

MOTOR JOURNAL



Mediendaten 2019

MOTOR JOURNAL ist das offizielle Verbandsorgan des Schweizerischen Auto- und Motorradfahrer-Verbandes (SAM), eines der ältesten Strassenverkehrsverbände der Schweiz.

MOTOR JOURNAL berichtet über das aktuelle Verbands- und Sektionsgeschehen und ist deshalb ein vielgelesenes Forum für die 5500 Mitglieder des SAM.

MOTOR JOURNAL nimmt Stellung zu Verkehrspolitik von Bund und Kantonen und engagiert sich in Fragen der Unfallverhütung und Verkehrssicherheit.

MOTOR JOURNAL orientiert seine Leser über Neuheiten aus der Motorfahrzeug-Branche und der Zubehörindustrie und bringt Reportagen über nationale und internationale Motorsport-Anlässe.

Leserschaftsdaten

Gesamtleserschaft	11 000
Männer	88 %
Frauen	12 %

Altersgruppen

18- bis 34-Jährige	27 %
35- bis 54-Jährige	39 %
über 54-Jährige	34 %

Einkommen

bis 65 000 Franken	63 %
über 65 000 Franken	37 %

Wohnverhältnisse

Hauseigentümer	49 %
Mieter / Pächter	51 %

Fahrzeuge pro Haushalt

1 Auto	52 %
2 Autos	33 %
3 Autos	15 %
Auto und Motorrad	43 %

Drucktechnisches

Datenübernahme	Inserate müssen als PDF/X1a oder PDF/X4 CMYK angeliefert werden, PDF/X4 RGB nur nach Absprache.
Datenübermittlung	E-Mail: inserterate-sam@ztmedien.ch
Druckbedingung (Profil)	PSO Coated v3.icc
Raster	80er
Druckverfahren	Bogenoffset, der Druck erfolgt nach standardisierten PSO-Richtlinien

Verlagsadresse

Verlag / Inserate	MOTOR-JOURNAL-Verlag 4800 Zofingen Telefon 062 745 94 41
Druck	ZT Medien AG 4800 Zofingen Telefon 062 745 93 93
Verlagsleitung	Beat Kaufmann
Verkaufsleitung	Susanne Suter
Auflage	5500 Exemplare
Erscheint	12-mal pro Jahr, Mittwoch
Format	215 × 289 mm

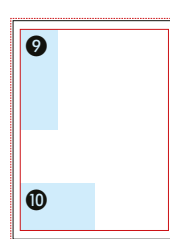
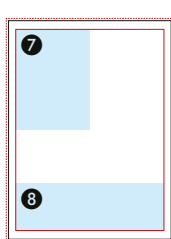
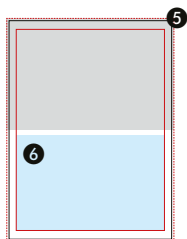
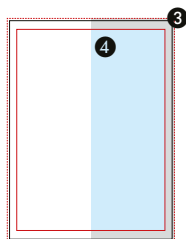
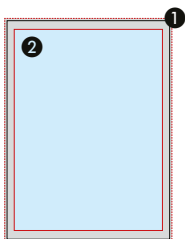
Publireportagen

1/1 Seite	2900 Zeichen inkl. 1–3 Fotos	Fr. 1150.–
1/2 Seite	1450 Zeichen inkl. 1–2 Fotos	Fr. 600.–

Preise für redaktionelle Leistungen auf Anfrage

Sonderthemen 2019

03/2019	Machen Sie Ihr Motorrad fit für den Frühling.
04/2019	Motocross-Kurse.
05/2019	Rund ums Auto.
06/2019	Reisen
07/2019	Kulinarische Highlights für Biker.
08/2019	Tuning – holen Sie das Maximum aus Ihrer Maschine raus.
11/2019	Jahresrangliste



Tarife

Tarif ab 1. Januar 2019

Beilagen / Medienpartnerschaft

Auf Anfrage

Inserate (Bruttopreise exkl. MwSt.)

Format	Breite × Höhe	schwarz-weiss	4-farbig Skala
1 1/1 Seite hoch	*215 × 289 mm	Fr. 1000.–	Fr. 1400.–
2 1/1 Seite hoch Satzspiegel	196 × 266 mm	Fr. 950.–	Fr. 1350.–
3 1/2 Seite hoch	*104 × 289 mm	Fr. 500.–	Fr. 700.–
4 1/2 Seite hoch Satzspiegel	95 × 266 mm	Fr. 475.–	Fr. 675.–
5 1/2 Seite quer	*215 × 142 mm	Fr. 500.–	Fr. 700.–
6 1/2 Seite quer Satzspiegel	196 × 130 mm	Fr. 475.–	Fr. 675.–
7 1/4 Seite hoch Satzspiegel	95 × 130 mm	Fr. 250.–	Fr. 350.–
8 1/4 Seite quer Satzspiegel	196 × 63 mm	Fr. 250.–	Fr. 350.–
9 1/8 Seite hoch Satzspiegel	45 × 130 mm	Fr. 125.–	Fr. 175.–
10 1/8 Seite quer Satzspiegel	95 × 63 mm	Fr. 125.–	Fr. 175.–

*exkl. 3 mm Beschnitt

Rabatte (SAM-Mitglieder erhalten 30 % Rabatt)

Frankenabschlüsse

Fr. 1 000.–	5,0 %
Fr. 2 500.–	7,5 %
Fr. 5 000.–	10,0 %
Fr. 7 500.–	12,5 %
Fr. 10 000.–	15,0 %
Fr. 15 000.–	17,5 %
Fr. 20 000.–	20,0 %

Wiederholungsaufträge

3 × 5,0 %
6 × 10,0 %
12 × 15,0 %

keine Rabattekumulation möglich

Terminplan 2019

Ausgabe Nr.	Redaktionsschluss	Anzeigenschluss	Erscheinungsdatum
Nr. 1	20. Dezember 2018	3. Januar	16. Januar
Nr. 2	20. Januar	6. Februar	20. Februar
Nr. 3	20. Februar	27. Februar	13. März
Nr. 4	20. März	27. März	10. April
Nr. 5	20. April	1. Mai	15. Mai
Nr. 6	20. Mai	29. Mai	12. Juni
Nr. 7	20. Juni	26. Juni	10. Juli
Nr. 8	20. Juli	7. August	21. August
Nr. 9	20. August	4. September	18. September
Nr. 10	20. September	2. Oktober	16. Oktober
Nr. 11	20. Oktober	30. Oktober	13. November
Nr. 12	20. November	27. November	11. Dezember

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 Werbegesellschaften handeln Werbe-, Media- oder PR-Agenturen im Namen und auf Rechnung des Inserenten. Gegenüber Verlagen handeln Werbegesellschaften in eigenem Namen und auf eigene Rechnung.

1.2 Der Insertionsvertrag beinhaltet insbesondere die Disposition (Einzeldispositionen, Wiederholungsaufträge und Mengenabschlüsse) inkl. oder exkl. Kreation im DTP-Verfahren von Inseraten, Werbebeilagen und Beifahrern (nachfolgend Inserate) durch eine Werbegesellschaft

2 Anwendbares Recht

2.1 In soweit diese Bedingungen keine abweichenden Regeln enthalten, gelten für den Insertionsvertrag die Vorschriften über den Werkvertrag (Art. 363 ff. OR).

B. Vertragsabschluss, -abwicklung

3 Insertionsstarife

3.1 Es gelten die jeweils gültigen Preise und Rabatte zuzüglich MwSt.

3.2 Änderungen der Preise, Rabatte und der MwSt. treten auch bei laufenden Dispositionen sofort in Kraft. Der Inserent hat aber das Recht, innerhalb von zwei Wochen seit Bekanntgabe des neuen Preises vom Vertrag zurückzutreten. In diesem Falle hat er nur Anspruch auf den Rabatt, der gemäss Rabattskala der effektiv abgenommenen Menge entspricht.

4 Zusätzliche Kosten

4.1 Ausserordentliche Aufwendungen plus MwSt. werden zusätzlich verrechnet. Als solche gelten DTP-Kosten, Expressgebühren, häufige Auftragsmutationen, nachträgliche Neugruppierungen von Rechnungen, Zwischenstandmeldungen für laufende Dispositionen, Fremdleistungen, aufwendige Media-Planungen, aufwendige Belegstellungen usw.

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 Text werden alle mit der Grösse des ersters erschienenen Inserates verrechnet.

6 Mengenabschlüsse, Mengenrabatte

6.1 Für den Bezug von bestimmten Insertionsvolumen während eines bestimmten Zeitraums (Mengenabschluss) können die Insertionsstarife 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 er-

reicht, wird der zu viel gebogene Rabatt rückbelastet. Dem Inserenten wird dabei eine Toleranz von 3 % auf dem vereinbarten Volumen gewährt. Die nicht zugebogenen Volumen können nicht auf das folgende Abschlussjahr übertragen werden.

7 Wiederholungsaufträge, Wiederholungsrabatte

7.1 Für Inserate, die aus zum voraus festgesetzten Daten unverändert erscheinen (Wiederholungsaufträge), können die Insertionsstarife 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 Mengenabschluss bzw. Wiederholungsauftrag

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 STG-Coopers & Lybrand unter gewissen Voraussetzungen die Berechtigung zusprechen, Konzernabschlüsse zu tätigen.

8.3 Die Laufdauer des Mengenabschlusses bzw. Wiederholungsauftrages beträgt 12 Monate. Beginnt er bis mit dem 15. eines Monats, so dauert er bis Ende Vormonat des folgenden Jahres; beginnt er ab 16. bis 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 Inseratinalte 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 Beifahrer sind für die Verlage erst nach Genehmigung eines Meisters bindend.

10 Chiffreinserate

10.1 Die Werbegesellschaft verpflichtet sich zur Wahrung des Chiffreheimnisses. Vorbehalten bleiben namentlich folgende Fälle: Die Werbegesellschaft kann Strafverfolgungsbehörden oder 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. Die Werbegesellschaft braucht insbesondere Werbesendungen, Vermittlungs- und anonyme Angebote nicht an den Chiffreinserenten weiterzuleiten. Zu diesem Zweck kann sie eingehende Angebote öffnen und überprüfen.

10.2 Für Chiffreinserate wird pro Auftrag eine Gebühr erhoben. Ausserordentliche Aufwendungen werden zusätzlich verrechnet.

10.3 Die Verantwortung für die Rücksendung von Dokumenten obliegt dem Chiffreinserenten.

11 Korrekturabzüge

11.1 Korrekturabzüge werden nur für kommerzielle Inserate geliefert. Die Druckerunterlagen müssen mindestens 3 Tage vor Annahmeschluss eintreffen.

11.2 Für Vollvorlagen wird kein Probeabzug geliefert.

11.3 Inserate werden auch dann publiziert, wenn das «Gut zum Druck» noch aussteht.

12 Druckmaterial

12.1 Ohne ausdrückliche Vereinbarung ist der Verlag bzw. die Werbegesellschaft für herkömmlich oder digital geliefertes Druck- und Datenmaterial (Reinzeichnungen, Filme, Fotos etc.) weder aufbewahrungs- noch rückgabepflichtig.

13 Zahlungskonditionen

13.1 Bei der Disposition von Gelegenheitsinseraten gilt Barzahlung oder eine Zahlungsfrist von 10 Tagen.

13.2 Bei allen übrigen Dispositionen gilt in der Regel eine Zahlungsfrist von 30 Tagen ohne Skontoabzug.

13.3 Auf verfallenen Rechnungen wird ein marktüblicher Verzugszins verrechnet.

13.4 Für Mähdungen werden die Kosten verrechnet.

13.5 Bei Betreibung, Nachlassandienung 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 wird.

C. Haftung der Werbegesellschaft

15 Fehlerhaftes Erscheinen, Nichterscheinen

15.1 Reklamationen wegen fehlerhaftem Erscheinen oder Nichterscheinen sind innerhalb der Zahlungsfrist 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 erlassen oder in Form von Inseratenraum in der betreffenden Publikation kompensiert. Bei telefonisch erteilten Aufträgen, bei fehlerhaften digitalen Übermittlungen von Inseraten auch die Werbegesellschaft oder den Verlag, bei Fehlern infolge von Übersetzungen fremdsprachiger Vorlagen, bei Datenverschiebungen (Ziff. 9.2), bei nicht eingehaltenen Platzierungsvorschriften, bei ungeeigneten Vorlagen, bei signifikanten Passerdifferenzen, bei Abweichungen in der Farbe oder von typographischen Vorschriften sowie bei fehlenden Codebezeichnungen entfallen die genannten Ansprüche.

15.3 Sämtliche weitergehenden Ansprüche als die in Ziff. 15.2 genannten wegen fehlerhaftem Erscheinen, Nichterscheinen 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.

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 Gütheissung sowie das Vorgehen bei einer allfälligen Publikation und die damit zusammenhängenden Modalitäten.

17.2 Falls der Verlag oder die Werbegesellschaft im Zusammenhang mit einem Gegendarstellungsanspruch gerichtlich belangt wird, ist der Inserent nach Treu und Glauben verpflichtet, nach erfolgter Streitverkündung dem Prozess beizutreten.

17.3 Der Inserent verpflichtet sich, sämtliche durch die Ausübung des Gegendarstellungsrechts anfallenden gerichtlichen oder aussergerichtlichen Kosten zu tragen.

E. Weiterverwendung von Inseraten

18 Verwendung von Inseraten von Online-Diensten

18.1 Der Inserent erklärt sein Einverständnis, dass die Werbegesellschaft die Inserate in eigene oder fremde Online-Dienste 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 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 auf Online-Diensten eingespiesenen 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. Gerichtsstand

20 Gerichtsstand

20.1 Gerichtsstand ist das zuständige Gericht am Ort der Geschäftsstelle der Werbegesellschaft, die den Insertionsvertrag geschlossen hat.

Die vorliegenden Geschäftsbedingungen treten am 1.1.2019 in Kraft und ersetzen alle früheren Fassungen.