



Advertising (Display Bannerwerbung)

- Wideboard
- Rectangle
- Halfpage
- Richi Mobile
- Videowerbefeld
- Newsletter Bannerwerbung

Advertorial (Native-Ad Anzeigen, Publireportage)

- Native-Ad Anzeige
- Infeed Native-Ad Anzeige
- Newsletter Native-Ad Anzeige
- Online Publireportage
- Landingpage (Subsite)
- Promotionen & Wettbewerbe

Online **schweizerbauer.ch** Werbung | Preise + Formate

Advertising (Display Bannerwerbung)

[zurück zum Inhaltsverzeichnis](#)



Wideboard Desktop inkl. Mobile

994 x 250 Pixel / 320 x 160 Pixel

Run of Site ,Preis: TKP/CPM 50.– Fr.

1 Woche 1'000.– Fr. / 20'000 Einblendungen

4 Wochen 3'000.– Fr. / 80'000 Einblendungen
(inkl. 20'000 Freespace)

Sonderangebot für Veranstaltungen

Exklusive Fixplatzierung unter der Rubrik Agenda

1 Woche (Montag bis Freitag) Preis 350.– Fr.



Rectangle Multidevice

300 x 250 Pixel

Run of Site ,Preis: TKP/CPM 40.– Fr.

1 Woche 1'000.– Fr. / 25'000 Einblendungen

4 Wochen 3'000.– Fr. / 100'000 Einblendungen
(inkl. 20'000 Freespace)

Weitere Schaltungen auf Anfrage



NEU Halfpage Multidevice

300 x 600 Pixel

Run of Site ,Preis: TKP/CPM 60.– Fr.

1 Woche 1'200.– Fr. / 20'000 Einblendungen

4 Wochen 3'600.– Fr. / 80'000 Einblendungen
(inkl. 20'000 Freespace)

Weitere Schaltungen auf Anfrage

Betriebsgesellschaft «Schweizer Bauer»

Helvetiastrasse 17 | Postfach | CH-3000 Bern 6 | Telefon (+41) 031 330 95 00

Mail: werbemarkt@schweizerbauer.ch | schweizerbauer.ch

Mediadaten 2026



Online **schweizerbauer.ch** Werbung | Preise + Formate

Advertising (Display Bannerwerbung) Video



Videowerbefeld Desktop + Mobile 630 x 350 Pixel

Ihr Video läuft 7 Tage/24 Std. in Dauerschleife,
keine Mehrfachbelegung möglich.
Dateiformate: JPG, GIF, SWF
(Link muss eingebunden sein).
Videoformat: mpeg4, bis 50 MB optimal,
grössere Dateien können durch uns verkleinert werden.

Auf der Startseite, Preis:
1 Woche 1'650.– Fr.

NEU Wiederholungsrabatt
3 Wochen 5% / 6 Wochen 10% / 10 Wochen 20%
[Weitere Schaltungen auf Anfrage](#)

NEU Richi Mobile Startseite 320 x 480 Pixel

Run of Site, Preis: TKP/CPM 50.– Fr.
1 Woche 1'000.– Fr. / 20'000 Einblendungen
4 Wochen 3'000.– Fr. / 80'000 Einblendungen
(inkl. 20'000 Freespace)

[Weitere Schaltungen auf Anfrage](#)

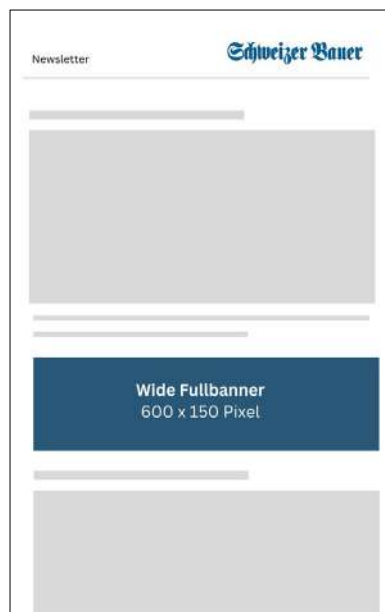
Betriebsgesellschaft «Schweizer Bauer»

Helvetiastrasse 17 | Postfach | CH-3000 Bern 6 | Telefon (+41) 031 330 95 00
Mail: werbemarkt@schweizerbauer.ch | schweizerbauer.ch



Newsletter Werbung Preise + Formate

Advertising (Display Bannerwerbung) oder Advertorial (Native-Ad Anzeigen)



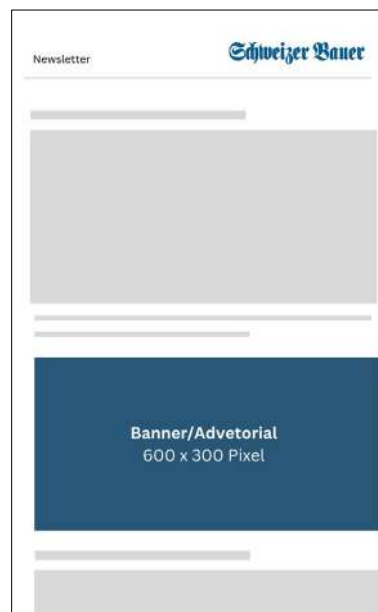
Wide Fullbanner

600 x 150 Pixel, PNG, GIF, JPG

Preis:

1 Woche 350.– Fr. / 5 Erscheinungen
1 Monat 1'200.– Fr. / mind. 20 Erscheinungen

[Längere Laufzeiten auf Anfrage](#)



Banner/Advertising

600 x 300 Pixel, PNG, GIF, JPG

Preis:

1 Woche 800.– Fr. / 5 Erscheinungen
1 Monat 3'000.– Fr. / mind. 20 Erscheinungen

[Längere Laufzeiten auf Anfrage](#)



NEU Advertorial/Native-Ad Anzeige

Bild: 600 x 400 Pixel, PNG, GIF, JPG

Statisch, nicht animiert, Logos sowie grafische Elemente und Text im Bild nicht erlaubt. Bilder können leicht angeschnitten werden.

Titel: Max. 70 Zeichen inkl. Leerzeichen

Text: Min. 100 – max. 250 Zeichen inkl. Leerzeichen

Preis:

1 Woche 900.– Fr. / 5 Erscheinungen
1 Monat 3'400.– Fr. / mind. 20 Erscheinungen

Betriebsgesellschaft «Schweizer Bauer»

Helvetiastrasse 17 | Postfach | CH-3000 Bern 6 | Telefon (+41) 031 330 95 00

Mail: werbemarkt@schweizerbauer.ch | schweizerbauer.ch

Mediadaten 2026



Online Native-Ad Anzeige schweizerbauer.ch Werbung | Preise + Formate

Advertising (Display Bannerwerbung) Video

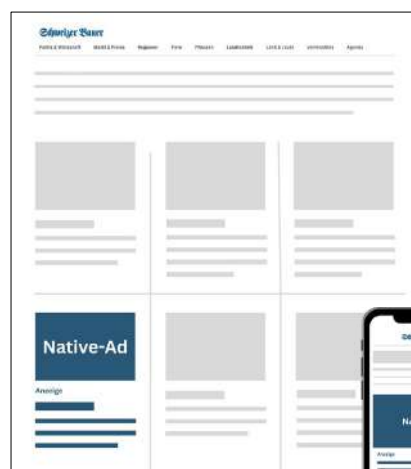


NEU Native-Ad Anzeige

Run of Site und in BTA-Feed, Preis: TKP/CPM 60.– Fr.

1 Woche 1'500.– Fr. / 25'000 Einblendungen
4 Wochen 4'800.– Fr. / 100'000 Einblendungen
 (inkl. 20'000 Freespace)

Weitere Schaltungen auf Anfrage



Native-Ad Anzeige Spezifikation

Bild: 640 x 360 Pixel + 500 x 500 Pixel
 JPG, PNG, GIF max. 250 KB

Statisch, nicht animiert, Logos sowie grafische Elemente und Text im Bild nicht erlaubt. Bilder können leicht angeschnitten werden.

Titel: Max. 25 Zeichen inkl. Leerzeichen
Text: Max. 70 Zeichen inkl. Leerzeichen
Link/CTA: Max. 20 Zeichen inkl. Leerzeichen

NEU Infeed Native-Ad Anzeige

Run of Site zwischen Artikeltext eingebettet, Preis: TKP/CPM 70.– Fr.

1 Woche 1'750.– Fr. / 25'000 Einblendungen
4 Wochen 5'600.– Fr. / 100'000 Einblendungen
 (inkl. 20'000 Freespace)

Weitere Schaltungen auf Anfrage



Native-Ad Anzeige Spezifikation

Bild: 640 x 360 Pixel
 JPG, PNG, GIF max. 200 KB

Statisch, nicht animiert, Logos sowie grafische Elemente und Text im Bild nicht erlaubt. Bilder können leicht angeschnitten werden.

Titel: Max. 25 Zeichen inkl. Leerzeichen
Text: Max. 80 Zeichen inkl. Leerzeichen
Link/CTA: Max. 20 Zeichen inkl. Leerzeichen

Betriebsgesellschaft «Schweizer Bauer»

Helvetiastrasse 17 | Postfach | CH-3000 Bern 6 | Telefon (+41) 031 330 95 00

Mail: werbemarkt@schweizerbauer.ch | schweizerbauer.ch

Mediadaten 2026



Online Artikel Preise + Formate

Advertorial (Online-Publireportage)

NEU Online PR-Artikel (Publireportage)

Bild: 1200 x 740 Pixel max. 5 KB JPG, PNG, GIF
Statisch, nicht animiert, Logos sowie grafische Elemente und Text im Bild nicht erlaubt.
Bilder können leicht angeschnitten werden.

Titel: Max. 50 Zeichen inkl. Leerzeichen
Einleitungstext: Max. 200 Zeichen inkl. Leerzeichen
Artikeltext: Max. 4000 Zeichen inkl. Leerzeichen
Optional Textmodul: 1 Kasten farblich hervorgehoben max. 500 Zeichen inkl. Leerzeichen

Teaser 1 Woche (Montag bis Freitag) auf Startseite
danach unbestimmte Zeit unter der passenden Rubrik (Politik & Wirtschaft, Markt & Preise, Regionen, Tiere, Pflanzen, Landtechnik, Land & Leute, Vermischtes)

Preis: 1'950.- Fr.

NEU Push Meldung Online PR-Artikel in derselben Woche

Der Online PR-Artikel erscheint 1-mal auf dem Schweizer Bauer WhatsApp Kanal (500 Follower) sowie im Newsletter (7'000 Empfänger).

Preis: zzgl. 300.- Fr.



Betriebsgesellschaft «Schweizer Bauer»

Helvetiastrasse 17 | Postfach | CH-3000 Bern 6 | Telefon (+41) 031 330 95 00
Mail: werbemarkt@schweizerbauer.ch | schweizerbauer.ch

Mediadaten 2026



Neu Online Landingpage (Subsite)

Die perfekte Ergänzung zu Ihrem Inserat

Verwandeln Sie Aufmerksamkeit in konkrete Anfragen:

Mit einer individuellen Landingpage führen Sie Ihre Kundinnen und Kunden direkt zu den Informationen, die wirklich relevant sind.

Ob als Ergänzung zu einem Printinserat mittels QR-Code oder als Ziellink für digitale Displaykampagnen, wir erstellen für Sie eine passende, zielgerichtete Landingpage rund um Ihr beworbenes Produkt oder Angebot.

Ihre Vorteile auf einen Blick

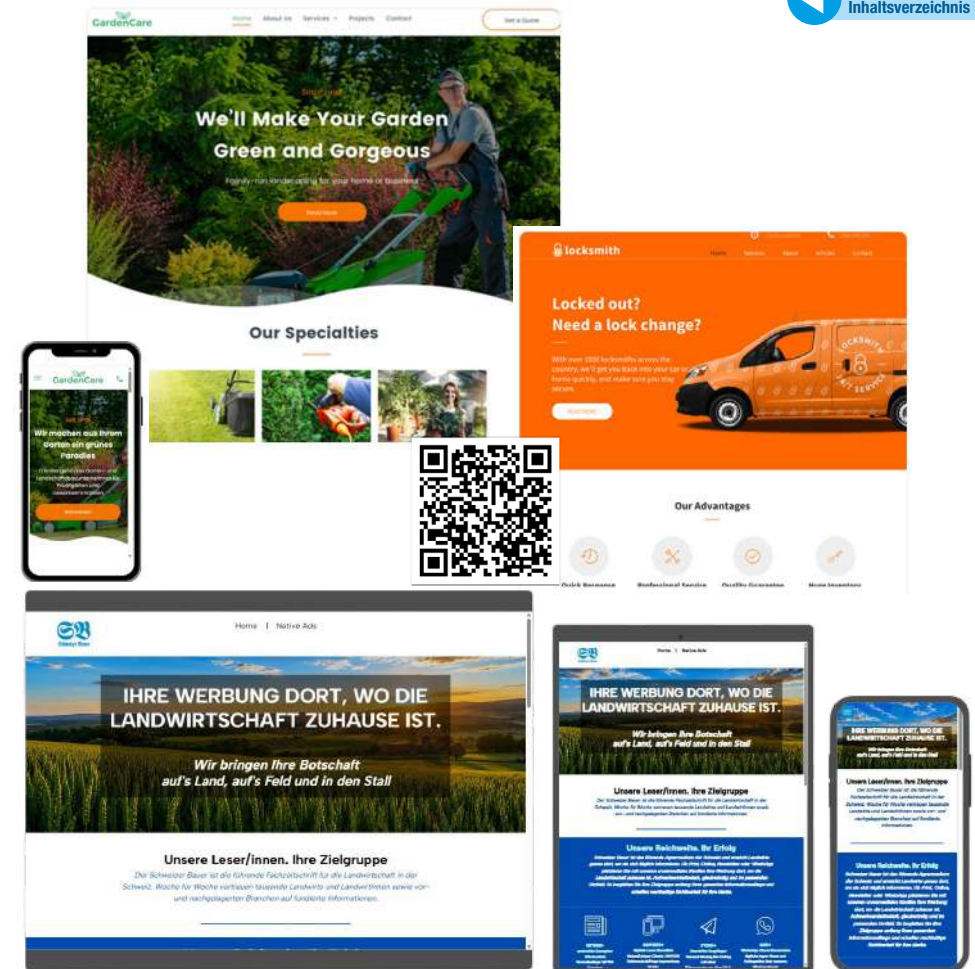
- Gezielte Informationen passend zum Inserat
- Direkte Weiterleitung via QR-Code oder Online-Anzeige
- Mehr Aufmerksamkeit und höhere Conversion
- Professioneller und moderner Markenauftritt
- Ideal für Aktionen, Produkteinführungen oder Kampagnen
- Reporting und Auswertung der Kampagne

So funktioniert's

1. Sie schalten ein Inserat oder eine Displayanzeige
2. Wir erstellen die passende Landingpage dazu
3. Ihre Zielgruppe gelangt per QR-Code oder Klick direkt zu den relevanten Informationen.
So schaffen Sie einen nahtlosen Übergang zwischen Werbung und digitalem Erlebnis, einfach, effektiv und messbar.

Produktion und Publikation für 1 Woche Preis: 1'000.– Fr.

– Längere Publikation pro zusätzliche Woche: 200.– Fr.



Betriebsgesellschaft «Schweizer Bauer»

Helvetiastrasse 17 | Postfach | CH-3000 Bern 6 | Telefon (+41) 031 330 95 00

Mail: werbemarkt@schweizerbauer.ch | schweizerbauer.ch

Sonderwerbeformen

Advertorial (Promotionen & Wettbewerbe)

NEU Promotionen mit Reichweite

Erreichen Sie Ihre Zielgruppe mit kreativen Promotionen und massgeschneiderten Wettbewerben.

Wir entwickeln gemeinsam mit Ihnen crossmediale Kampagnen, die Aufmerksamkeit erzeugen, Ihre Zielgruppe direkt ansprechen, Interaktionen fördern und nachhaltig wirken. Online, offline oder direkt vor Ort an Events und Messen.

Unsere Leistungen

- Massgeschneiderte Promotionen & Wettbewerbe
- Crossmediale Kampagnenlösungen
- Hohe Reichweite und direkte Zielgruppenansprache
- Integration in Print, Online & Social Media
- Präsenz an Messen und Events (z.B. Leserabend)
- Kreative Konzeptentwicklung
- Reporting und Kampagnenauswertung
- Persönliche Betreuung und individuelle Umsetzung

Kreativ. Zielgerichtet. Wirkungsvoll.

Preis auf Anfrage



Betriebsgesellschaft «Schweizer Bauer»

Helvetiastrasse 17 | Postfach | CH-3000 Bern 6 | Telefon (+41) 031 330 95 00

Mail: werbemarkt@schweizerbauer.ch | schweizerbauer.ch

Mediadaten 2026



Allgemeine Geschäftsbedingungen

AGBs

§



1. Begriff und Form des Anzeigenvertrags

Durch den Abschluss eines Anzeigenvertrags verpflichtet sich die Betriebsgesellschaft Schweizer Bauer / (nachfolgend Verlag), in der bezeichneten Publikation eine oder mehrere Anzeigen erscheinen zu lassen, währenddem der Kunde die Anzeigenpreise zu bezahlen hat. Anzeigenverträge werden grundsätzlich schriftlich abgeschlossen, im Fall von Kleininseraten und dgl. kann der Verlag auch mündliche Verträge abschliessen. Der Schriftform gleichgestellt und insoweit formgültig sind E-Mail, Fax und dgl. Neben Betellungen haben auch Änderungen oder Abbestellungen von Anzeigen schriftlich zu erfolgen.

2. Stellenwert der AGB

Massgebend für die Regelung des Vertragsverhältnisses sind in erster Linie die folgenden allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB). Allfällige individuelle, schriftliche Vereinbarungen gehen den vorliegenden AGB vor. Dagegen gehen vorliegende AGB allfälligen anderslautenden AGB des Kunden vor.

Die AGB haben auch für eine ggf. vom Kunden beauftragte Agentur und/oder Vermittlung Geltung, sei es, wenn die Agentur/Vermittlung selbst (und nicht ein Endinserent) Kunde ist oder wenn diese stellvertretend für den Kunden handelt (letzteres selbst dann, wenn nur der Kunde ausdrücklich erwähnt wird).

3. Basis für die Anzeigenpreisgestaltung

Es gelten die Tarife gemäss den aktuellen Media-Daten (Link). Die Anzeigenpreise verstehen sich immer exklusiv des aktuellen Mehrwertsteuersatzes.

Zusätzliche Dienstleistungen wie die Erstellung von Druckunterlagen, Anzeigengestaltung, Textvorlagen, Übersetzungen, Mediaberechnungen und -auswertungen usw., welche über das übliche Mass (z.B. einfache Streupläne, Kostenberechnungen usw.) hinausgehen, werden zu den branchenüblichen Tarifen verrechnet.

Die Berechnung der Anzeigen erfolgt grundsätzlich anhand der publizierten Grösse. Der angebrochene Millimeter wird voll berechnet. Unter «nötiger Höhe» wird nicht die minimale Begrenzung, sondern ein Raum verstanden, welcher dem Sujet angepasst ist. Zur «Abdruckhöhe» werden grundsätzlich jeweils 2 mm zugerechnet. Als Berechnungsgrundlage für die korrekte Durchführung von Online-Werbekampagnen sowie für die Abrechnung derselben gilt die Auswertung des Ad-Management-Tools des Verlags. Der Kunde hat keinen Anspruch auf Statistikinformationen, die über das hinausgehen, was für die Abrechnung notwendig ist.

4. Ablehnung von Anzeigen

Der Verlag hat das Recht, Anzeigen ohne Angabe von Gründen abzulehnen. Daraus kann kein Schadenersatzanspruch abgeleitet werden. Von einem Vertragsschluss umfasst sind einzig die vom Verlag akzeptierten Anzeigen.

5. Mengenabschlüsse und Wiederholungsaufträge

Mengenabschlüsse sind der Bezug von bestimmten Anzeigenvolumen in Grösse (Millimeter oder 1/1 Seite bzw. 1/2 Seite etc.) oder Franken während eines bestimmten Zeitraums. Wiederholungsaufträge sind Aufträge für Anzeigen, die an zum Voraus festgesetzten Daten unverändert erscheinen. Mengenabschlüsse und Wiederholungsaufträge sind grundsätzlich nur für Anzeigen eines einzelnen Kunden zulässig. Für Anzeigen des wirtschaftlich betrachtet gleichen Auftraggebers, die unter verschiedenen Namen oder für Rechnung verschiedener Unternehmen erscheinen (Tochtergesellschaften usw.), sind grundsätzlich getrennte Verträge und Rabattvereinbarungen abzuschliessen. Konzernabschlüsse bleiben vorbehalten und werden besonders vereinbart, der Verlag berücksichtigt dabei branchenübliche Standards. Die Laufdauer der Mengenabschlüsse und Wiederholungsaufträge beginnt mangels anderer Vereinbarung spätestens mit dem Datum der ersten Insertion. Sie beträgt grundsätzlich 12 Monate, im Fall einer Erstinserion bis zum 15. Tag eines Monats wird dieser mitgezählt.

6. Rabatte

Für jeden Mengenabschluss hat der Kunde Anrecht auf den tariflichen Abschlussrabatt (vgl. dazu die Angaben in den Media-Daten). Wiederholungsrabatt wird auf Aufträgen erteilt, welche die den Rabattbestimmungen entsprechende Anzahl Anzeigen (innerhalb von 12 Monaten) enthalten. Die Grösse darf nicht verändert werden, Texte oder Sujets nur dann, wenn es sich um Volldruckmaterial handelt. Rabattvereinbarungen mit Kunden mit Jahresumsatzprämie enden immer mit dem Kalenderjahr.

Der Rabatt, der sich aus der bei Vertragsabschluss festgelegten Abschlusshöhe ergibt, kann auf Wunsch des Kunden auch während der Vertragsdauer durch Festlegung einer neuen Abschlusshöhe angepasst werden. Bei Bruttoabschlüssen werden Rabatt oder Jahresumsatzprämie nach Ablauf der Rabattvereinbarung gutgeschrieben.

Übersteigt das Volumen der aufgegebenen Anzeigen innert Jahresfrist die vorgesehene Abschlusshöhe, wird der Rabatt auf dem Gesamtvolumen berechnet und dem Kunden im Rahmen der Rabattbestimmungen

ein rückwirkender Rabatt gewährt. Erreicht die abgenommene Menge am Ende der Laufdauer die vorgesehene Abschlusshöhe nicht, erhält der Kunde im Rahmen der Rabattbestimmungen eine Rabattnachbelastung. Bei Kündigung des Kunden zufolge geänderter Tarife (vgl. Ziff. 15) hat dieser Anspruch auf den Rabatt, der gemäss Rabattbestimmungen der effektiv abgenommenen Menge entspricht.

7. Obliegenheiten des Kunden

Geliefertes Material für gedruckte Anzeigen sowie Online-Vorlagen müssen den technischen Normen des Verlags entsprechen (vgl. auch Media-Daten). Die Übermittlung erfolgt auf Gefahr des Kunden.

Für die Anzeigenschlüsse gelten die Angaben in den Media-Daten bzw. den jeweiligen Ausgaben.

Der Kunde räumt dem Verlag die Nutzungsrechte am Inhalt der Anzeigen ein (insb. am geistigen Eigentum des Kunden und dgl.), soweit dies zur Vertragserfüllung notwendig ist. Der Kunde erlaubt dem Verlag weiter, soweit zur Vertragserfüllung notwendig die Werbemittel (einschliesslich aller kreativen Inhalte) zu nutzen, zu hosten, zu cachen, zu routen, zu speichern, zu vervielfältigen, zu verändern, anzuzeigen, zu übermitteln, zu vertreiben und dgl. Er erklärt sich insbesondere damit einverstanden, dass der Verlag die Anzeigen auf eigene und fremde Online-Dienste einspeisen oder sonstwie veröffentlichen und zu diesem Zweck bearbeiten kann.

Der Verlag kann für die vereinbarten bzw. gebuchten Anzeigen die geschuldete Zahlung vollständig in Rechnung stellen, wenn die Anzeige aus Umständen, die der Kunde zu vertreten hat, nicht oder nicht ordnungsgemäss geschaltet werden kann (u.a. bei nicht rechtzeitiger, mangelhafter oder falscher Kennzeichnung oder nachträglicher Abänderung). Allfällig entstandene Zusatzkosten können dem Kunden ebenfalls in Rechnung gestellt werden.

8. Erfüllung: Allgemeines, Gestaltung

Erfüllungsort für beide Vertragsparteien ist Bern.

Der Verlag ist befugt, zur Vertragserfüllung Hilfspersonen, Unterakkordanten und dgl. beizuziehen.

Anzeigen müssen von den Lesern 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, der Kunde erklärt sein Einverständnis dazu.

Der Kunde ist damit einverstanden, dass die Anzeigen, die vom Verlag abgedruckt, auf Online-Dienste eingespielen oder sonstwie veröffent-

licht werden, für Dritte nicht frei verfügbar sind. Der Kunde überträgt dem Verlag das Recht (nicht aber die Pflicht), jede irgendwie geartete Verwertung und Bearbeitung dieser Anzeigen durch nicht berechnete Dritte mit den geeigneten Mitteln zu untersagen. Auf Verlangen kann ein Beleg kostenlos geliefert werden (normalerweise ganze Seite). Zusätzliche Belege werden in Rechnung gestellt.

Offerten auf Chiffreinsätze werden nur weitergeleitet, wenn sie direkt auf den Inhalt des betreffenden Inserates Bezug nehmen. Einsendungen zu Empfehlungs- und Werbezwecken, anonyme Offerten und Massentofferten sind von der Weiterleitung ausgeschlossen.

Zur Feststellung solcher Offerten behält sich der Verlag das stichprobenweise Öffnen der Briefe bzw. der E-Mails vor. Werden Dokumente in Originalfassung sowie Fotografien den Interessenten nicht zurückgegeben, könnte bei Anhebung eines Verwaltungs- oder Justizverfahrens der Verlag behördlicherseits dazu angehalten werden, die Identität des Chiffre-Inserenten preiszugeben. Für die Rücksendung von Dokumenten kann der Verlag keine Verantwortung übernehmen. Bei Offertensendungen, die das Format C5 überschreiten, muss für die Weiterleitung die entsprechende Postgebühr beigelegt werden.

Druckmaterial ohne Spezifikation wird als Einwegmaterial betrachtet. Dieses darf nach Ablauf einer Frist von 3 Monaten seit dem letzten Erscheinungsdatum vernichtet werden. Eine Ausnahme gilt einzig für Druckmaterial mit permanentem Charakter, dieses ist vom Kunden auf dem Auftrag an den Verlag ausdrücklich als «permanent» zu kennzeichnen. Die Rücksendung von rückgabepflichtigem Druckmaterial erfolgt innerhalb von 3 Monaten nach Beendigung des Auftrages. Bei Papierkopien kann die Rückerstattung wegen der Möglichkeit von Beschädigung während des Druckvorganges nicht gewährleistet werden.

9. Insbesondere Verschiebungen, Platzierungswünsche und -vorschriften

Der Verlag kann sich aus technischen Gründen vorbehalten, für bestimmte Daten vorgesehene, aber dem Inhalt nach nicht termingebundene Anzeigen um eine Ausgabe vor- oder zurückzuverschieben. Erscheint eine nicht termingebundene Anzeige in einer anderen Ausgabe, kann deswegen weder die Zahlung verweigert noch können Gewährleistungs- oder Schadenersatzansprüche gestellt werden.

Platzierungswünsche des Kunden werden nur unverbindlich entgegen genommen. Für Anzeigen mit festen Platzierungsvorschriften wird, sofern diese vom Verlag schriftlich akzeptiert werden, ein Platzierungszuschlag erhoben (vgl. Media-Daten). Konkurrenzausschluss ist nicht möglich. Erscheint die Anzeige aus technischen Gründen an einer an-



Allgemeine Geschäftsbedingungen

AGBs

§



deren Stelle als vorgeschrieben oder gewünscht, kann deswegen weder die Zahlung verweigert noch können Gewährleistungs- oder Schadenersatzansprüche gestellt werden. Ein Platzierungszuschlag wird in diesem Fall aber nicht mehr erhoben.

Umbuchungen sind nach Vertragsabschluss bis spätestens zum Anzeigenschluss möglich (vgl. Media-Daten). Ein Umbuchungsantrag ist vor Ablauf der genannten Fristen schriftlich an den Verlag zu richten (Datum Eingang beim Verlag). Auch bei fristige-rechten Umbuchungen sind sämtliche dadurch dem Verlag entstandenen Mehrkosten geschuldet.

10. Beachtung der Normen und Rechte Dritter

Vorbehältlich allfälliger anderslautender, zwingender Rechtsnormen trägt der Kunde die alleinige Verantwortung, dass eine Anzeige die anwendbaren Rechtsnormen, Rechte Dritter und allfällige einschlägige Verbandsregeln der Branche einhält. Der Kunde allein trägt die Verantwortung im Fall einer Verletzung von Normen und Rechten Dritter.

Macht ein Dritter Forderungen gegen den Verlag geltend aufgrund des Inhalts der Anzeige, namentlich aus (angeblicher) Verletzung des Wettbewerbs-, Immaterialgüter- Persönlichkeits- oder Datenschutzrechts, verpflichtet sich der Kunde, den Verlag von sämtlichen Verpflichtungen freizustellen. Die Freistellung umfasst namentlich die Übernahme allfälliger Garantieleistungen, Schadenersatzkosten und dgl. sowie sämtliche Kosten und Aufwendungen im Zusammenhang mit einer aussergerichtlichen oder gerichtlichen Auseinandersetzung (Verfahrens- und Parteikosten). Der Kunde tritt nach Wunsch des Verlags entweder dem Prozess bei oder führt diesen anstelle des Verlags (Art. 79 der schweizerischen Zivilprozessordnung [ZPO]). Schadenersatzansprüche des Verlags sowie dessen Rücktritts- bzw. Kündigungsrecht (vgl. Ziff. 14) bleiben vorbehalten.

11. Datenschutz

Der Verlag verpflichtet sich zur Einhaltung der datenschutzrechtlichen Bestimmungen, kann aber die Vertraulichkeit, Integrität, Authentizität und Verfügbarkeit von Personendaten nicht umfassend garantieren. Der Kunde nimmt zur Kenntnis, dass Personendaten auch in Staaten abrufbar sind, die keine der Schweiz vergleichbaren Datenschutzbestimmungen kennen.

Soweit dem Verlag personenbezogene Daten des Kunden oder dessen Mitarbeitenden oder Beauftragten zur Verfügung gestellt oder zugänglich gemacht werden, darf er diese zum Zweck der Vertragserfüllung sammeln und bearbeiten und im ihm sinn-voll erscheinenden Umfang auch Dritten (z.B. Unterakkordanten) zugänglich machen. Der Kunde gewährleistet, soweit nötig die Zustimmung Betroffener zur Datenbearbeitung im vorgenannten Sinn eingeholt zu haben und die dem Verlag zur Verfügung gestellten Daten rechtmässig i.S. der anwendbaren Datenschutz-

gesetzgebung erhoben bzw. erhalten zu haben (d.h. gegebenenfalls auch derjenigen der Europäischen Union [DSGVO] (vgl. auch Ziff. 10).

Im Fall von Online-Anzeigen gestattet der Kunde, sofern er nicht schriftlich Widerspruch einlegt, die Verwendung von automatisierten Softwareprogrammen, um Webseiten des Kunden zur Evaluierung der Qualität des Werbemittels und zum Zweck der Auslieferung von Werbemitteln aufzurufen und zu analysieren. Sollte der Kunde, z.B. durch Verwendung spezieller Techniken wie dem Einsatz von Cookies oder Zählpixeln, Daten aus der Schaltung von Online-Werbung gewinnen oder sammeln, sichert er zu, dass er bei Erhebung, Verarbeitung und Nutzung von personenbezogenen Daten die einschlägige Datenschutzgesetzgebung (soweit anwendbar auch diejenige der Europäischen Datenschutzverordnung [DSGVO]) einhalten wird.

12. Zahlungsbedingungen

Rechnungen des Verlags sind innert 30 Tagen netto ab Rechnungsdatum zu bezahlen. Der Verlag ist befugt, Vorschussleistungen zu verlangen. Ein von einer Agentur, Vermittlung oder dgl. tretender Kunde kann sich nur durch Zahlung an den Verlag selbst von seiner Zahlungspflicht ihm gegenüber befreien. Wenn eine Agentur bzw. Vermittlung Kunde ist, hat der Verlag überdies das Recht, im Verzugsfall bei unbenutzter Nachfrist (s. dazu Abs. 3 hiernach) sich direkt an den Endinserenten zu wenden und ihn auf Zahlungsausstände der Agentur/Vermittlung hinzuweisen. Die Agentur/Vermittlung kann keinerlei Gewährleistungs-, Schadenersatz- oder sonstige Ansprüche gegen den Verlag geltend machen, wenn Endinserenten direkt mit dem Verlag Anzeigenverträge abschliessen. Alle Anzeigenpreise verstehen sich netto, d.h. ohne Abzug eines Skontos. Im Fall der Vertragsauflösung zufolge Zahlungsverzugs erlöschen sämtliche Rabattberechtigungen oder andere Vorzugsbedingungen, insbesondere Provisionszahlungen, auf allen nicht bezahlten Rechnungen. Allfällige geleistete Provisions- oder andere Bonus-Zahlungen können zurückgefordert werden. Für diese Rabatte wird eine Nachfakturierung vorgenommen.

Werden die Rechnungen nicht innert 30 Tagen netto bezahlt, kann ein Verzugszins von mindestens 5 Prozent berechnet werden, vorbehalten bleiben weitere Schadenersatzansprüche (vgl. Art. 104 des schweizerischen Obligationenrechts [OR]). Eine Mahnung ist nicht erforderlich. Für die weiteren Verzugsfolgen gelten die Art. 107 ff. OR. Sind bei Verzugs-eintritt noch weitere Anzeigeschaltungen Gegenstand des Vertragsverhältnisses, hat der Verlag zudem, wenn auch nach einmaliger Nachfrist keine Bezahlung erfolgt, das Recht zur fristlosen Kündigung einzelner oder aller Anzeigenvertragsbeziehungen mit dem Kunden (vgl. Ziff. 14). Der Verlag ist bei Verzug zudem berechtigt, allfällige laufende Schaltungen von weiteren gebuchten Anzeigen zu unterlassen. Sämtliche für die

Eintreibung ausstehender Zahlungen erforderlichen Massnahmen, insbesondere auch die Kosten des Beizugs Dritter, gehen zu Lasten des säumigen Kunden.

13. Fehlerhaftes/ausbleibendes Erscheinen

Der Verlag bemüht sich um eine dem jeweils üblichen technischen Standard entsprechende bestmögliche Publikation der Anzeigen. Dem Kunden ist bekannt, dass es nach dem Stand der Technik nicht möglich ist, jederzeit die Verfügbarkeit der Systeme und eine fehlerfreie Publikation zu erbringen. Der Verlag gewährleistet keine Verfügbarkeit und keine Fehler-, Mängel- oder Störungsfreiheit. Im Fall von Online-Anzeigen kann zudem keine bestimmte Anzahl von Einblendungen (Impressions), Veröffentlichungen, Conversions oder Klicks auf ein Werbemittel garantiert werden. Ausser bei Grobfahrlässigkeit oder Absicht sind jegliche Gewährleistung und Haftung des Verlags wegbedungen. Die Haftungsbegrenzung auf Grobfahrlässigkeit und Vorsatz gilt auch beim Beizug von Hilfspersonen bzw. Unterakkordanten.

Es bestehen keinerlei Gewährleistungs- und Haftungsansprüche im Fall von gedruckten Anzeigen oder Online-Vorlagen, die bzw. deren Material nicht den technischen Normen des jeweiligen Mediums entsprechen. Dasselbe gilt bei Fehlern in der Übermittlung der Werbeaufträge. Bei Buntfarben für gedruckte Anzeigen bleibt eine angemessene Toleranz (nach IFRA-Norm) der Farbnuance vorbehalten. Für Übersetzungsfehler aus fremdsprachigen Vorlagen kann keine Haftung übernommen werden. Mängelrügen müssen innerhalb von 10 Tagen nach Publikation der Anzeige geltend gemacht werden. Nach Ablauf dieser Frist gilt die Leistung des Verlags als genehmigt.

Für fehlerhaftes Erscheinen, das den Sinn oder die Wirkung einer Anzeige wesentlich beeinträchtigt, oder bei unterbliebener Publikation wird Ersatz in Form von Anzeigenraum bis zur Grösse der fehlerhaften bzw. unterbliebenen Anzeige geleistet. Macht eine Publikation keinen Sinn mehr (z.B. bei Werbung für einen einzigen, inzwischen vergangenen Anlass), kann der Kunde alternativ die Rückerstattung der durch ihn für diese betreffende Anzeige bereits geleisteten Vergütung fordern.

Weitergehende Schadenersatzansprüche sind soweit gesetzlich zulässig ausgeschlossen (vgl. auch Ziff. 4 und 9).

Die Mängelrüge bzw. die Bestreitung eines oder mehrerer Posten der Rechnung entbindet den Kunden nicht von der Pflicht, die Rechnungsbeträge in den in Ziff. 12 spezifizierten Fristen zu begleichen.

14. Vorzeitige Vertragsauflösung

Sollte das Print- oder Online-Medium sein Erscheinen während der Vertragsdauer einstellen, oder liegen wichtige Gründe vor, die eine

Vertragserfüllung unzumutbar machen (beispielhaft: höhere Gewalt; wichtige technische Gründe, für deren Auftreten nicht der Verlag verantwortlich ist; Nichteinhaltung der rechtlichen Vorschriften wesentlicher Vertragspflichten oder der Nichteinräumung erforderlicher Nutzungsrechte durch den Kunden [Ziff. 7 Abs. 3]), kann der Verlag ohne Gewährleistungs- bzw. Ersatzverpflichtung oder sonstige Schadenersatzfolge vom Vertrag zurücktreten bzw. diesen fristlos aufkündigen. Schadenersatzansprüche des Verlags gegen den Kunden, soweit diesem der Auflösungsgrund zuzuordnen ist, bleiben vorbehalten. Der Kunde ist jedoch nicht von der Pflicht entbunden, die bereits erschienenen Anzeigen zu bezahlen. Im Fall vorzeitiger Vertragsauflösung durch den Verlag, soweit der Auflösungsgrund nicht dem Kunden zuzuordnen ist, bleiben die Rabattberechtigungen aufgrund der ursprünglich festgelegten Abschlusshöhe bestehen. Ist der Auflösungsgrund dem Kunden zuzuordnen, entfallen Rabattberechtigungen oder andere Vorzugsleistungen auf allen im Zeitpunkt der Auflösung noch nicht bezahlten Rechnungen (vgl. auch Ziff. 12).

15. Änderungen der AGB, salvatorische Klausel, Weiteres

Der Verlag ist berechtigt, diese AGB, die Tarife sowie allfällige weitere allgemeine Regelungen jederzeit zu ändern. Die geänderten Regelungen werden vorbehältlich anderslautender konkreter Bestimmung auch auf laufende Verträge angewendet. Der Kunde hat jedoch das Recht, innerhalb von 10 Tagen seit schriftlicher Bekanntgabe der neuen Bedingungen vom Vertrag zurückzutreten. In diesem Fall hat er nur Anrecht auf den Rabatt, der gemäss bisherigen Rabattbestimmungen dem effektiv abgenommenen Quantum entspricht.

Sollten einzelne oder mehrere Bestimmungen dieser AGB unwirksam sein oder werden, so wird hiervon die Wirksamkeit aller sonstigen Bestimmungen oder Vereinbarungen nicht berührt. Anstelle der unwirksamen Bestimmung soll vielmehr eine Regelung gelten, die in rechtlich zulässiger Weise dem Sinn und Zweck der unwirksamen Bestimmung möglichst nahe kommt.

Der Kunde verzichtet auf das Recht zur Verrechnung mit allfälligen Gegenforderungen.

16. Gerichtsstand, anwendbares Recht

Gerichtsstand ist für beide Teile ausschliesslich Bern. Es gilt Schweizer Recht, insbesondere die Vorschriften des Schweizerischen Obligationenrechts (OR). Weiterverweisungsnormen sowie das UN-Kaufrechtsübereinkommen werden ausgeschlossen.

17. Inkrafttreten

Diese AGB treten per 1.9.2017 in Kraft.

Betriebsgesellschaft «Schweizer Bauer»

Helvetiastrasse 17 | Postfach | CH-3000 Bern 6 | Telefon (+41) 031 330 95 00

Mail: werbemarkt@schweizerbauer.ch | schweizerbauer.ch

Mediadaten 2026

