inserate ohne vorherige Benachrichtigung um eine Ausgabe vor- oder zurückverschieben.

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

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

**9.5.** Aufträge für Werbebeilagen und Beihefter sind für die Verlage erst nach Genehmigung eines Musters bindend.

#### 10. Chiffreinserate

**10.1.** Die Werbegesellschaft verpflichtet sich zur Wahrung des Chiffregeheimnisses. Vorbehalten bleiben namentlich folgende Fälle: Die Werbegesellschaft kann in begründeten Fällen

• Justiz- oder Verwaltungsbehörden

• Personen, die einem Chiffreinserenten ihre Personendaten mitgeteilt haben und im Nachhinein wegen nicht zurückgesandter Unterlagen ihr Auskunftsrecht wahrnehmen wollen, die Identität des Chiffreinserenten bekannt geben.

**10.2.** Die Werbegesellschaft braucht insbesondere Werbesendungen, Vermittlungs- und anonyme Angebote nicht an den Chiffreinserenten weiterzuleiten. Zu diesem Zweck kann sie eingehende Angebote öffnen und überprüfen.

**10.3.** Für Chiffreinsätze wird pro Auftrag eine Gebühr erhoben. Ausserordentliche Aufwendungen werden zusätzlich verrechnet.

**10.4.** Die Verantwortung für die Rücksendung von Dokumenten obliegt dem Chiffreinserenten.

#### 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 aller übrigen Inserate 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 wurde.

### C. HAFTUNG DER WERBEGESELLSCHAFT

#### 15. Fehlerhaftes Erscheinen, Nichterscheinen

**15.1.** Reklamationen wegen fehlerhaften Erscheinens oder Nichterscheinens 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 fehlerhaften Erscheinens, Nichterscheinens 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 anfallende, gerichtliche oder aussergerichtliche 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.

### E. WEITERVERWENDUNG VON INSERATEN

#### 18. Verwendung von Inseraten für elektronische Datenbanken

**18.1.** Der Inserent erklärt sein **Einverständnis**, dass die Werbegesellschaft 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 Personendaten 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.

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

#### 19. Geistiges Eigentum an Inseraten

**19.1.** Der Inserent anerkennt das geistige Eigentum, insbesondere das Urheberrecht, der Werbegesellschaft an allen von ihr selber kreierten Inseraten mit individuellem Charakter (z.B. DTP-Verfahren). Soweit der Inserent seinen vertraglichen Verpflichtungen gegenüber der Werbegesellschaft nachkommt, ist ihm die Nutzung des geistigen Eigentums im Rahmen des ursprünglichen Verwendungszweckes auf unbeschränkte Zeit erlaubt.

### 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 geschlossen hat.

Die vorliegenden Geschäftsbedingungen treten am 1.1.2006 in Kraft und ersetzen alle früheren Fassungen.