



NZZ FOLIO

---

## Inhalt

Charakteristik	<a href="#">Seite 3</a>
Mediadaten	<a href="#">Seite 4</a>
Erscheinungsweise	<a href="#">Seite 5</a>
Rubriken	<a href="#">Seite 6</a>
Anzeigenpreise und Sonderplacierungen	<a href="#">Seite 7</a>
Specials	<a href="#">Seite 8</a>
Konditionen und Rabatte	<a href="#">Seite 9</a>
Prospektbeilagen	<a href="#">Seite 10</a>
Anzeigenformate	<a href="#">Seite 11</a>
Technische Daten	<a href="#">Seite 12</a>
Insertionsbestimmungen	<a href="#">Seite 13</a>
Kontakt	<a href="#">Seite 15</a>

---

## Inhalt

### Die Qualität

Monat für Monat ein Thema in seiner Vielfalt, regelmässige Rubriken und Kolumnen, profilierte Autoren aus dem In- und Ausland: Das ist das Konzept, das zum Markenzeichen von «NZZ Folio» geworden ist. Inhaltlich und formal ist unsere Zeitschrift höchster Qualität verpflichtet. Ganz gleich, ob ein Heft ein hartes Sachthema aufgreift und die Argumente liefert, mit denen man in einer Diskussion besteht, oder ob es sich einem verspielteren Thema widmet: Bei «NZZ Folio» findet man die Texte der gewandtesten Stilisten und der besten Experten.

### Das Vergnügen

Qualitätsjournalismus bedeutet beharrliche Recherche, verlässliche Information, faire Wertung – er soll aber auch ein Lesevergnügen sein. Darauf legen wir gerade bei sperrigen Themen Wert. Von der geglückten Verbindung zwischen fachlicher Kompetenz und Leserfreundlichkeit zeugen nicht zuletzt die Journalistenpreise, die die Mitarbeiter von «NZZ Folio» regelmässig erhalten. Und unsere Kolumnisten beweisen, dass Wissenswertes vergnüglich sein kann: Luca Turin mit scharfzüngigen Parfumkritiken, Reto U. Schneider mit verrückten Experimenten, Cus mit seinen legendären Rätseln.

### Die Leser

Wir machen «NZZ Folio» für Leserinnen und Leser, die nicht oberflächliche Provokation und dogmatische Antworten erwarten, sondern vertiefte Reflexion und unerwartete Fragen. Für Leserinnen und Leser also, die es genauer wissen wollen, denen moderne Sachlichkeit wichtiger ist als modische Aufgeregtheit. Mit diesen Grundsätzen haben wir eine grosse, qualifizierte Leserschaft gewonnen – dass Leader «NZZ Folio» häufiger lesen als jede andere Publikation, ist kein Zufall.

---

## Leistungs- und Leserschaftsdaten

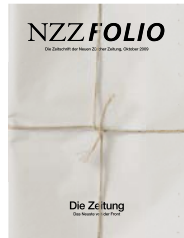
---

### NZZ Folio

<b>Auflage<sup>1</sup></b>	Schweiz	212 605 Exemplare
<b>Leserzahl<sup>1</sup></b>	Deutschschweiz	713 000 Leser
<b>Reichweite</b>	Deutschschweiz	16,6%
<b>Struktur</b>	Männer/Frauen	54%/46%
<b>TLP<sup>2</sup></b>	farbig	Fr. 33.38

<sup>1</sup>Durch Verlag errechnete Angaben aufgrund neuer Distribution.    <sup>2</sup>Tausend-Leser-Preis.

## Daten und Themen



Monat	Thema	Erscheinung	Anzeigenschluss	Druckmaterialschluss Seitenteile	Druckmaterialschluss ganze Seiten
Januar	Der Tod	4. Januar	11. Dezember 2009	14. Dezember 2009	17. Dezember 2009
Februar	Das Ehrenamt	1. Februar	14. Januar	18. Januar	21. Januar
März	Alles öko!	1. März	11. Februar	15. Februar	18. Februar
April	Theater	6. April	18. März	22. März	25. März
Mai	Handy	3. Mai	15. April	19. April	22. April
Juni	Die Ärzte	7. Juni	20. Mai	25. Mai	27. Mai
Juli	Verlierer	5. Juli	17. Juni	21. Juni	24. Juni
August	Patriotismus	2. August	15. Juli	19. Juli	22. Juli
September	Amazonas	6. September	19. August	23. August	26. August
Oktober	Zürich HB	4. Oktober	16. September	20. September	23. September
November	Das Superhirn	1. November	14. Oktober	18. Oktober	21. Oktober
Dezember	Am Tatort	6. Dezember	18. November	22. November	25. November

---

## Rubriken im Überblick

<b>Rubrik</b>	<b>Inhalt</b>
Beim Coiffeur	Interview mit einem Coiffeur irgendwo auf der Welt, von A wie Angola bis Z wie Zypern.
Duftnote	Alles rund um das Parfum und das Riechen, unterhaltsam erzählt von Parfumpapst Luca Turin.
Rätselhaft	Ein Rätsel zum Heftthema vom legendären Rätselerfinder CUS.
Vom Fach	Kurzdialog in «Fachchinesisch» mit Auflösung der exotischen Begriffe.
Binders Vexierbild	Ein Klassiker von Hannes Binder.
Liebhaber	Bekannte Leute berichten über ihre Leidenschaften.
Am Herd	Andreas Heller besucht Köche, die bekannt sind für eine traditionelle Spezialität. Mit Rezept im Internet.
Das Experiment	Skurrile, gewagte, verrückte Experimente aus allen Bereichen der Wissenschaft, zusammengetragen von Reto U. Schneider.
Wer wohnt da?	Eine Psychologin und ein Innenarchitekt ergründen anhand von Fotos, wer in einer Wohnung lebt. Und die Bewohner nehmen dazu Stellung.
Folio Folies	Der Cartoon zum Heftthema vom Hauscartoonisten Gerhard Glück.

---

## Standard-Anzeigen

<b>Fixformate</b>	<b>Preis</b>
2/1 Seite	39 900.-
2/2 Seiten	26 300.-
1/1 Seite	23 800.-
1/2 Seite	13 200.-
1/2 Seite als Textanschluss	15 840.-
1/3 Seite	9 400.-
1/3 Seite als Textanschluss	11 280.-
1/4 Seite	7 200.-
1/4 Seite als Textanschluss	8 640.-

---

## Gatefolder

<b>Placierung</b>	<b>Preis</b>
Klappe und Umschlagseite	97 900.-

---

## Sonderplacierungen

<b>Placierung</b>	<b>Preis</b>
Erste 2/1 Seite Panoramaanzeige (2. Umschlagseite und Seite 3)	51 000.-
Seiten 4 und 5	48 000.-
Erste 1/1 Seite (neben Editorial)	26 700.-
Zweite 1/1 Seite (neben Inhalt/Rubriken)	26 000.-
3. Umschlagseite	26 000.-
4. Umschlagseite	29 500.-

---

## Specials im Überblick

### Produkt

Im «NZZ Folio» vom Dezember  
Audible

SMS-Dienst

Shop

### Inhalt

Das schwierigste Rätsel der Schweiz.  
«NZZ Folio» als Hörbuch  
auf [www.audible.de](http://www.audible.de).  
Infodienst per SMS am Sonntag  
oder Folio-Montag.  
«NZZ Folio»-Produkte  
auf [www.nzzfolio.ch/shop](http://www.nzzfolio.ch/shop).

---

## Konditionen

Nach der Reservation muss der Auftrag innerhalb von 3 Monaten folgen.  
Andernfalls werden Top-Placierungen freigegeben.

---

## Rabatte

### Umsatzrabatte

Betrag	Rabatt	Betrag	Rabatt	Betrag	Rabatt
12 000.-	2%	300 000.-	11%	1 000 000.-	20%
35 000.-	3%	350 000.-	12%	1 500 000.-	21%
70 000.-	4%	400 000.-	13%	2 000 000.-	22%
100 000.-	5%	450 000.-	14%	2 500 000.-	23%
125 000.-	6%	500 000.-	15%	3 000 000.-	24%
150 000.-	7%	600 000.-	16%	4 000 000.-	25%
175 000.-	8%	700 000.-	17%	5 000 000.-	26%
200 000.-	9%	800 000.-	18%		
250 000.-	10%	900 000.-	19%		

---

### Kulturrabatt

Kulturrabatt 30%

---

### BK/JUP

Beraterkommission BK II 15%  
Jahresumsatzprämie 15%

---

## Lose Beilagen

	<b>bis 50 g</b>	<b>50-100 g</b>
Gesamtauflage (230 000 Exemplare)	53 300.-	58 500.-
Splitauflage NZZ (160 000 Exemplare)	37 700.-	41 600.-

---

## Beihefter

Die Placierung von Beiheftern ist nur in der Heftmitte möglich.

	<b>bis 25 g</b>	<b>bis 50 g</b>
Beihefter	51 200.-	53 500.-
Preise für höheres Gewicht	auf Anfrage	auf Anfrage

---

## Aufkleber

	<b>bis 25 g</b>	<b>bis 50 g</b>
Karte	24 000.-	
Booklet	28 200.-	30 300.-

Aufgeklebte Karten und Booklets sind nur in der gesamten Auflage möglich. Preis für eine Anzeigenseite Fr. 23 800.- (brutto).

---

## Diverses

### Bruttoumsätze und Beraterkommission

Alle Bruttoumsätze sind abschlussberechtigt. Beraterkommission: 15%.

### Fremdinserte

Fremdinserte in Booklets, Beilagen oder Beiheftern werden separat verrechnet.

### Reservationstermin

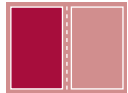
30 Tage vor Erscheinen. Die endgültige Annahme jedes Auftrages ist von der rechtzeitigen Vorlage eines verbindlichen Musters abhängig (Gut zur Ausführung).

### Anlieferung

12 Tage vor Erscheinen an: Zollikofer AG, Warenannahme, Fürstenlandstrasse 122, 9014 St. Gallen. Bitte jeweilige Ausgabe sowie Prospektbeilage (Beilage, Beihefter oder Aufkleber) vermerken.

## Fixformate

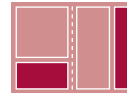
### Standard-Anzeigenformate



#### 1/1 Seite

Satzspiegel: 174×254 mm

Randangeschnitten:<sup>1</sup> 220×297 mm

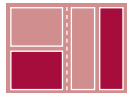


#### 1/3 Seite Hochformat

Satzspiegel: 55×254 mm

#### 1/3 Seite Querformat

Satzspiegel: 174×80 mm



#### 1/2 Seite Hochformat

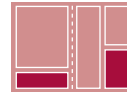
Satzspiegel: 84×254 mm

Randangeschnitten:<sup>1</sup> 107×297 mm

#### 1/2 Seite Querformat

Satzspiegel: 174×123 mm

Randangeschnitten:<sup>1</sup> 220×147 mm



#### 1/4 Seite Hochformat

Satzspiegel: 84×123 mm

#### 1/4 Seite Querformat

Satzspiegel: 174×60 mm

### Panorama-Anzeigenformate



#### 2/1 Seiten

Satzspiegel: 404×254 mm

Randangeschnitten:<sup>1</sup> 440×297 mm



#### 2/2 Seiten

Randangeschnitten:<sup>1</sup> 440×147 mm

## Spezialformate

### Gatefolder



#### Formate

Klappe: 220×297 mm

Umschlagseite: 218×297 mm

<sup>1</sup> Plus 3 mm Randbeschnitt je Seite.

---

## Technische Anforderungen

### Farb-/Graustufenbilder

300 dpi

### Logos/Bitmaps

2400 dpi

### Raster

Umschlag: 80 Linien/cm (200 lpi)

Inhalt: 70 Linien/cm (175 lpi)

### Minimal-/Maximalpunkt

2%/98%

### UCR (Gesamtfarbauftrag)

Umschlag: 320% (Cyan + Magenta + Yellow + Schwarz)

Inhalt: 280% (Cyan + Magenta + Yellow + Schwarz)

### Farbaufbau

Durchgängiger Vierfarbendruck.

Pantonefarben in CMYK umgewandelt.

### Bildaufbau

Umschlag: ISO-Norm «ISOcoated\_V2.icc»

Inhalt: ISO-Norm «ISOcoated\_V2\_300.icc»

### Dateiformat

High-End-PDF

---

## Datenanlieferung

### Datenträger

CD oder DVD

### Per E-Mail

anzeigen@nzzmedia.ch

### Via PrintOnline

Vermerk «NZZ Folio» und Erscheinungstermin

Für Fragen: Telefon 044 258 17 70 oder [www.printonline.ch](http://www.printonline.ch)

## Allgemeine Geschäftsbedingungen betreffend die vertraglichen Beziehungen zwischen Inserenten und NZZ Folio.

### A) ANWENDBARKEIT

#### 1. Geschäftsbeziehungen zu Inserenten

- 1.1. Die Geschäftsbedingungen regeln die vertraglichen Beziehungen (Insertionsvertrag Print und Online) zwischen NZZ Folio (nachfolgend «Verlag») und einem Inserenten. Gegenüber dem Verlag 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 Beihefern (Inserate) durch den Verlag, inkl. oder exkl. Beratung, Kreation von Inseraten im DTP-Verfahren, Erstellung von Mediaplänen oder administrativen Dienstleistungen.
- 1.3. NZZ-Produkte erscheinen in deutscher Sprache. Alle Anzeigentexte veröffentlichen wir indessen ohne anderslautende Vorschrift im Originaltext des Manuskriptes; sie werden also nicht automatisch übersetzt.
- 1.4. Das Absetzen von Rubrikanzeigen erfolgt lediglich in verlagsüblicher Satzausführung.

#### 2. Geschäftsbedingungen der Inserenten

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

#### 3. Veröffentlichungen im Textteil der Print-Produkte

- 3.1. Veröffentlichungen im Textteil können bei Aufgabe von Anzeigen nicht zur Bedingung gemacht werden. Allfällige Publikationen im Textteil, welche Interessen von Inserenten verletzen, berechtigten zu keinerlei Ansprüchen gegenüber unserer Anzeigenverwaltung.

### B) VERTRAGSABWICKLUNG

#### 4. Preise

- 4.1. Bezüglich Publikation gelten die jeweils gültigen Insertionstarife und Rabatte vom Verlag, zuzüglich MWST.
- 4.2. Bezüglich Beratungs-, Kurations-, Planungs- oder administrativer Dienstleistungen des Verlages gelten dessen jeweils gültige Dienstleistungstarife, zuzüglich MWST. Die wichtigsten Positionen sind in der jeweils gültigen offiziellen Tarifdokumentation des Verlages aufgeführt. Alle Tarifpositionen sind auf der Website [www.nzzfolio.ch](http://www.nzzfolio.ch) verfügbar.
- 4.3. 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 nach Bekanntgabe des neuen Preises vom Vertrag zurückzutreten. In diesem Fall hat er nur Anrecht auf den Rabatt, der gemäss Rabattskala der effektiv abgenommenen Menge entspricht.

#### 5. Zusätzliche Kosten

- 5.1. Ausserordentliche Aufwendungen des Verlages, die nicht in dessen Insertions- oder Dienstleistungstarifen enthalten sind, können zusätzlich verrechnet werden, zuzüglich MWST. Als solche gelten beispielsweise aufwendige Bearbeitungen von Volldruckmaterial (siehe dazu auch Punkt 4.2.).  
Übersetzungskosten: Texte werden gegen Verrechnung der Kosten an den Auftraggeber von einem spezialisierten Büro übersetzt. Für allfällige Fehler können wir keine Haftung übernehmen.

#### 6. Grösse der Inserate

- 6.1. Für die Verrechnung massgeblich ist die in der betreffenden Zeitung gemessene Grösse von Trennlinie zu Trennlinie. Bei Vollvorlagen und Rahmeninseraten werden zur Abdruckhöhe 3 mm dazugerechnet.
- 6.2. Mehrmals erscheinende Inserate mit gleicher Vorlage oder gleichem Text werden alle mit der Grösse des erst erschienenen Inserates verrechnet.

#### 7. Mengenabschlüsse, Mengenrabatte

- 7.1. Für den Bezug von bestimmten Insertionsvolumen in mm oder Franken (nachfolgend «Volumen») während eines bestimmten Zeitraums (Mengenabschluss) können die Insertionstarife Mengenrabatte vorsehen.
- 7.2. Wird das vereinbarte Volumen in diesem Zeitraum übertroffen und dadurch eine höhere Rabattstufe erreicht, wird nach Ablauf des Abschlusses rückwirkend der höhere Rabatt vergütet.
- 7.3. 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.

#### 8. Wiederholungsaufträge, Wiederholungsrabatte

- 8.1. Für Inserate, die an zum Voraus festgesetzten Daten unverändert erscheinen (Wiederholungsaufträge), können die Insertionstarife Wiederholungsrabatte vorsehen.
- 8.2. Die Inserate müssen grundsätzlich unverändert erscheinen; einzig bei Vollvorlagen können in der Regel die Sujets gewechselt werden.
- 8.3. 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.

#### 9. Modalitäten Mengenabschlüsse bzw. Wiederholungsaufträge

- 9.1. Für kommerzielle Werbung und Stellenangebote muss je ein separater Mengenabschluss bzw. Wiederholungsauftrag vereinbart werden. Gelegenheitsanzeigen werden nicht in die Rabattvereinbarung einbezogen.
- 9.2. Der Mengenabschluss bzw. Wiederholungsauftrag kann grundsätzlich nur von einem einzelnen Inserenten getätigt werden. Konzernen und Holdinggesellschaften kann jedoch die Treuhänder BDO Visura, Zürich, unter gewissen Voraussetzungen die Berechtigung zusprechen, Konzernabschlüsse zu tätigen.
- 9.3. 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.
- 9.4. Grundsätzlich gilt für die ganze Laufdauer der gleiche Rabattsatz.

#### 10. Verlegerrecht

- 10.1. Der Verlag behält sich vor, Änderungen der Inseratinhalte zu verlangen oder Inserate ohne Angabe von Gründen abzulehnen.
- 10.2. 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.
- 10.3. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung als solche nicht erkennbar sind, müssen mit dem vollen Firmennamen unterzeichnet sein und werden vom Verlag durch die Überschrift «Anzeige» kenntlich gemacht.

10.4. Der Verlag kann grundsätzlich über die Placierung der Inserate bestimmen. Placierungswünsche des Auftraggebers können nur unverbindlich entgegengenommen werden. Für eingehaltene Placierungsvorschriften wird der festgelegte Preis erhoben.

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

## 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 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, Vermittler- oder Beraterkommissionen.

## 14. Vorzeitige Vertragsauflösung

14.1. Stellt ein Insertionsorgan während der Vertragsdauer sein Erscheinen ein, kann der Verlag 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 DES VERLAGES

### 15. Fehlerhaftes Erscheinen, Nichterscheinen

15.1. Reklamationen wegen fehlerhaften Erscheinens oder Nichterscheinens sind innerhalb von 10 Tagen nach Publikation beim Verlag 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 fehlerhafter digitaler Übermittlung von Inseraten, bei Fehlern infolge von Übersetzungen fremdsprachiger Vorlagen, bei Datenverschiebungen (Ziff. 10.2.), bei nicht eingehaltenen Placierungsvorschriften, 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. Bei berechtigten Reklamationen können im Maximum die Kosten für die Insertion vergütet werden. Jede weitere Entschädigung ist ausgeschlossen, anders lautende Bedingungen in der Bestellung sind ungültig.

## 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 dem Verlag verantwortlich zu sein. Er stellt den Verlag sowie dessen Organe und Hilfspersonen von Ansprüchen Dritter frei. Er ist in jedem Fall verpflichtet, sämtliche im Zusammenhang mit Ansprüchen Dritter oder in sonstigen Verfahren anfallenden gerichtlichen oder aussergerichtlichen Kosten zu übernehmen.

### 17. Gegendarstellungsrecht

17.1. 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 allfälligen Publikation und die damit zusammenhängenden Modalitäten. Der Entscheid über die Aufnahme dieser Gegendarstellung durch eine Drittperson obliegt ausschliesslich dem Verleger oder gegebenenfalls dem Gericht. In beiden Fällen verpflichtet sich der Auftraggeber, der die Tatsachenbehauptung veranlasst hat, die durch die Ausübung des Gegendarstellungsrechts anfallenden Kosten zu tragen.

## E) WEITERVERWENDUNG VON INSERATEN

### 18. Verwendung von Inseraten für elektronische Datenbanken

18.1. 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 Personendaten auch in Staaten abrufbar sind, die keine mit der Schweiz vergleichbaren Datenschutzbestimmungen kennen, und somit Vertraulichkeit, Integrität, Authentizität und Verfügbarkeit seiner Personendaten nicht garantiert sind.

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 dem Verlag insbesondere das Recht, mit dem Verlag mit geeigneten Mitteln dagegen vorzugehen.

### 19. Geistiges Eigentum an Inseraten

19.1. Der Inserent anerkennt das geistige Eigentum, insbesondere das Urheberrecht, vom Verlag an allen von ihm selber kreierte Inseraten mit individuellem Charakter (z. B. DTP-Verfahren). 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

### 20. Auf den Insertionsvertrag findet ausschliesslich schweizerisches Recht Anwendung.

### 21. Ausschliesslicher Gerichtsstand ist das zuständige Gericht am Ort der Geschäftsstelle der NZZ, die den Insertionsvertrag geschlossen hat.

Die vorliegenden Geschäftsbedingungen treten am 1. Januar 2009 in Kraft und ersetzen alle früheren Fassungen.

---

## Anzeigen Deutschschweiz

NZZ Folio  
Falkenstrasse 11  
8021 Zürich  
Telefon +41 (0)44 258 12 60  
Fax +41 (0)44 258 12 68  
E-Mail [folioverlag@nzz.ch](mailto:folioverlag@nzz.ch)  
[www.nzzfolio.ch](http://www.nzzfolio.ch)

### **Daniel Strobel**

Leiter Verlag Zeitschriften  
Telefon 044 258 16 91  
Mobile 079 208 37 64  
[d.strobel@nzz.ch](mailto:d.strobel@nzz.ch)

### **Patricia Kaufmann**

Anzeigenverkauf  
Telefon 044 258 12 63  
Mobile 079 625 71 04  
[p.kaufmann@nzz.ch](mailto:p.kaufmann@nzz.ch)

### **Urs Ramsauer**

Anzeigenverkauf  
Telefon 044 258 12 62  
Mobile 079 625 69 46  
[u.ramsauer@nzz.ch](mailto:u.ramsauer@nzz.ch)

### **Milena Andretta**

Marketing Zeitschriften  
Telefon 044 258 12 60  
[m.andretta@nzz.ch](mailto:m.andretta@nzz.ch)

---

## Marketing Werbemarkt/Crossmedia

Neue Zürcher Zeitung AG  
Marketing Werbemarkt  
Falkenstrasse 11  
8021 Zürich  
Telefon +41 (0)44 258 12 88  
Fax +41 (0)44 258 22 88  
E-Mail [nzzwerbung@nzz.ch](mailto:nzzwerbung@nzz.ch)  
[www.nzzwerbung.ch/crossmedia](http://www.nzzwerbung.ch/crossmedia)