

MEDIADATEN 2026

Print und Digital

Schweizer Bauer



Allgemein

Erscheinungsdaten

Printwerbung

Onlinewerbung

AGB

Inhaltsverzeichnis

Allgemein

Der «Schweizer Bauer», die unabhängige Fachzeitung	3
Informationen zur Schweizer Landwirtschaft	4
Nutzerzahlen Print & Online «Schweizer Bauer»	6
Erscheinungen Grossauflage und Messedossier	7
Specials	8
Allgemeine Angaben Anzeigenschluss Kontakte	9
Kundenvorteile	10

Print

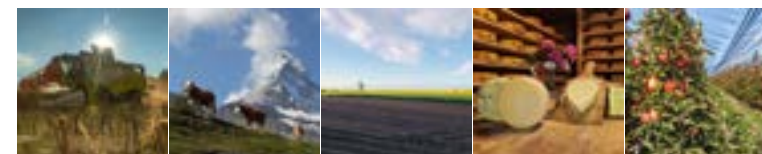


Preise mm und Farbe Preise News & Trends	11
Technische Angaben Masse	12
Fixe Anzeigenformate mit Preisvorteil	13
Fixe Reklameformate im Innenteil mit Preisvorteil	14
Prospektbeilagen und Spezialfelder	15

Online



Übersicht	16
Formate Preise	17
Newsletter	18
AGB	19



Der «Schweizer Bauer» die unabhängige Fachzeitung

1896 wurden die 1846 gegründeten «Bernischen Blätter für Landwirtschaft» in «Schweizer Bauer» umgetauft. Bis im Herbst 1991 erschien der «Schweizer Bauer» dreimal wöchentlich und war eine Zeitung für die bäuerliche Landbevölkerung.

Im Oktober 1991 wurde das Blatt in eine von Verbänden und Organisationen unabhängige Fachzeitung umgestaltet. Seither erscheint sie zweimal pro Woche.

Bereits 1996 läutete der «Schweizer Bauer» das Internet-Zeitalter ein. schweizerbauer.ch ist heute das meistbesuchte landwirtschaftliche Online-Portal der Schweiz.

Trotz jährlichem Rückgang der Landwirtschaftsbetriebe um rund 2 Prozent kann der «Schweizer Bauer» seine Verbreitung mit einer beglaubigten Auflage von 26'754 Exemplaren (WEMF / KS beglaubigt 2024/2025; NetMetrix zertifiziert) halten.

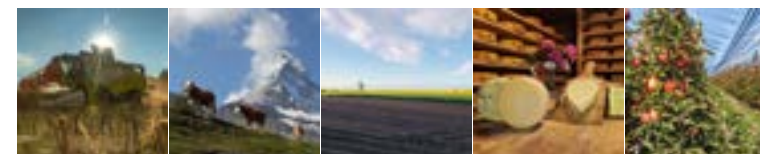
Der «Schweizer Bauer» berichtet zweimal pro Woche (mittwochs und samstags) topaktuell über alle Gebiete der Landwirtschaft. Die Vorteile seiner Berichterstattung sind seine Unabhängigkeit – die Zeitung ist keinem Verband und keiner Organisation oder Partei verpflichtet – sowie die fachliche Kompetenz und Aktualität. Die neusten Entwicklungen, Trends, Fakten und Meinungen in Politik und Produktion werden auf-

gegriffen und durch die verantwortlichen Fachredaktorinnen und -redaktoren aufgearbeitet und in Print und Online modern und nutzergerecht dargestellt.

Auf den Seiten «**Agrarpolitik**», «**Forum**», «**Feld & Stall**», «**Wetter & Beratung**», «**Haus & Familie**», «**Menschen**», «**Leben & Geniessen**», «**Unser Land**» und in der umfangreichen «**Agenda**» finden die Leserinnen und Leser alles Wichtige aus Agrarpolitik, Produktion, Vermarktung, Betriebsführung und Landleben. Auf den Seiten «**Regionen**» wird schweizweit über regionale Anlässe ausführlich berichtet. Auf mehreren Seiten «**Markt**» finden die Leserinnen und Leser die übersichtlich dargestellten Marktpreise für Tiere, Futter-

mittel, Obst, Gemüse und Schlachtvieh – sowohl am Mittwoch als auch am Samstag jeweils topaktuell. Auf der Seite «**Landtechnik**» berichten Fachredaktorinnen und -redaktoren ausführlich über Neuerungen auf dem Gebiet der Landtechnik, machen eigene Traktoren-Tests, vergleichen Maschinen und berichten über News und Trends. Dank der Unabhängigkeit der Redaktion findet der «Schweizer Bauer» eine hohe Akzeptanz und genießt eine hohe Glaubwürdigkeit. Das ist das Kapital einer unabhängigen Fachzeitung.

Der «Schweizer Bauer» ist die aktuelle und bedürfnisgerechte Fachzeitung für die unternehmerischen Landwirtinnen und -wirte, die unabhängige Informationen für Ihre Betriebsentwicklung suchen.



Die Schweizer Landwirtschaft in Zahlen

alle Zahlen für 2024 / Quelle: Bundesamt für Statistik

Total Landwirtschaftsbetriebe	47'075
davon konventionell wirtschaftend	39'186
davon Bio	7'889
Nutzung der Flächen (in 1000 ha)	
Landwirtschaftliche Nutzfläche (LN) ohne Alpweiden	1'041
davon Getreide	136
davon Kartoffeln und Rüben	28
davon Ölsaaten (u.a. Raps)	35
davon übrige offene Ackerfläche	76
davon Kunstwiesen	123
davon Naturwiesen und Weiden	602
davon Dauerkulturen	24
davon übrige lw. Nutzfläche	16

Betriebe pro Kanton	
Schweiz	47'075
Zürich	2'982
Bern / Berne	9'586
Luzern	4'273
Uri	512
Schwyz	1'452
Obwalden	593
Nidwalden	391
Glarus	332
Zug	537
Fribourg / Freiburg	2'553
Solothurn	1'261
Basel-Stadt	13
Basel-Landschaft	869
Schaffhausen	488
Appenzell Ausserrhodon	645
Appenzell Innerrhodon	412
St. Gallen	3'664
Graubünden / Grigioni / Grischun	2'097
Aargau	2'890
Thurgau	2'393
Ticino	1'021
Vaud	3'482
Valais / Wallis	2'496
Neuchâtel	766
Genève	394
Jura	973

Beschäftigte Betriebsleiterinnen
7.7 % aller Schweizer Landwirtschaftsbetriebe werden von Frauen geleitet.
Familienangehörige
73.7 % aller Beschäftigten in der Schweizer Landwirtschaft sind Familienangehörige.
37 % der Beschäftigten in der Schweizer Landwirtschaft sind Frauen.

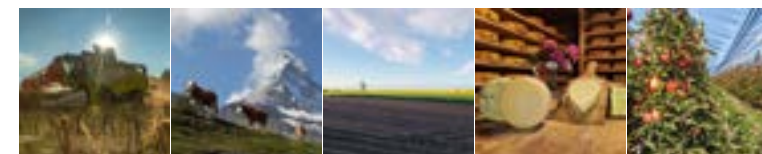
Beschäftigte in der Landwirtschaft	
Derzeit arbeiten 147'876 Beschäftigte in der Landwirtschaft.	
davon Schweizer	128'692
Ausländer	19'184
Vorgelagerte Sektoren (Landmaschinenhändler, Düngerberatung o.ä.)	26'773
Nachgelagerte Sektoren (Metzgereien, Käsereien o.ä.)	168'931

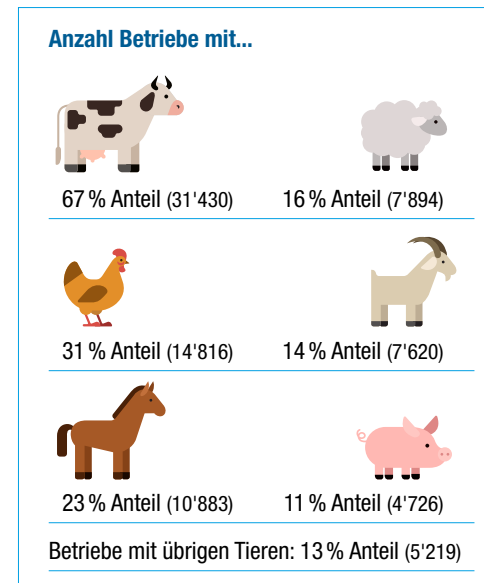
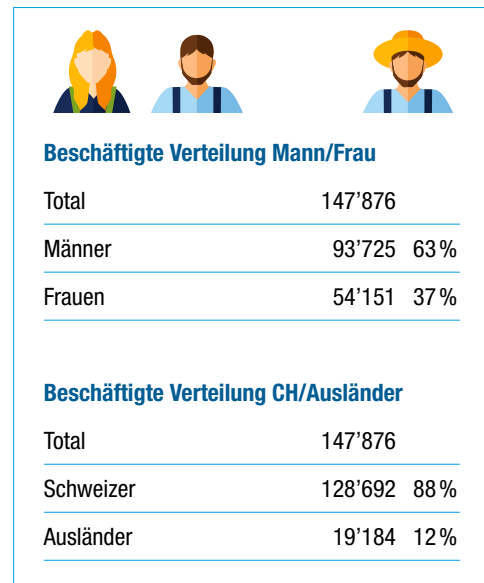
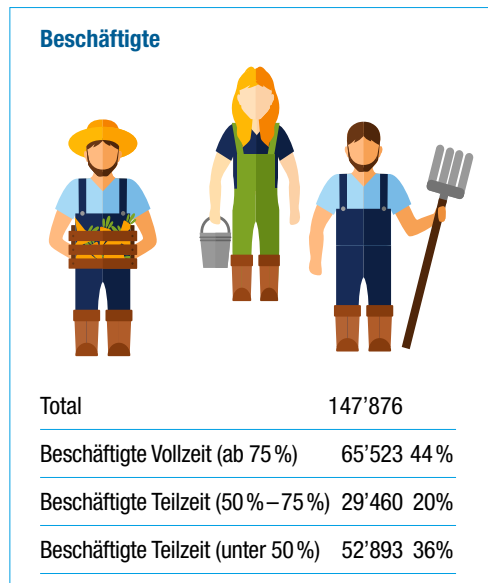
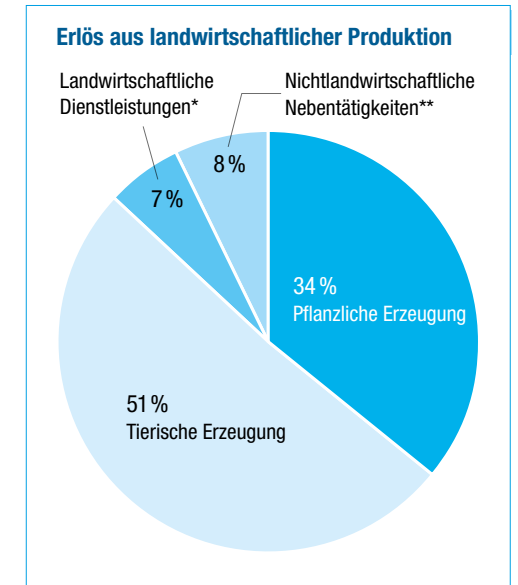
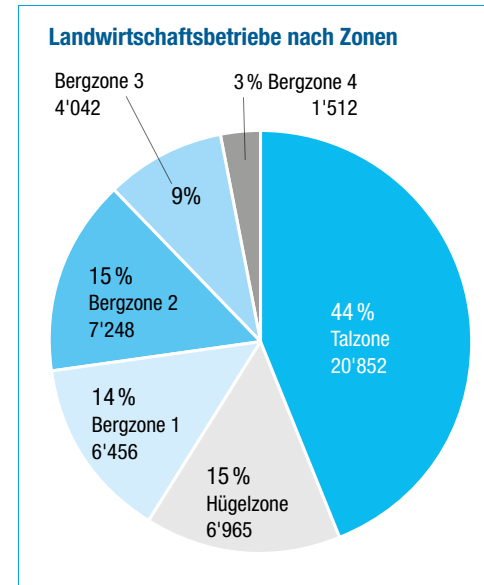
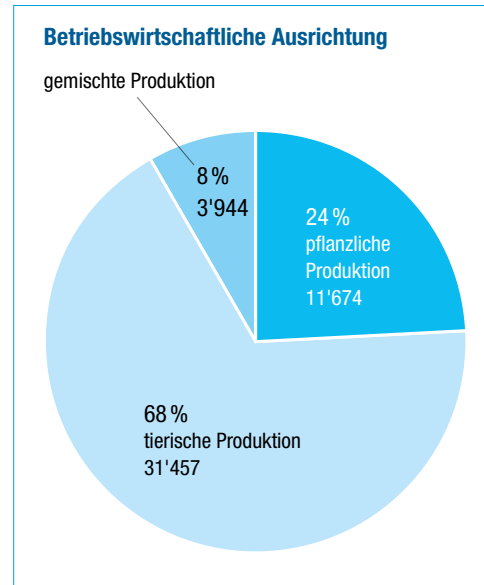
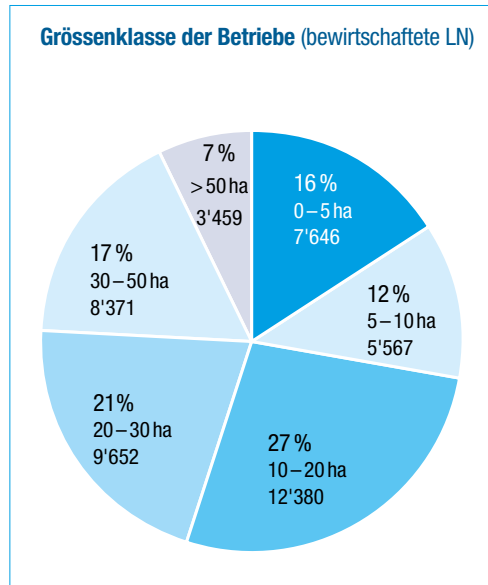
Betriebsgesellschaft «Schweizer Bauer»

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

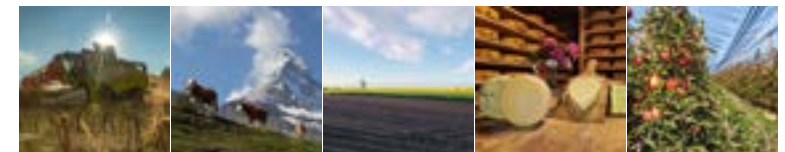
Mail: werbemarkt@schweizerbauer.ch | schweizerbauer.ch

Mediadaten 2026





* Lohnunternehmerei, Reinigung Geflügelstall u.a.
 ** Pensionspferde, Schneeräumung mit Traktor im Auftrag der Gemeinde, Schlafen im Stroh u.a.



Nutzerzahlen

Print

WEMF/KS-beglaubigt 2024;
NetMetrix zertifiziert

Schweizer Bauer Grossauflage*: 45'149 Ex.
(erscheint 1x pro Monat)

*Daten siehe Seite 7

Total verbreitete Auflage: 26'754 Ex.
Total verkaufte Auflage: 25'920 Ex.

Online

Nutzerzahlen 2025 Google Analytics
Durchschnittliche Monatswerte 2025:

- Nutzer/Unique Clients: 340'000
- Besuche/Visits: 950'000
- Seitenaufrufe/Page Impressions: 1.5 Mio.

85 % aller Zugriffe auf
www.schweizerbauer.ch erfolgen heute
bereits über mobile Geräte (Smartphone, Tablet,
Portable Notebook), 17 % der Zugriffe über
einen PC/Mac.

Fazit

Wer den «Schweizer Bauer» als Printprodukt und/oder E-Paper liest und sich auf schweizerbauer.ch online auf dem Laufenden hält, ist topaktuell, umfassend und unabhängig über die schweizerische Landwirtschaft und Agrarszene informiert und hat auch die Entwicklungen im Ausland stets im Blickfeld.

Wer im «Schweizer Bauer» und auf schweizerbauer.ch Anzeigen schaltet, findet für seine Angebote einen hohen Beachtungsgrad bei innovativen und zukunftsorientierten Bäuerinnen und Bauern.

Chefredaktor:
Daniel Salzmann
daniel.salzmann@schweizerbauer.ch

Top informiert

Mit der verbreiteten Auflage von 26'754 Exemplaren WEMF/KS-beglaubigt 2024; NetMetrix zertifiziert und einer Druckauflage von 27'500 Exemplaren erreicht der «Schweizer Bauer» die interessierten und dynamischen Schweizer Bäuerinnen und Bauern – über das Swiss-Agro-Combi mit Terre & Nature übrigens auch in der Westschweiz. Das Kombi «BauernWoche» (Mittwoch- und Samstag-Ausgabe der gleichen Kalenderwoche) bringt einen konzentrierten Werbeauftritt im «Schweizer Bauer» zu einem attraktiven Preis.

Die Grossauflage (45'149 Exemplare, WEMF/KS-beglaubigt 2024; NetMetrix zertifiziert) erreicht in diesem Jahr zwölf Mal an Deutschschweizer Bäuerinnen und Bauern und die vor- und nachgelagerten Branchen.

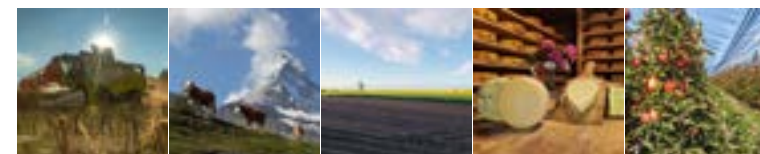


Betriebsgesellschaft «Schweizer Bauer»

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

Mail: werbemarkt@schweizerbauer.ch | schweizerbauer.ch

Mediadaten 2026



Erscheinungen Grossauflage, 3. Bund und Messedossier



Erscheinungen Grossauflage*

Datum

17.01.2026

14.02.2026

21.02.2026**

14.03.2026

18.04.2026

16.05.2026

06.06.2026

18.07.2026

15.08.2026

12.09.2026

03.10.2026

21.11.2026

19.12.2026

* Anzeigeschluss 2 Tage vor Publikation um 17 Uhr

** Normalauflage

Messe/Veranstaltungen

20. – 23.02.2026 Tier & Technik, St.Gallen

26.02. – 01.03.2026 AgriMesse, Thun

24.04. – 03.05.2026 BEA Pferd, Bern

24.04. – 03.05.2026 Luga, Luzern

10.06. – 12.06.2026 Feldtage

13.06. – 20.06.2026 OGA Langnau

24.06. – 26.06.2026 ÖGA

21.08. – 23.08.2026 Eidg. Scheller- und Trychlerreffen, Schüpfen

08. – 18.10.2026 Olma, St.Gallen

10.11. – 13.11.2026 Euro Tier, Hannover

26.11. – 30.11.2026 Agrama

Sonderseiten

ohne redaktionelles Umfeld

Gülletechnik, Forsttechnik, Treuhand/Versicherungen

Gülletechnik

Bergmechanisierung

Sätechnik, Futterbau/Silieren, Fütterungstechnik

Mais-Sätechnik, Fütterungstechnik

Geflügel-, Milchvieh-, Schweinehaltung, Gülletechnik

Bewässerung, Futterbau

Stallbau

Gülletechnik, Bodenbearbeitung

Forsttechnik

Gülletechnik, Treuhand/Versicherungen

Transport

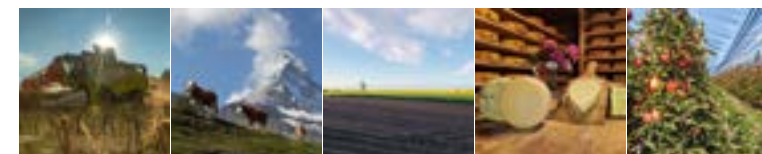
Themen 3. Bund**

Tier & Technik

Schulklassen-Wettbewerb

Agrama

** Anzeigeschluss 4 Arbeitstage vor Publikation um 17 Uhr



Specials



Die Agro Specials bieten Ihnen ganz gezielte und spezielle Werbeaufträge. Mit einem Inserat bewerben Sie Ihr Zielpublikum direkt, und dies mit einer in der Schweiz einmalig hohen Auflage.

Traktor des Jahres 2026 mit lukrativem Wettbewerb

Der »Schweizer Bauer« das Magazin »Traktor des Jahres« heraus. Ziel ist es, den Lesern einen umfassenden Querschnitt aus dem aktuellen Angebot an Traktoren, Zweiachsmähern, Transportern, Hof- und Teleskopladern in der Schweiz aufzuzeigen, damit sie das Angebot studieren und vergleichen können.

«Traktor des Jahres» mit einer Auflage von über 50'000 Exemplaren wird von den organisierenden Medien versendet, so dass sich die Leserschaft noch vor der Agrama gründlich informieren kann. Zudem wird es auch an Ausstellungen und Messen während der Wettbewerbsdauer aufgelegt und verteilt. Da das Heft einen guten Überblick über Traktoren gibt, wird es auch von Landwirtschaftlichen Berufsschulen gerne eingesetzt.

Nutzen Sie diese Plattform, um ihr Angebot in einem unabhängigen Umfeld darstellen zu können. Denn erfolgreiche Werbung verdient erfolgreiche Medien!



Erscheint am
21. November 2026

Tarife auf Anfrage

Beständeschauen (Kanton BE + Berner Jura)

Jeden Herbst finden im Kanton Bern in vielen Dörfern die Beständeschauen für Milchrinder statt. Diese Anlässe sind vielerorts eine Mischung aus Leistungsschau und Volksfest und darum beim Publikum sehr beliebt.

In enger Zusammenarbeit mit dem Bernischen Fleckviehzucht-Verband produziert der SCHWEIZER BAUER jedes Jahr ein Heft im Tabloid-Format (halbes Zeitungsformat, wie z.B. Migros-Magazin) das alle Tiere von allen Schauplätzen verzeichnet. Zusätzlich werden noch die Spitztiere nach linearer Beschreibung aufgelistet.

Das Heft erscheint in der ersten Hälfte Dezember und wird den Abonnenten des SCHWEIZER BAUER im Kanton Bern zugestellt und auf Wunsch auch weiteren interessierten Kreisen. Es begleitet die Berner Viehzüchter das ganze Jahr, bis es wieder Zeit ist, die Kühe für die nächste Beständeschau herauszuputzen.

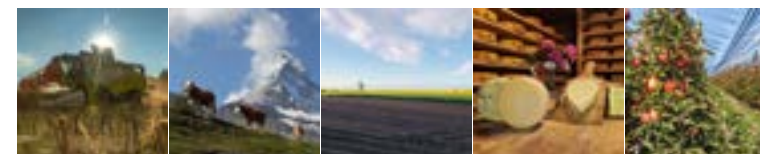


Erscheint am
05. Dezember 2026

Tarife auf Anfrage

Betriebsgesellschaft «Schweizer Bauer»

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



Allgemeine Angaben & Anzeigenschluss

Erscheinungsweise

Mittwoch + Samstag

Anzeigenschluss

2 Tage vor der Erscheinung, 17 Uhr

Reklamen

Mittwoch und Samstag

3 Tage vor Erscheinen (auf Anfrage)

Doppelnummern

Nur eine Ausgabe, kein Bauernwochen-Rabatt

Keine Ausgabe

Samstag, 03. Januar 2026

Samstag, 04. April 2026

Samstag, 01. August 2026

Samstag, 26. Dezember 2026

Berechnung

Anzahl Spalten (Breite) x Höhe in mm
(+ 2 mm Weissraum) x Tarif

Normalauflage (NA)

1 x Mittwoch oder Samstag, 26'754 Ex.
WEMF/KS-beglaubigt; NetMetrix zertifiziert,
Druckauflage 27'000 Ex.

Grossauflage (GA)

1 x Samstag, 45'149 Ex.
WEMF/KS-beglaubigt; NetMetrix zertifiziert,
Druckauflage 46'500 Ex.

Bauernwoche*

Mittwoch und Samstag
Normalauflage und/oder Grossauflage

* Attraktives Kombi-Angebot mit 25% Rabatt bei gleichzeitiger Belegung der Mittwoch- und Samstag-Ausgabe der gleichen Kalenderwoche, ausgenommen Spezial- und Reklamefelder. Anzeigenschluss Bauernwoche: Montag, 17.00 Uhr.

Spezielle Platzierungen: Preise, Formate, Verfügbarkeit auf Anfrage

Kontakte



Simon Langenegger

Geschäftsführer

(+41) 031 330 95 10

simon.langenegger@schweizerbauer.ch



Irene Heynen

Leiterin Werbemarkt

(+41) 031 330 95 00

irene.heynen@schweizerbauer.ch



Nicole Obrist

Verkaufsberatung Werbemarkt
Print- und Onlineanzeigen

(+41) 079 964 50 66

nicole.obrist@schweizerbauer.ch

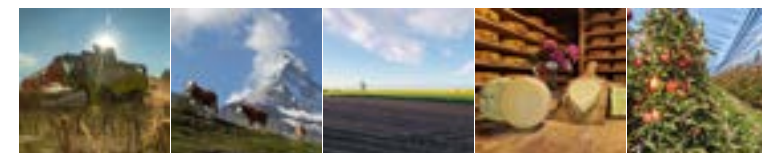


Alexandra Fuhrer

Werbemarkt

(+41) 031 330 95 01

alexandra.fuhrer@schweizerbauer.ch



Kundenvorteile

Frankenabschlüsse (gültig bei Anzeigen + Prospektbeilagen*)

Fr.	3'000.–	2,5%	Fr.	26'000.–	15,0%
Fr.	6'500.–	5,0%	Fr.	35'000.–	17,5%
Fr.	10'000.–	7,5%	Fr.	40'000.–	20,0%
Fr.	13'000.–	10,0%	Fr.	50'000.–	22,5%
Fr.	20'000.–	12,5%	Fr.	65'000.–	25,0%

Der Frankenabschlussrabatt ist nicht mit dem Wiederholungsrabatt kumulierbar.

Wiederholungsrabatte (gültig bei Anzeigen)

Nur bei gleichzeitiger Bestellung (ohne Datenerweiterung und ohne Grössenwechsel).
Sujet-/Textwechsel bei Vollvorlagen möglich.

3 x 5% | 6 x 10% | 12 x 15% | 25 x 20% | 50 x 25%

Der Wiederholungsrabatt ist nicht mit dem Frankenabschlussrabatt kumulierbar.

Wenn Sie in der gleichen Kalenderwoche am Mittwoch und Samstag inserieren,
erhalten Sie den «BauernWoche»-Rabatt von 25%.

* Bei Prospektbeilagen ist der Rabatt nur auf dem Werbewert gültig.

«Event-Power-Pack»

Ausschliesslich für Ausstellungen, Einweihungen, Auktionen, Jubiläumsfeste, Vorführungen usw.
Ab zwei aufeinanderfolgenden Erscheinungen erhalten Sie 25% Rabatt (Farbe rabattberechtigt),
nicht mit Wiederholungsrabatt kumulierbar.

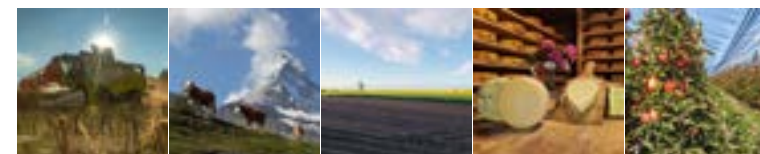
Zuschläge (nicht rabattberechtigt):

Sonderplatzierungen, Satelliten	+ 20% vom Bruttopreis
Konkurrenzausschluss (Beilagen)	+ 20% vom Werbewert

Beraterkommission:

Alle anerkannten Werbe- und Mediaagenturen im In- und Ausland erhalten 5%
auf kommerzielle Anzeigen.

2. Vermittler: 2,5%



Preise mm und Farbe

Millimeterpreis schwarz/weiss

	Anzeigen	Reklamen
Normalauflage (NA)	Fr. 1.97 / mm	Fr. 5.37 / mm
Grossauflage (GA)	Fr. 2.35 / mm	Fr. 6.09 / mm
Rubrikinserate (bis 100 mm)	Fr. 1.97 / mm (Fließsatz)	

Berechnung: Anzahl Spalten (Breite) x Höhe in mm (+ 2 mm Weissraum) x Tarif

Farbzuschläge (rabattberechtigt)

	4-farbig	Skala oder Farbton
Normalauflage (NA)	Fr. 360.–	Fr 120.– pro Farbe
Grossauflage (GA)	Fr. 525.–	Fr 175.– pro Farbe
Rubrikinserate (bis 100 mm Fließsatz)	Fr 85.– 4-farbig (nicht rabattberechtigt)	

Alle Preise verstehen sich zzgl. 8.1 % Mehrwertsteuer.

Diverse Gebühren

Chiffre-Gebühr	Fr. 40.– pro Auftrag
Gestaltungsaufwand Print- und Online-Inserate	Fr. 140.– pro Stunde
Gut zum Druck	Fr. 45.–

Preise für Publireportagen, Sonderdrucke, Memo-Stick, Panoramaseiten, XXL-Beilagen sowie Spezialplatzierungen auf Anfrage.

Beraterkommission

Alle anerkannten Werbe- und Mediaagenturen im In- und Ausland erhalten 5% auf kommerzielle Anzeigen.

2. Vermittler: 2,5%

Preise News & Trends

Product Publicity, Produktmeldungen, Firmenmitteilungen

(ohne Preisangaben und Aktionen, 4-farbig)

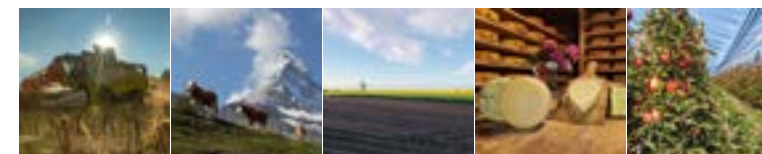
Für Inserenten	ca. 86 x 165 mm	Normalauflage	Grossauflage
	Text ca. 1800 Anschläge (plus Bild und Logo)	Fr. 1'150.–*	Fr. 1'300.–*
ab Jahresumsatz		Fr. 3'000.–	1 x gratis
		Fr. 12'000.–	3 x gratis
		Fr. 25'000.–	6 x gratis

Nicht-Inserenten	ca. 86 x 165 mm	Normalauflage	Grossauflage
	Text max. 1800 Anschläge (plus Bild und Logo)	Fr. 1'150.–*	Fr. 1'300.–*

* nicht rabattberechtigt

Gratis PR für Inserenten	ca. 86 x 165 mm Text max. 1800 Anschläge (plus Bild und Logo)
--------------------------	--

Im Umgang mit bezahlter Werbefläche in den Print- und Online-Medien gilt das Prinzip der Transparenz gegenüber dem Publikum. Für den Medienkonsumenten muss immer klar erkennbar sein, ob die Inhalte redaktionellen Ursprungs oder kommerziell als Werbefläche platziert worden sind und von Dritten bezahlt sind. Werbemittel müssen klar und erkennbar gekennzeichnet werden. Jede Form von Sponsoring muss deklariert werden.



Technische Angaben/Masse

zurück zum
Inhaltsverzeichnis

Satzspiegel/Seiteninhalt/Spaltenzahl und Masse

Satzspiegel 292 x 440 mm

Seiteninhalt 4400 mm

Spaltenzahl
und Masse

Annoncen/Inserate

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Sp.
27	56	86	115	144	174	204	232	-	292	mm

9-spaltige Inserate werden 10-spaltig verrechnet.
Für Inserate über 380 mm wird die ganze Seitenhöhe
von 440 mm verrechnet. Mindestgrösse: 30 mm

Reklamen: 6 Spalten à 45 mm

1	2	3	4	5	6	Sp.
45	94	144	192	241	292	mm

Druckunterlagen InDesign, Photoshop, Illustrator, MS Office, CD, USB-Stick

Druckunterlagen Vorlagen aus den oben aufgeführten Programmen (Mac + PC) und/oder per Datenträger (CD / USB-Stick) können für den Druck aufbereitet werden.

Hinweis: Logos und Bilder können aus Word nur bedingt in guter Druckqualität übernommen werden.

Digitale Daten PDF
EPS oder PS (Schriften müssen eingebunden sein)

Verwendbare Dateiformate JPG, GIF, SWF (Link muss eingebettet sein).
Animierte Banner müssen als GIF angeliefert werden.

Druckauflösung 300 dpi

Profil ISOnewspaper26v4.icc

Druckverfahren Zeitungsoffsetdruck

Raster 44er

Papier Zeitungspapier SK7, 40-45 g/m2

Farbskala Europaskala

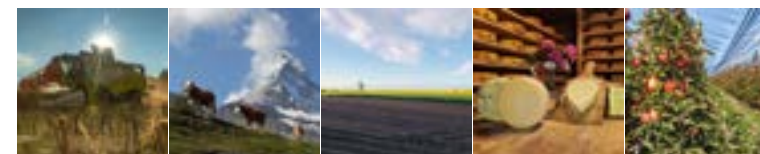
Übermittlung per E-Mail werbemarkt@schweizerbauer.ch

Betriebsgesellschaft «Schweizer Bauer»

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

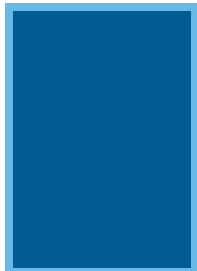
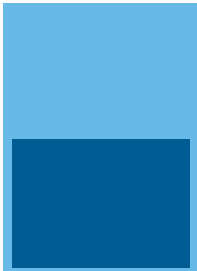
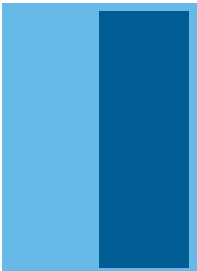
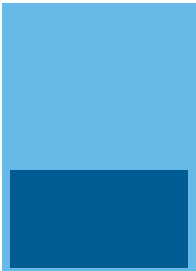
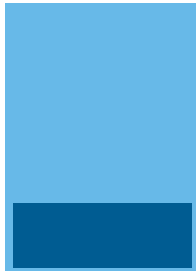
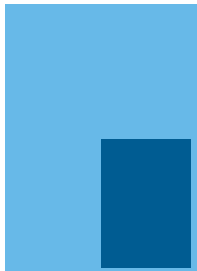
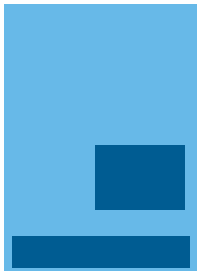
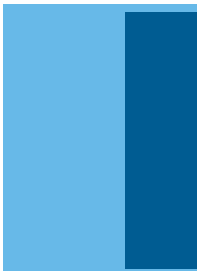
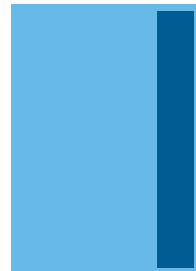

Mail: werbemarkt@schweizerbauer.ch | schweizerbauer.ch

Mediadaten 2026



Fixe Anzeigenformate 4-farbig mit Preisvorteil

[zurück zum Inhaltsverzeichnis](#)

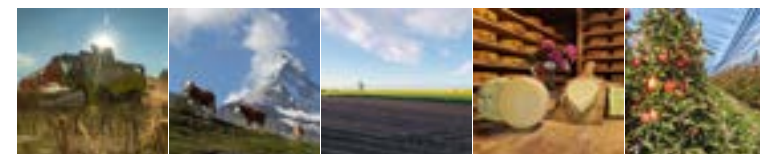
<p>Anzeigenformate Masse (Breite x Höhe) Preis Normalauflage Preis Grossauflage</p>		<p>1/1-Seite 292 x 440 mm Fr. 7'773.– Fr. 9'461.–</p>		<p>1/2-Seite quer 292 x 220 mm Fr. 4'078.– Fr. 4'997.–</p>		<p>1/2-Seite hoch 144 x 440 mm Fr. 4'078.– Fr. 4'997.–</p>		<p>1/3-Seite quer 292 x 150 mm Fr. 3'154.– Fr. 3'881.–</p>		<p>1/4-Seite quer 292 x 110 mm Fr. 2'230.– Fr. 2'765.–</p>
<p>Anzeigenformate Masse (Breite x Höhe) Preis Normalauflage Preis Grossauflage</p>		<p>1/4-Seite hoch 144 x 220 mm Fr. 2'230.– Fr. 2'765.–</p>		<p>1/8-Seite 292 x 55 mm oder 144 x 110 mm Fr. 1'306.– Fr. 1'649.–</p>		<p>Monolith 4-spaltig 115 x 440 mm Fr. 3'273.– Fr. 4'024.–</p>		<p>Monolith 2-spaltig 56 x 440 mm Fr. 1'824.– Fr. 2'273.–</p>		<p>Panorama bundübergreifend 611,5 x 440 mm Fr. 15'222.– Fr. 18'500.–</p>

Betriebsgesellschaft «Schweizer Bauer»

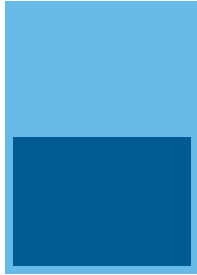
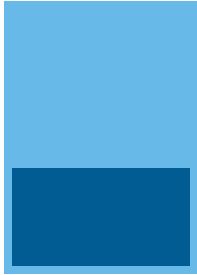
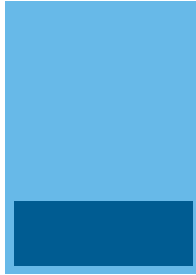
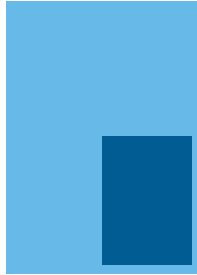
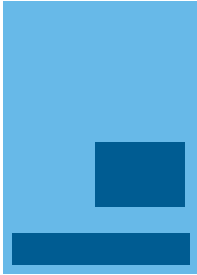
Helvetiastrasse 17 | Postfach | CH-3000 Bern 6 | Telefon (+41) 031 330 95 00

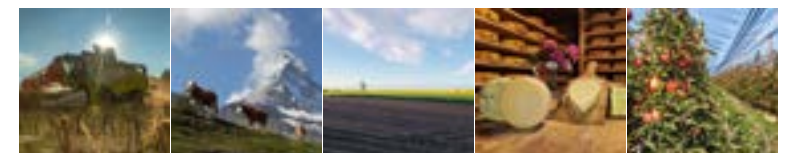
Mail: werbemarkt@schweizerbauer.ch | schweizerbauer.ch

Mediadaten 2026



Fixe Reklamenformate (Textanschluss) 4-farbig im Innenteil mit Preisvorteil

Anzeigenformate Masse (Breite x Höhe) Preis Normalauflage Preis Grossauflage	1/2-Seite quer 292 x 220 mm Fr. 6'771.- Fr. 7'795.-	1/3-Seite quer 292 x 150 mm Fr. 5'186.- Fr. 5'991.-	1/4-Seite quer 292 x 110 mm Fr. 3'602.- Fr.4'189.-	1/4-Seite hoch 144 x 220 mm Fr. 3'602.- Fr. 4'189.-	1/8-Seite 292 x 55 mm oder 144 x 110 mm Fr. 2'018.- Fr. 2'387.-
					



Prospektbeilagen und Spezialfelder

zurück zum
Inhaltsverzeichnis

Prospektbeilagen

		Normalauflage 27'500 Ex.	Grossauflage 46'500 Ex.
1–25 g	Werbewert (brutto)	6'474.–	8'516.–
	Einsteckkosten (netto)	1'150.–	1'800.–
	Totalkosten	7'624.–	10'316.–
26–50 g	Werbewert (brutto)	10'032.–	12'435.–
	Einsteckkosten (netto)	1'150.–	1'800.–
	Totalkosten	11'182.–	14'235.–
51–75 g	Werbewert (brutto)	12'091.–	15'064.–
	Einsteckkosten (netto)	1'150.–	1'800.–
	Totalkosten	13'241.–	16'864.–
76–100 g	Werbewert (brutto)	14'596.–	18'083.–
	Einsteckkosten (netto)	1'150.–	1'800.–
	Totalkosten	15'746.–	19'883.–
ab 100 g	auf Anfrage		
Mehrpreis für Teilbelegung und/oder Sujetwechsel pro Unterbruch		500.–	500.–

Reservation/Bestellung Muster für verbindliche Bestätigung erforderlich.

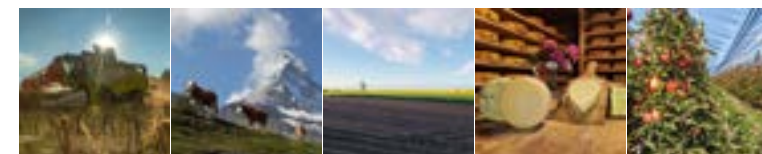
Memo-Stick (4-farbig)

	Normalauflage 27'500 Ex.	Grossauflage 46'500 Ex.
76 x 76 mm	Fr. 4'756.–	Fr. 5'888.–

ohne Kleberproduktion
Herstellung Kleber: Vaelcom AG, www.vaelcom.com

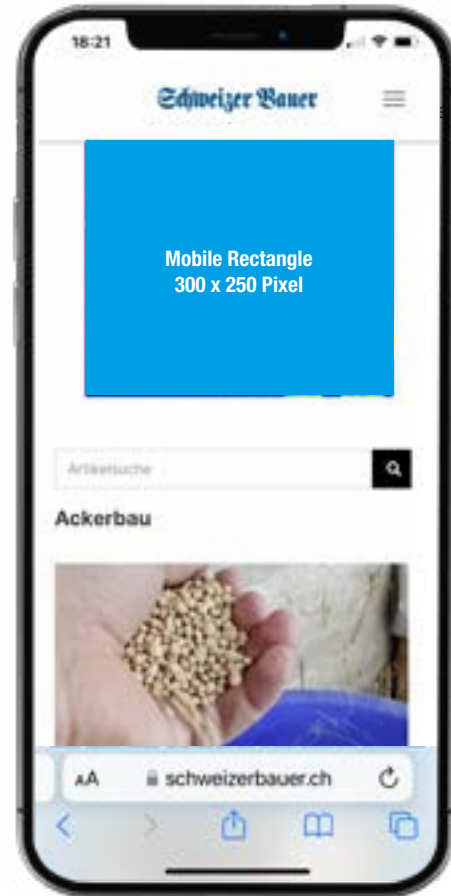
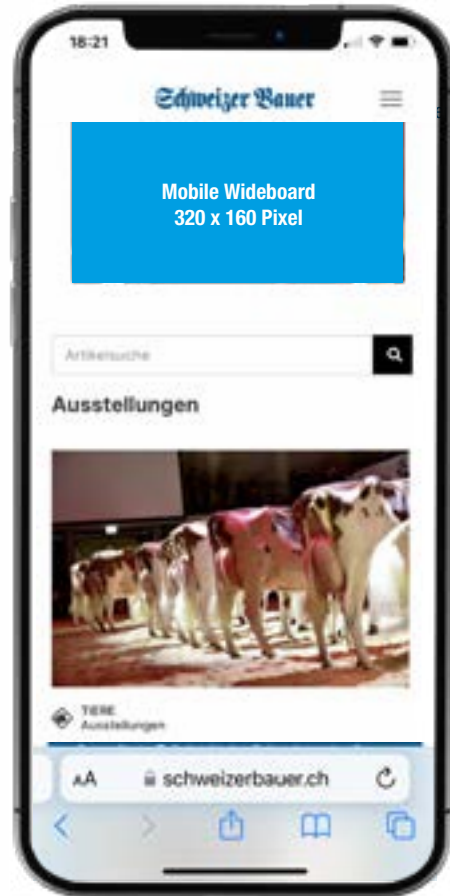
Reklame Spezialfelder (4-farbig)

	Normalauflage	Grossauflage
Frontseite oben links (45 x 63 mm)	Fr. 1'750.–	Fr. 2'000.–
Frontseite oben (94 x 58 mm)	Fr. 2'404.–	Fr. 2'800.–
Frontseite unten (94 x 65 mm)	Fr. 1'345.–	Fr. 1'655.–
Letzte Seite (94 x 65 mm)	Fr. 1'217.–	Fr. 1'513.–
Feld Agenda (94 x 65 mm)	Fr. 1'073.–	Fr. 1'316.–
Dreieck (144 x 144 x 202 mm)	Fr. 1'898.–	Fr. 2'378.–





Buchen Sie schweizerbauer.ch – Multidevice Unsere Online-Übersicht



Online

Nutzerzahlen 2025 Google Analytics
Durchschnittliche Monatswerte 2025:

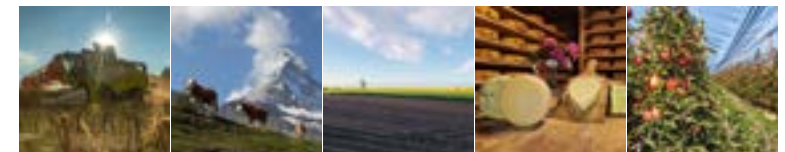
- Nutzer / Unique Clients: 340'000
- Besuche / Visits: 950'000
- Seitenaufrufe / Page Impressions: 1.5 Mio.

85% aller Zugriffe auf
www.schweizerbauer.ch erfolgen über mobile
Geräte (Smartphone, Tablet, Portable Notebook),
17% der Zugriffe über einen PC/Mac.

Betriebsgesellschaft «Schweizer Bauer»

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

Mail: werbemarkt@schweizerbauer.ch | schweizerbauer.ch



Online-Werbung | Preise + Formate

Fakten

Ihre Werbung wird Multidevice ausgespielt. Alle Preise verstehen sich RoS (Run of Site) und werden auf allen Rubriken angezeigt.

Alle Preise verstehen sich zzgl. 8.1% MwSt.

Dateiformate
PNG/JPG/GIF/HTML

Dateigrösse
max. 1 MB

Preismodell CPM

Unsere Digital-Preise werden anhand des CPM-Preismodells (Cost-per-mille) berechnet. Der Preis wird anhand von 1000 Einblendungen bestimmt.

Beispiel
Ein Werbemittel hat einen CPM von 50.– Fr.:
→ 1000 Einblendungen = 50.– Fr.

Sie wünschen für dieses Werbemittel 50'000 Einblendungen:
→ 50'000 Einblendungen = 2'500.– Fr.

Unsere Empfehlung für eine gute Sichtbarkeit

Wideboard Desktop inkl. Mobile
994 x 250 Pixel / 320 x 160 Pixel

Preis: 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.

Rectangle Desktop inkl. Mobile
300 x 250 Pixel

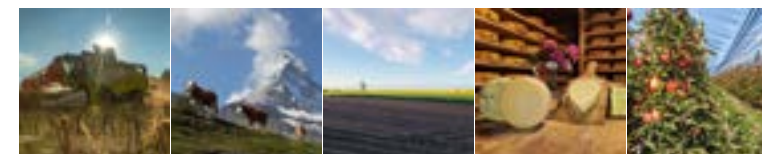
Preis: CPM 40.– Fr
1 Woche 1'000.– Fr./25'000 Einblendungen
4 Wochen 3'000.– Fr./100'000 Einblendungen
(inkl. 20'000 Freespace)

Weitere Schaltungen auf Anfrage.



Videowerbefeld Desktop + Mobile
630 x 350 Pixel

Ihr Video läuft 7 Tage/24 Std. in Dauerschleufe, keine Mehrfachbelegung möglich.
Dateiformate: jpg, gif, swf (Link muss eingebunden sein).
Videoformat: mpeg4, bis 50 MB optimal, grössere Dateien können durch uns verkleinert werden.
1 Woche 1'650.– Fr.




Online-Werbung Newsletter

zurück zum Inhaltsverzeichnis

Newsletter
04. Oktober 2021

Schweizer Bauer


Anpacken statt verbittern



Nach dem Tod ihres Mannes stand Claudia Schweizer vor der Wahl: verbittern oder anpacken? Dank den Kindern gab sie nicht auf.

Weiterlesen


**Banner/Advertorial
600 x 300 Pixel**



Dem deutschen Zylinder Songen ist am Grenzübergang Steinger (CH) bei Thengen (DE) ein Käsestrugger ins Netz gegangen.

Weiterlesen

Kartoffeln vom Davosersee




Für unseren Stimmzettelwahl haben wir Fotos zum Thema «Kartoffeln» gesucht. Das Superbild kommt von Marco Bichi aus Davos-Wädgung (GR). Mehr Bilder gibt es hier.

Weiterlesen

**Wide Fullbanner
600 x 150 Pixel**

Missen verteidigen Titel



An der Bezirksweidwettbewerb Schweiz wurden bei prächtigem Herbstwetter 807 Stück Rindvieh präsentiert. Die Titelverteidigerinnen setzten sich dabei in Essene.

Weiterlesen

Magere Mostobsternte – trotzdem Abzüge

Werbepbanner Newsletter 2025

Längere Laufzeiten auf Anfrage.
Anzahl Newsletter-Empfänger: 7'000 Abonnenten
30% Öffnungsrate

Preise

Newsletter erscheint Montag bis Freitag

Wide Fullbanner, 600 x 150 Pixel

Fr. 350.- / Woche (5 Erscheinungen)

Fr. 1'200.- / Monat (mind. 20 Erscheinungen)

Banner/Advertorial, 600 x 300 Pixel

Fr. 800.- / Woche (5 Erscheinungen)

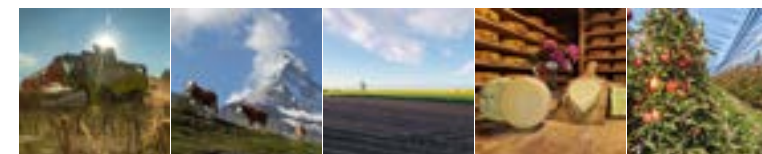
Fr. 3'000.- / Monat (mind. 20 Erscheinungen)

Betriebsgesellschaft «Schweizer Bauer»

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

Mail: werbemarkt@schweizerbauer.ch | schweizerbauer.ch

Mediadaten 2026



Allgemeine Geschäftsbedingungen

AGBs
§

zurück zum
Inhaltsverzeichnis

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 Bestellungen 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 Vollruckmaterial 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). Allfällige 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 eingespeisen 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 berechtigte 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.

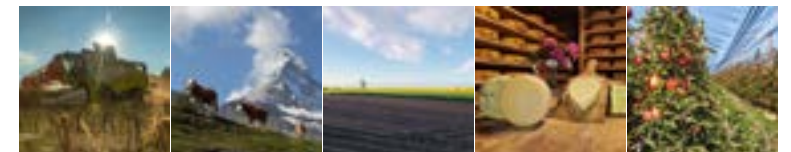
Zur Feststellung solcher Offerten behält sich der Verlag das stichprobenweise Öffnen der Briefe bzw. der E-Mails vor. Werden Dokumente in Originalfassung sowie Fotografien den Interessenten nicht zurückgegeben, könnte bei Anhebung eines Verwaltungs- oder Justizverfahrens der Verlag behördlicherseits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

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 allfällig anderslautender, zwingender Rechtsnormen trägt der Kunde die alleinige Verantwortung, dass eine Anzeige die anwendbaren Rechtsnormen, Rechte Dritter und allfällig 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. vertretener 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 Endinsenerenten 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 Endinsenerenten 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, allfällig 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 Anspruch 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.

