

Allgemeine Insertionsbedingungen

Print und Online

INHALTSVERZEICHNIS

1.	GELTUNGSBEREICH	2
2.	WERBEAUFTRÄGE, ÄNDERUNGEN UND SISTIERUNGEN	2
3.	GESTALTUNG, ABLIEFERUNG UND INHALT VON WERBEMITTELN	3
4.	POLITISCHE UND REDAKTIONELL GESTALTETE WERBEMITTEL	4
5.	AUSGABE- UND PLATZIERUNGSWÜNSCHE.....	4
6.	VERÖFFENTLICHUNG BZW. AUSLIEFERUNG VON WERBEMITTELN	4
7.	GEWÄHRLEISTUNG, MÄNGELRÜGEN UND HAFTUNG DES VERLAGS	5
8.	RECHTSEINRÄUMUNG UND HAFTUNG DES INSERENTEN FÜR DEN INHALT VON WERBEMITTELN	7
9.	GEGENDARSTELLUNGSBEGEHREN.....	7
10.	CHIFFREINSERATE	7
11.	BEWIRTSCHAFTUNG, ÄNDERUNG UND WEITERENTWICKLUNG VON VERLAGSPRODUKTEN	8
12.	TARIFE UND ZAHLUNGSBEDINGUNGEN.....	8
13.	EIGENTUMSRECHTE	9
14.	DATENSCHUTZ.....	9
15.	ÄNDERUNGEN DER INSERTIONSBEDINGUNGEN; TARIFÄNDERUNGEN	10
16.	ANWENDBARES RECHT UND GERICHTSSTAND	11

1. GELTUNGSBEREICH

- 1.1 Diese Insertionsbedingungen sowie die im Zeitpunkt des Vertragsschlusses jeweils aktuellen Angebots- und Tarifbestimmungen von Tamedia AG, Werdstrasse 21, 8004 Zürich (nachfolgend „**Tamedia**“), sowie den von Tamedia vermarkteten Medien (eine vollständige Liste aller Betreffenden Unternehmen und Medien finden Sie hier: <http://tamedia.ch/de/werbung/geltungsbereich> (nachfolgend gemeinsam „**Verlag**“ genannt) gelten für alle Werbeaufträge von Inserenten (nachfolgend „**Werbeaufträge**“) betreffend die Veröffentlichung von Inseraten und anderen Werbemitteln (nachfolgend „**Werbemittel**“) in Zeitungen, Zeitschriften und/oder Online-Newsportalen des Verlags (nachfolgend auch „**Verlagsprodukte**“).
- 1.2 Soweit schriftlich zwischen dem Inserenten und dem Verlag nicht ausdrücklich abweichend vereinbart, gelten diese Insertionsbedingungen ausschliesslich.
- 1.3 Allgemeine Geschäftsbedingungen des Inserenten werden nicht anerkannt, soweit sie mit diesen Insertionsbedingungen nicht übereinstimmen.

2. WERBEAUFTRÄGE, ÄNDERUNGEN UND SISTIERUNGEN

- 2.1 Werbeaufträge können vom Inserenten persönlich, schriftlich (auch per Email oder Fax) oder per Internet erteilt werden. Der Werbeauftrag kommt mit schriftlich (auch per Email oder Fax) erfolgter Auftragsbestätigung durch den Verlag oder, falls eine solche unüblich (z.B. telefonische Auftragserteilung) oder seitens Inserent nicht ausdrücklich verlangt worden ist, spätestens mit Veröffentlichung bzw. Auslieferung des Werbemittels rechtswirksam zustande.
- 2.2 Bei gedruckten Verlagsprodukten sind Änderungen und Sistierungen von Werbeaufträgen durch den Inserenten bis zum Inseratenannahmeschluss schriftlich (auch per Email oder Fax) möglich. Allfällige Unkosten des Verlags für bereits bearbeitetes Druckmaterial oder andere bis zur Änderung oder Sistierung angefallene Kosten sind vom Inserenten zu erstatten. Verschiebungen sind unter dem Vorbehalt vorhandener Kapazitäten und allenfalls geänderter Angebots- und Tarifbestimmungen bis zum Inseratenannahmeschluss ebenfalls möglich. Bei digitalen Verlagsprodukten sind Änderungen und Sistierungen von definitiv erteilten Werbeaufträgen durch den Inserenten jederzeit möglich. In diesem Fall sind allfällige Unkosten des Verlags und Einnahmehausfälle, die infolge Sistierung des definitiven Werbeauftrags beim Verlag entstehen, vom Inserenten vollumfänglich zu erstatten.
- 2.3 Die Haftung des Verlags für Fehler bei der Übermittlung von Werbeaufträgen, deren Änderung, Sistierung oder Verschiebung ist ausgeschlossen.

3. GESTALTUNG, ABLIEFERUNG UND INHALT VON WERBEMITTELN

- 3.1 Die rechtzeitige Produktion und Ablieferung geeigneter und einwandfreier Werbemittel ist Sache des Inserenten. Der Inserent hat dabei die jeweiligen technischen und zeitlichen Vorgaben, Standards, Spezifikationen und Bedingungen der aktuellen Angebots- und Tarifbestimmungen einzuhalten. Die Folgen zu spät gelieferter oder mangelhafter Werbemittel trägt der Inserent. Bei digitalen Werbemitteln hat er zudem sicherzustellen, dass diese keine Viren, Trojaner oder dergleichen enthalten, widrigenfalls er für allfälligen Schaden haftet.
- 3.2 Soweit der Verlag im Auftrag des Inserenten die Produktion von Werbemitteln übernimmt, hat der Inserent die Kosten für die Anfertigung sowie für vom Inserenten gewünschte oder zu vertretende Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen zu tragen und die hierfür erforderlichen Unterlagen und Angaben (Text, Bilder, Videos etc.) rechtzeitig im Voraus zur Verfügung zu stellen. Der Verlag kann im Rahmen seiner technischen Möglichkeiten Vorschriften über die Gestaltung von Werbemitteln entgegennehmen.
- 3.3 Bei Druckvorlagen gilt die Anlieferung des Werbemittels durch den Inserenten als „Gut zum Druck“. Probeabzüge werden vom Verlag nur auf ausdrücklichen und schriftlichen Wunsch des Inserenten und nur, soweit keine Vollvorlagen in Frage stehen, kostenpflichtig geliefert. Die Verantwortung für die Richtigkeit der Probeabzüge trägt der Inserent. Korrekturen und Änderungen werden berücksichtigt, soweit sie vom Inserenten innerhalb der verlagsseitig gesetzten Fristen mitgeteilt werden. Andernfalls gilt die Genehmigung zur Veröffentlichung bzw. Auslieferung der Werbemittel als erteilt.
- 3.4 Für den Inhalt der veröffentlichten Werbemittel, deren Änderung und gegebenenfalls Aktualisierung ist der Inserent allein verantwortlich.
- 3.5 Bei digitalen Werbemitteln hat der Inserent sicherzustellen, dass Webseiten, mit welchen diese verlinkt sind, während der gesamten Dauer der Aufschaltung bzw. Auslieferung funktionsfähig und aktuell gehalten sind.
- 3.6 Das Logo und der Name des Verlags und seiner Produkte und Werbeträger darf nur nach vorgängigem schriftlichem Einverständnis des Verlags (auch per Email oder Fax) verwendet werden.
- 3.7 Werbemittel werden vom Verlag nur im Falle eines ausdrücklichen schriftlichen Hinweises bei Lieferung an den Verlag dem Inserenten zurückgesandt. Die Pflicht des Verlages zur Aufbewahrung von Werbemitteln und Vorlagen endet in jedem Fall nach erfolgter Veröffentlichung bzw. Beendigung der Auslieferung des Werbemittels.

4. POLITISCHE UND REDAKTIONELL GESTATLTETE WERBEMITTEL

- 4.1 Werbemittel, die offensichtlich Meinungsbildung bzw. –beeinflussung im Hinblick auf Wahlen und Abstimmungen bewirken sollen, müssen so frühzeitig vor dem Urnengang erscheinen, dass auch der Gegenseite die Möglichkeit geboten ist, vor dem Wahl- oder Abstimmungstermin Werbemittel zu platzieren, und Angaben zum Auftraggeber enthalten. Im Übrigen gelten die jeweils aktuell gültigen Verlagsrichtlinien.
- 4.2 Werbemittel müssen von den Lesern und Nutzern 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 „Inserat“, „Anzeige“, „Werbung“ oder „Publireportage“ vor.

5. AUSGABE- UND PLATZIERUNGSWÜNSCHE

- 5.1 Ausgabe- und Platzierungswünsche werden unverbindlich entgegen genommen. Die Verschiebung von Werbeaufträgen, ohne Rückfrage beim Inserenten, behält sich der Verlag aus technischen Gründen und ohne Kostenfolge für den Inserenten vor.
- 5.2 Für Platzierungsvorgaben, die nicht tariflich geregelt sind, wird ein Zuschlag erhoben. Kann eine bestätigte Platzierung aus verlagstechnischen Gründen nicht eingehalten werden, wird der Inserent nach Möglichkeit im Voraus informiert.
- 5.3 Erscheint ein Werbemittel nicht oder an einer anderen Stelle oder in einer anderen Ausgabe oder erfolgt die Auslieferung des Werbemittels infolge einer technischen Störung verspätet, stehen dem Inserenten keinerlei Schadenersatzansprüche zu. Bei Nichterscheinen bleibt aber der Anspruch des Inserenten auf Veröffentlichung des Werbemittels bestehen und die Parteien suchen einvernehmlich nach einem geeigneten Zeitpunkt für die Nachholung der Veröffentlichung.
- 5.4 Ein Recht des Inserenten auf Exklusivität oder Konkurrenzausschluss besteht nicht.

6. VERÖFFENTLICHUNG BZW. AUSLIEFERUNG VON WERBEMITTELN

- 6.1 Der Verlag ist berechtigt, jederzeit Änderungen der Werbemittel zu verlangen oder Werbemittel auch ohne Angabe von Gründen abzulehnen bzw. zu sistieren. Dies gilt insbesondere, wenn deren Inhalt gegen gesetzliche Vorschriften oder behördliche Anordnungen oder Branchenregeln verstösst, von der Schweizerischen Lauterkeitskommission im Rahmen einer Beschwerde beanstandet wurde, deren Veröffentlichung bzw. Auslieferung nach freiem, sachlichem Ermessen des Verlags wegen des Inhalts, der Gestaltung, der Herkunft oder aus technischen Gründen unzumutbar ist.

- 6.2 Bei Werbeaufträgen betreffend die Veröffentlichung in gedruckten Verlagsobjekten ist der Verlag berechtigt aber nicht verpflichtet, das Werbemittel innerhalb des Zeitraums, in dem das gedruckte Werbemittel veröffentlicht wird, auch in der digitalen Ausgabe (z.B. ePaper) des entsprechenden Verlagsobjekts zu publizieren und entsprechend zu bearbeiten. Ein diesbezüglicher Anspruch des Inserenten besteht dagegen nur, soweit dies gemäss Tarif und Werbeauftrag vorgesehen ist.
- 6.3 Der Inserent nimmt zur Kenntnis, dass Werbemittel, die vom Verlag abgedruckt, in digitalen Ausgaben oder sonst wie veröffentlicht werden, für Dritte nicht frei verfügbar sind. Der Inserent untersagt insbesondere die Übernahme von Werbemitteln auf Online-Dienste durch Dritte ohne die Einwilligung des Verlags und überträgt dem Verlag das Recht, jede irgendwie geartete Verwertung und Bearbeitung dieser Werbemittel mit den geeigneten Mitteln zu untersagen.
- 6.4 Bei Veröffentlichungen in gedruckten Verlagsprodukten liefert der Verlag auf Wunsch des Inserenten eine Kopie des Werbemittels. Die Lieferung von Originalbelegen ist kostenpflichtig.

7. GEWÄHRLEISTUNG, MÄNGELRÜGEN UND HAFTUNG DES VERLAGS

- 7.1 Der Verlag bemüht sich um eine dem jeweils üblichen technischen Standard entsprechende bestmögliche Veröffentlichung der Werbemittel und gewährleistet entsprechend die vertragsgemässe Durchführung der Werbeaufträge.
- 7.2 Dem Inserent ist bekannt, dass es nach dem Stand der Technik nicht möglich ist, jederzeit die Verfügbarkeit der Systeme und eine fehlerfreie Veröffentlichung bzw. Auslieferung zu erbringen. Der Verlag gewährleistet insbesondere keine Verfügbarkeit und keine Fehler-, Mängel- oder Störungsfreiheit, weder für seine gedruckten noch seine digitalen Verlagsprodukte. Von der Gewährleistung ausgeschlossen sind zudem vom Verlag nicht zu vertretende oder vom Verlag nicht beeinflussbare Mängel und Störungen wie höhere Gewalt, durch Dritte verursachte Beeinträchtigungen sowie Lieferungen und Leistungen Dritter (z.B. Störungen der Kommunikationsnetze, Leitungs-, Server- oder Stromausfälle). Ziffer 7.6 bleibt vorbehalten.
- 7.3 Beanstandungen (Mängelrügen) sind dem Verlag vom Inserenten schriftlich (auch per Email oder Fax) mitzuteilen, bei offenen Mängeln unverzüglich nach Veröffentlichung bzw. Auslieferung der Werbemittel, bei versteckten Mängeln mit deren Entdeckung. Unterlässt der Inserent die unverzügliche Mängelrüge, gilt die Veröffentlichung bzw. Auslieferung des Werbemittels als genehmigt.

- 7.4 Bei fehlerhafter, vom Verlag zu vertretender Veröffentlichung bzw. Auslieferung von Werbemitteln und rechtzeitig erfolgter Rüge, hat der Inserent Anspruch auf Preisminderung oder eine einwandfreie Ersatzveröffentlichung bzw. –auslieferung. Ein entsprechender Anspruch besteht jedoch nur, sofern und soweit der Sinn und die Werbewirkung durch die fehlerhafte Veröffentlichung bzw. Auslieferung beeinträchtigt wurde. Kein Anspruch auf Preisminderung oder einwandfreie Ersatzveröffentlichung bzw. –auslieferung besteht im Falle von Abweichungen von typographischen Vorschriften und fehlerhaften Codezeichen (QR-Codes, Strichcodes etc.). Die Ersatzveröffentlichung bzw. –auslieferung ist zudem ausgeschlossen, wenn diese für den Verlag mit unverhältnismässigen Kosten verbunden ist.
- 7.5 Ausfälle bei der Auslieferung von digitalen Werbemitteln, die durch Funktionsstörungen der Ad-Server verursacht worden sind, und die über mehr als 10 % einer zeitgebundenen Festbuchung andauern, berechtigen den Inserenten zur Geltendmachung einer entsprechenden Nachlieferung bzw. Verlängerung der Auslieferung im zeitlichen Umfang des erfolgten Ausfalls, sofern und soweit die Ad-Impressions infolge des Ausfalls während der gebuchten Zeit nicht mehr erreicht werden. Scheitert die Nachlieferung auch innerhalb des verlängerten Auslieferungszeitraums, entfällt die Zahlungspflicht des Inserenten im Umfang der vom Verlag nicht realisierten vertraglichen Leistungen.
- 7.6 Ist in Fällen höherer Gewalt die Auflagenhöhe eines Verlagsobjektes, in welchem ein gedrucktes Werbemittel erscheint, beeinträchtigt worden, hat der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung des Werbeauftrages, wenn das Verlagsobjekt mit 80 % der zugesicherten oder beglaubigten Auflage vom Verlag ausgebracht worden ist. Ist die ausgebrachte Auflage geringer, wird die Vergütung für den Werbeauftrag in dem Verhältnis gekürzt, in welchem die zugesicherte oder beglaubigte Auflage zur tatsächlich ausgebrachten Auflage steht.
- 7.7 Die Gewährleistungsansprüche gemäss Ziffer 7.4 bis Ziffer 7.6 verstehen sich abschliessend. Ansprüche des Inserenten wegen Mängeln verjähren ein Jahr nach Veröffentlichung bzw. Auslieferung des Werbemittels.
- 7.8 Der Verlag haftet nur für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit. In jedem Fall ist die Haftung des Verlags für Folgeschäden und entgangenen Umsatz und Gewinn ausgeschlossen. Vorstehende Ausschlüsse und Beschränkungen der Haftung des Verlags gelten auch für die persönliche Haftung seiner Mitarbeiter, Organe und Hilfspersonen.
- 7.9 Bei Nichtbeachtung der inhaltlichen, technischen und zeitlichen Vorgaben und Empfehlungen des Verlags zur Produktion und Ablieferung der Werbemittel durch den Inserenten entfallen sämtliche Ansprüche wegen fehlerhafter Veröffentlichung bzw. Auslieferung von Werbemitteln.

8. RECHTSEINRÄUMUNG UND HAFTUNG DES INSERENTEN FÜR DEN INHALT VON WERBEMITTELN

- 8.1 Der Inserent überträgt dem Verlag das nicht-exklusive, weltweit gültige Recht, seine Werbemittel im für die Durchführung des Werbeauftrags und die weiteren gemäss diesen Insertionsbedingungen dem Verlag eingeräumten Rechte erforderlichen Umfang zu nutzen, insbesondere die darin wiedergegebenen Firmennamen, Marken, Logos und anderen Kennzeichenrechte zu verwenden, sowie das Recht, die Werbemittel zu vervielfältigen, zu verbreiten, zu übertragen, zu senden, zu speichern, auf Datenbanken einzuspeisen und abzurufen, öffentlich zugänglich zu machen, zu bearbeiten und gegebenenfalls umzugestalten.
- 8.2 Die Haftung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit von Werbemitteln trägt der Inserent. Der Verlag ist nicht zur Prüfung verpflichtet, ob ein Werbemittel gesetzliche Vorschriften oder die Rechte Dritter verletzt. Der Inserent gewährleistet, dass er alle Nutzungsrechte der Inhaber von Urheber-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechten zur Schaltung und Verbreitung der von ihm gestellten Werbemittel erworben hat bzw. darüber verfügen kann und stellt den Verlag von allen Ansprüchen Dritter wegen Markenrechts-, Persönlichkeitsrechts-, Urheberrechts- oder anderer Rechtsverletzungen vollständig frei, einschliesslich der angemessener Kosten zur Rechtsverteidigung.

9. GEGENDARSTELLUNGSBEGEHREN

- 9.1 Gegendarstellungsbegehren zu Inseraten werden vom Verlag so weit möglich in Absprache mit dem Inserenten behandelt.
- 9.2 Wird der Verlag gerichtlich belangt, ist der Inserent verpflichtet, nach erfolgter Streitverkündung dem Prozess beizutreten. Der Inserent ist in jedem Fall verpflichtet, sämtliche im Zusammenhang mit einer Gegendarstellung anfallenden gerichtlichen und aussergerichtlichen Kosten zu übernehmen, einschliesslich der Kosten gemäss Angebots- und Tarifbestimmungen des jeweiligen Verlagsprodukts, falls der Verlag zur Veröffentlichung einer Gegendarstellung verpflichtet wird.

10. CHIFFREINSERATE

- 10.1 Offerten auf Chiffreinserate werden nur weitergeleitet, wenn sie direkt auf den Inhalt des betreffenden Werbemittels Bezug nehmen. Einsendungen zu Empfehlungs- und Werbezwecken, anonyme und Massenofterten sind von der Weiterleitung ausgeschlossen. Zur Feststellung solcher Offerten behält sich der Verlag das stichprobenweise Öffnen der Briefe bzw. Emails vor.

10.2 Für die Rücksendung von Dokumenten kann der Verlag keine Verantwortung übernehmen. Bei Offertsendungen, die das Format C5 überschreiten, muss für die Weiterleitung die entsprechende Postgebühr beigelegt werden.

10.3 Der Verlag behält sich zudem das Recht vor, Zuschriften auch ohne ausdrückliche Ermächtigung des Inserenten zu öffnen, wenn sich diese nicht eindeutig einem bestimmten Werbemittel zuordnen lassen.

11. BEWIRTSCHAFTUNG, ÄNDERUNG UND WEITERENTWICKLUNG VON VERLAGSPRODUKTEN

11.1 Der Verlag ist jederzeit berechtigt, für die Erfüllung seiner vertraglichen Verpflichtungen Dritte beizuziehen.

11.2 Technische Weiterentwicklungen sowie Änderung oder Einstellungen von Verlagsprodukten liegen allein im Ermessen des Verlags und bleiben jederzeit vorbehalten. Der Verlag ist insbesondere berechtigt, die in den Angebots- und Tarifbestimmungen veröffentlichte Erscheinungsweise von Verlagsprodukten sowie diesbezüglich geltende Inseratenannahmeschlusszeiten auch kurzfristig zu ändern bzw. anzupassen.

11.3 Wird ein Verlagsobjekt während der Laufzeit eines Werbeauftrags eingestellt, kann der Verlag ohne Schadenersatzpflicht vom Vertrag zurücktreten. Der Rücktritt entbindet den Inserenten nicht von der Bezahlung der bis zur Einstellung des Verlagsobjekts veröffentlichten bzw. ausgelieferten Werbemittel.

11.4 Bei wesentlichen Änderungen im Angebot an digitalen Werbemitteln, welche die weitere Auslieferung von Werbemitteln laufender und noch nicht beendeter Werbeaufträge erheblich einschränken oder ausschliessen, hat der Inserent Anspruch auf eine Gutschrift für die per Umsetzung der Änderung noch nicht bezogene Leistungen. Soweit nicht anderweitig vereinbart, ist die Gutschrift ausschliesslich zum Bezug von Werbeleistungen im gleichen Verlagsobjekt gültig.

12. TARIFE UND ZAHLUNGSBEDINGUNGEN

12.1 Die für Werbeaufträge massgebenden Preise, Zuschläge und sonstigen Bestimmungen ergeben sich einheitlich aus den im Zeitpunkt der Veröffentlichung bzw. Auslieferung von Werbemitteln aktuell gültigen Angebots- und Tarifbestimmungen für die jeweiligen Verlagsobjekte.

12.2 Bei Werbemitteln für die Veröffentlichung in gedruckten Verlagsobjekten erfolgt die Abrechnung aufgrund der erschienenen Millimeter. Der angebrochene Millimeter wird voll berechnet. Unter „nötiger Höhe“ wird nicht die minimale Begrenzung, sondern ein Raum verstanden, welcher dem Sujet angepasst ist.

- 12.3 Bei digital ausgelieferten Werbemitteln, welche nach Ad Impressions, Klicks oder auf andere Weise abgerechnet werden, sind ausschliesslich die Messungen des Verlags massgebend.
- 12.4 Der Verlag gewährt die in den jeweils gültigen Angebots- und Tarifbestimmungen aufgeführten Rabatte. Der Inserent nimmt weiter zustimmend zur Kenntnis, dass der Verlag bei der Vermittlung von Werbeaufträgen durch eine Agentur oder einen anderen Dritten eine auftragsbezogene Beraterkommission in der Rechnung an den Inserenten ausweisen und in Abzug bringen bzw. der vermittelnden Agentur oder dem vermittelnden Dritten eine Beraterkommission ausrichten kann.
- 12.5 Sofern gemäss Angebots- und Tarifbestimmungen nicht anders bestimmt oder im Einzelfall nicht ausdrücklich anders vereinbart, sind Rechnungen des Verlags innerhalb von 30 Tagen seit Rechnungsdatum ohne jeden Abzug zur Zahlung fällig.
- 12.6 Bei Zahlungsverzug werden eine Mahngebühr von CHF 10.00 sowie 5 % Verzugszins in Rechnung gestellt. Bei Betreibung, Nachlassstundung oder Konkurs entfallen Rabatte und Beraterkommissionen. Bereits ausbezahlte Beraterkommissionen können vom Verlag zurückgefordert werden. Zudem kann der Verlag für entstandene Umtriebe 5 % des ausstehenden Rechnungsbetrages, mindestens aber CHF 50.00 und maximal CHF 300.00, belasten.

13. EIGENTUMSRECHTE

- 13.1 Sämtliche Urheberrechte und Marken sowie Know-how an digitalen Verlagsobjekten, auf welchen die Werbemittel des Inserenten ausgeliefert werden, stehen ausschliesslich dem Verlag bzw. seinen Lizenzgebern zu. Dem Inserenten stehen während der Dauer und im Umfang des Werbeauftrags die für die Veröffentlichung bzw. Auslieferung der Werbemittel erforderlichen Nutzungsrechte an den digitalen Verlagsobjekten zu.
- 13.2 Sämtliche im Rahmen der Messungen des Verlags bezüglich die Werbemittel des Inserenten gesammelten Informationen und statistischen Auswertungen sind Eigentum des Verlags und dürfen von diesem für eigene Zwecke ausgewertet und genutzt werden. Der Verlag verpflichtet sich aber, diese Informationen vertraulich zu behandeln und nur in anonymisierter Form öffentlich zugänglich zu machen.

14. DATENSCHUTZ

- 14.1 Der Inserent nimmt zustimmend zur Kenntnis, dass der Verlag im Rahmen der Inanspruchnahme der Leistungen des Verlags, insbesondere im Zusammenhang mit der Auftragserteilung und –bearbeitung, die von ihm angegebenen personenbezogenen Daten

maschinenlesbar speichert und verarbeitet, gegebenenfalls auch unter Bezug externer Dienstleistungsunternehmen. Der Verlag hält sich an die geltenden Vorschriften über den Datenschutz, kann aber insbesondere für digital ausgelieferte Werbemittel die Vertraulichkeit, Unverfälschtheit und Authentizität der Werbemittel und Daten des Inserenten nicht zusichern. Der Inserent nimmt in diesem Zusammenhang zur Kenntnis, dass Personendaten auch in Staaten abrufbar sein können, die keine mit der Schweiz vergleichbaren Datenschutzbestimmungen kennen.

14.2 Nebst allgemeinen, nicht-personenbezogenen, insbesondere statistischen Daten, welche der Verlag betreffend die veröffentlichten bzw. ausgelieferten Werbemittel und die Nutzung der Verlagsobjekte sammelt und verarbeitet, können – vorbehaltlich eines erfolgten Widerspruchs des Inserenten – auch die zwecks Abwicklung des Werbeauftrags gespeicherten personenbezogenen Daten des Inserenten vom Verlag und den Unternehmen der Tamedia-Gruppe oder mit der Tamedia-Gruppe verbundenen Unternehmen (eine aktuelle Liste aller betreffenden Unternehmen finden Sie unter <http://www.tamedia.ch/de/datenschutzerklaerung/unternehmen>) für Marketingzwecke genutzt werden, um Marktforschung zu betreiben und um die Verlagsobjekte und Angebote der verbundenen Unternehmen laufend zu verbessern. Der Verlag und die verbundenen Unternehmen können dabei mit anderen Unternehmen oder Personen zusammenarbeiten bzw. andere Unternehmen oder Personen mit der Bearbeitung und Speicherung solcher Daten beauftragen und diesen somit den Zugang zu solchen Daten gewähren, soweit zur Erledigung der ihnen übertragenen Aufgaben erforderlich.

14.3 Der Inserent ist jederzeit berechtigt, seine Zustimmung zur nicht die unmittelbare Abwicklung des Werbeauftrags betreffenden Nutzung seiner personenbezogenen Daten beim Verlag zu widerrufen. Der Widerruf ist schriftlich (auch per Email) an folgende Adresse zu senden:

Tamedia AG
Zentraler Werbemarkt
Werdstrasse 21
8004 Zürich
Email: advertising-privacy@tamedia.ch

15. ÄNDERUNGEN DER INSERTIONSBEDINGUNGEN; TARIFÄNDERUNGEN

15.1 Diese Insertionsbedingungen ersetzen alle früheren. Der Verlag ist berechtigt, diese Insertionsbedingungen, den Tarif und die diesbezüglich geltenden Angebots- und Tarifbestimmungen jederzeit zu ändern.

15.2 Geänderte Insertionsbedingungen, Angebots- und Tarifbestimmungen sowie Tarife treten jeweils für alle Inserenten gleichzeitig in Kraft und finden auch auf laufende Werbeaufträge Anwendung. Der Inserent hat jedoch das Recht, bei Tariferhöhungen innerhalb von 2 Wochen seit schriftlicher Bekanntgabe vom Vertrag zurückzutreten. In diesem Fall hat er nur Anrecht auf den Rabatt, den er gemäss Rabattskala bis zum Rücktritt effektiv erreicht hat.

16. ANWENDBARES RECHT UND GERICHTSSTAND

16.1 Diese Insertionsbedingungen unterstehen dem schweizerischen materiellen Recht. Insoweit diese Insertionsbedingungen keine abweichenden Regelungen enthalten, gelten insbesondere die Vorschriften über den Werkvertrag (Art. 363 ff. OR).

16.2 **Als Gerichtsstand gilt der Sitz des Verlags.** Der Verlag ist jedoch berechtigt, den Inserenten beim für ihn zuständigen Gericht zu belangen.

Sämtliche Preise verstehen sich zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer.

Diese Insertionsbedingungen gelten ab 1. Januar 2017.