

# Zentralschweiz am Sonntag

Preise / Leistungen 2017

 sonntagspool

# Zentralschweiz am Sonntag

## Konzept

Die Zentralschweiz am Sonntag ist die Sonntagsausgabe der Luzerner Zeitung mit ihren Regionalausgaben (Zuger Zeitung, Nidwaldner Zeitung, Obwaldner Zeitung und Urner Zeitung) und versteht sich als führende publizistische Stimme der Zentralschweiz mit schweizerischer Bedeutung. Sie setzt sich für die regionalspezifischen kulturellen und politischen Werte dieser Region ein und hat Platz für unterschiedliche Meinungen. Die Zentralschweiz am Sonntag macht auch das Leben ausserhalb von Politik, Wirtschaft und Kultur zum Thema, indem sie konkrete Lebenshilfe bietet.

## Struktur

### Bund Inhalt

#### 1. Bund Überregional

Front / Meinung / Schweiz / Ausland / Wirtschaft / Die Woche / Wetter

#### 2. Bund Kantone

Kantone / Luzern / Zug / Obwalden / Nidwalden / Uri / Schwyz / Kultur

#### 3. Bund Leben

Leben / Genuss / Lebensart / Reisen / Rätsel / Sonntagskinder / Wissen

#### 4. Bund Sport

Sport / Radio/TV / Schauplatz

## SAPHIR Das Magazin für das Schöne und das Gute

Erscheint 2x jährlich im Frühling und Herbst im Tabloidformat

## PIÙ Das Magazin zum Lucerne Festival

Erscheint 1x jährlich im Juni im Tabloidformat

The image displays four pages from the Zentralschweiz am Sonntag newspaper, illustrating its regional focus and variety of content:

- Sport (Page 35):** Features a grid of small images and headlines related to sports.
- Leben (Page 23):** Shows a large photo of a cyclist and a headline about a velowettbewerb.
- Kantone (Page 13):** Features a large photo of a man in a suit and a headline about the Swiss Openair festival.
- Zentralschweiz am Sonntag (Page 50):** Shows a large photo of a man in a suit and a headline about pension reform.

Luzern und Sion spielen torlos

Ergebnisse der Spiele der 1. Liga und der 2. Liga der Saison 2016/17

www.zs-am-sontag.ch

AT 8020 Luzern | Nr. 12 | Pg. 3, 6 | €. 4,-

13

Regionen 15

## Kontaktpersonen

Funktion	Name	Email	Telefon	Mobile
Leiter Werbemarkt	Stefan Bai	stefan.bai@lzmedien.ch	041 429 59 50	079 418 95 49
Key Account Management	Merlinde Della Valle	merlinde.dellavalle@lzmedien.ch	041 429 59 54	079 287 77 43
	Marc Ramp	marc.ramp@lzmedien.ch	041 429 59 53	079 414 40 37
Verkauf Luzern	Leiter	Alexander Stadelmann	alexander.stadelmann@lzmedien.ch	041 429 59 40
		Sarah Fischer	sarah.fischer@lzmedien.ch	041 429 59 42
		Willy Wipfli	willy.wipfli@lzmedien.ch	041 429 59 43
		Bryan Würsch	bryan.wuersch@lzmedien.ch	041 429 59 41
Verkauf ZG NW OW UR	Leiter	Michael Kraft	michael.kraft@lzmedien.ch	041 618 62 86
		Cyrill Gasser	cyrill.gasser@lzmedien.ch	041 725 44 91
		Roli Gnos	roland.gnos@lzmedien.ch	041 874 21 62
		Anton Kaufmann	anton.kaufmann@lzmedien.ch	041 725 44 90
		Miguel Steininger	miguel.steiningier@lzmedien.ch	041 618 62 85
Telefonverkauf		Laura Kühne	laura.kuehne@lzmedien.ch	041 429 59 44
		Brigitta Schaller	brigitta.schaller@lzmedien.ch	041 429 59 46
Verkauf Innendienst	Leiterin	Silvia Reinhard	silvia.reinhard@lzmedien.ch	041 429 59 60
		Melanie Chopard	melanie.chopard@lzmedien.ch	041 429 59 58
		Gaby Deschwanden	gaby.deschwanden@lzmedien.ch	041 725 44 89
		Jeanette Fiegl	jeanette.fiegl@lzmedien.ch	041 429 59 61
		Adrian Fritz	adrian.fritz@lzmedien.ch	041 429 59 62
		Monika Giger	monika.giger@lzmedien.ch	041 429 59 63
		Karin Michel	karin.michel@lzmedien.ch	041 618 62 84
		Chinelo Ivana Ott	chinelo.ott@lzmedien.ch	041 725 44 94
		Annelies Süess	annelies.suess@lzmedien.ch	041 429 59 64
		Roger Duss	roger.duss@lzmedien.ch	041 429 59 52
Verkaufssupport/-strategie	Leiter	Gaby Haudek	gabriele.haudek@lzmedien.ch	041 429 59 51
		Martha Hopp	tklu@lzmedien.ch	041 429 59 65

## Mehrwertsteuer

Alle Preise verstehen sich zuzüglich 8,0% Mehrwertsteuer.

### Fixformate

Annonen	Format	farbig	1. Bund	ab 2. Bund
1/1 Seite	291 x 438 mm		Fr. 16 500.–	Fr. 15 000.–
1/2 Seite	291 x 218 mm		Fr. 10 300.–	Fr. 9 400.–
1/4 Seite	291 x 108 mm oder 144 x 218 mm		Fr. 5 400.–	Fr. 4 900.–
1/8 Seite	144 x 108 mm		Fr. 2 800.–	Fr. 2 500.–
2/1 Seiten Panorama	611 x 438 mm		Fr. 33 000.–	Fr. 30 000.–

Stellen	Format	schwarz/weiss	farbig
1/4 Seite	144 x 200 mm	Fr. 3 800.–	Fr. 5 500.–
Print-to-Online: Zeitungs-Inserat zusätzlich auf Stellenportal: 4 Wochen Fr. 300.–			
Stellen Plus: 50% Rabatt auf Sonntagsausgabe, wenn das gleiche Inserat in der Luzerner Zeitung erscheint			

Textanschlüsse	Format	farbig	1. Bund	ab 2. Bund
1/2 Seite	291 x 218 mm		Fr. 13 400.–	Fr. 12 200.–
1/4 Seite	291 x 108 mm		Fr. 7 000.–	Fr. 6 400.–
2/2 Seite Panorama	611 x 218 mm		Fr. 26 800.–	Fr. 24 400.–
2/4 Seite Panorama	611 x 108 mm		Fr. 14 000.–	Fr. 12 800.–
Junior Page	174 x 218 mm		Fr. 12 900.–	Fr. 11 700.–
Monolith	45 x 410 mm		Fr. 7 700.–	Fr. 7 000.–
	94 x 410 mm		Fr. 14 200.–	Fr. 12 900.–
	143 x 410 mm		Fr. 21 200.–	Fr. 19 300.–
Zenter-Pano 1/1 Seite	291 x 438 mm		Fr. 36 300.–	Fr. 33 000.–

Textanschlüsse	Platzierung	Format	farbig
Bundauftakt	1. Bund Frontseite am Fuss	291 x 50 mm	Fr. 7 500.–
	2. Bund Kantone am Fuss	291 x 50 mm	Fr. 4 400.–
	4. Bund Sport am Fuss	291 x 50 mm	Fr. 4 100.–
Wetter	Letzte Seite 1. Bund am Fuss	291 x 155 mm	Fr. 8 500.–

## Anzeigenstrassen

Anzahl Seiten	1. Bund	ab 2. Bund	Anzahl Seiten	1. Bund	ab 2. Bund	Anzahl Seiten	1. Bund	ab 2. Bund
3 Seiten	Fr. 36 300.–	Fr. 33 000.–	6 Seiten	Fr. 66 000.–	Fr. 60 000.–	10 Seiten	Fr. 105 600.–	Fr. 96 000.–
4 Seiten	Fr. 46 200.–	Fr. 42 000.–	8 Seiten	Fr. 85 800.–	Fr. 78 000.–	12 Seiten	Fr. 125 400.–	Fr. 114 000.–

Mindestens 3 aufeinanderfolgende integrierte Seiten in einer Ausgabe. Die 1. Seite wird zu 100%, jede weitere zu 60% verrechnet.

## Felder

Bund	Feld	Format	farbig
1. Bund	Frontseite, Fussfeld links	45 x 50 mm	Fr. 1 350.–
	Wetter, Feld links	54 x 72 mm	Fr. 670.–
3. Bund Leben	Kino, Feld klein	56 x 13 mm	Fr. 80.–
	Kino, Feld gross	56 x 30 mm	Fr. 190.–
4. Bund Sport	Wissen, Fussfeld links «Nachgefragt»	45 x 153 mm	Fr. 860.–
	TV/Radio, Fussfeld rechts	65 x 80 mm	Fr. 440.–
	Schauplatz, Fussfeld links	114 x 51 mm	Fr. 770.–

## Individualformate

Inserat	Format	Fr./mm	schwarz/weiss	farbig
Annonen	Minimalvolumen 50 mm	3.15		5.25
Inserat auf Textseite				
- Textanschluss	10-spaltig, mind. 50 mm, max. 220 mm hoch	4.73		6.83
- Reklame	1- bis 5-spaltig, mind. 25 mm hoch	17.33		19.43
Stellen	mind. 2-spaltig, Minimalvolumen 50 mm	4.21		6.16
	Print-to-Online: Zeitungs-Inserat zusätzlich auf Stellenportal: 4 Wochen Fr. 300.–			
	Stellen Plus: 50% Rabatt auf Sonntagsausgabe, wenn das gleiche Inserat in der Luzerner Zeitung erscheint			
Immobilien	gradspaltig, Minimalvolumen 50 mm	3.77		6.16

## Marktplatz

	Format	pro Modul	schwarz/weiss	farbig
1 Modul	56 x 25 mm	Fr. 100.–		Fr. 210.–

Module können zu einer beliebigen viereckigen Fläche zusammen gesetzt werden. Mindestens 1 Modul, maximal 21 Module. 1. Modul 25 mm hoch, jedes weitere 28 mm. Kombination mit Luzerner Zeitung Lokalausgabe: 15% Kombinationsrabatt auf beide Titel, wenn das gleiche Inserat innerhalb von 7 Tagen in den beiden Titeln erscheint.

## Publireportagen

### PR-Seiten über Firmen, Jubiläen, Tag der offenen Tür, Eröffnungen, Vernissagen, usw.

Fixformate	Format	farbig
1/1 Seite	291 x 438 mm	Fr. 15 000.—
1/2 Seite	291 x 218 mm	Fr. 9 400.—

Zusatzkosten für Journalist/Fotograf, wenn Text/Fotos nicht geliefert werden (Verrechnung erfolgt durch den Verlag Luzerner Zeitung AG).

### Bestimmungen

Kein 6-spaltiger Seitenumbruch (Unterscheidung vom redaktionellen Inhalt muss gewährleistet sein)

Serifenlose Schrift (z.B. Univers)

Annahmeschluss 5 Arbeitstage vor Erscheinen; Publireportage muss vor Erscheinen zum OK vorgelegt werden

## Memosticks

Plazierung	Format	farbig
Frontseite 1. Bund	76 x 76 mm	Fr. 19 800.—
Platzierung: Auf der Frontseite oben rechts.		
Preise 1- oder 2-seitig inkl. technische Kosten (Papier, Druck, Aufkleben, etc.).		

## Prospektbeilagen

Auflage	anzuliefern
Total	98 000 Expl.

Gewicht/Preise	bis 50g	über 50 bis 75g	über 75 bis 100g	über 100 bis 125g	über 125 bis 150g
Total	Fr. 36 800.—	Fr. 42 100.—	Fr. 47 400.—	Fr. 53 400.—	Fr. 58 700.—
Preise pro 1000 Expl.	Fr. 375.50	Fr. 429.60	Fr. 483.65	Fr. 544.90	Fr. 599.—

Prospektbeilagen über 150g bitte anfragen.

In der Prospektbeilage enthaltene **Fremdinserate** werden pro Fremdanzeigenseite/-sujet zusätzlich mit Fr. 3 000.— (20% einer 1/1 Seite farbig) verrechnet.

## Anlieferung Prospekte

3 Arbeitstage vor Erscheinen (zu früh angelieferte Prospekte werden abgewiesen)

Luzerner Zeitung AG, c/o Ringier Print Adligenswil AG, Warenannahme 2, Ebikonerstrasse 75, 6043 Adligenswil

Mit Vermerk Zentralschweiz am Sonntag

## Technische Richtlinien für das Einsticken von Prospektbeilagen

Maximalformat 235 x 320 mm

Weitere Infos unter [www.luzernerzeitung.ch/werbung](http://www.luzernerzeitung.ch/werbung)

## Prospektstrassen

Umfang/Preise	4 Seiten	8 Seiten	12 Seiten	16 Seiten	20 Seiten	24 Seiten
Total	Fr. 38 800.–	Fr. 39 400.–	Fr. 40 600.–	Fr. 46 900.–	Fr. 48 600.–	Fr. 55 000.–

Preise inkl. Farbe, Porto und Druck. Zeitungsrotationsdruck. Papier bei 4 Seiten 60 gm2 Edelweiss, bei 8 Seiten 49 gm2 Perlenpress, bei 12 Seiten und mehr 45 gm2 Perlenpress. Prospektstrasse über 24 Seiten bitte anfragen. Datenanlieferung und weitere Detailinformationen nach Rücksprache. Nicht bei der Luzerner Zeitung AG gedruckte Prospektstrassen gelten als Prospektbeilagen und werden als solche verrechnet.

In der Prospektstrasse enthaltene **Fremdinserate** werden pro Fremdanzeigenseite/-sujet zusätzlich mit Fr. 3 000.– (20% einer 1/1 Seite farbig) verrechnet.

## Sonntagspool

Die drei Sonntagszeitungen, die NZZ am Sonntag, die Zentralschweiz am Sonntag sowie die Ostschweiz am Sonntag bilden die erste nationale Sonntagszeitungs-Kombination. Der Sonntagspool weist eine Auflage von 268 124 Exemplaren aus und hat eine Nettoleserschaft von 692 000. Weitere Informationen unter [www.sonntagspool.ch](http://www.sonntagspool.ch)

## Auslandpreise

Für ausländische Kunden und Werbeagenturen gelten die gleichen Konditionen wie für Schweizer Inserenten. Beansprucht ein ausländischer Auftraggeber eine BK, so werden die tangierten Preise – unter Berücksichtigung der in der Schweiz üblichen Kommissionierung – entsprechend erhöht.

## Diverse Zuschläge

Inserat / Platzierung	Format	Zuschlag
Platzierungsvorschrift		10%
Inserate auf Folgeseiten		10%
Multieck-Inserate	mind. 6 Ecken; bei Diagonalen wird der Freiraum auch berechnet	20%
Satelliten-/Mehrfachinserate	gradspaltig, Zuschlag auf Gesamtvolumen	20%
Panorama	mind. 12-spaltig 50 mm hoch (inkl. Bundüberlauf)	2 Spalten bei kleineren Formaten als 2/1 Seiten
Zenter-Pano	mind. 12-spaltig 50 mm, max. 18-spaltig 220 mm hoch	20%
Chiffregebühr	pro Auftrag	Fr. 50.–
PrintOnline	Kommerzielle Inserate mit Fixformat, die nicht via PrintOnline angeliefert werden; pro Auftrag	Fr. 150.–

## Umsatzrabatte

Umsatz	Rabatt	Umsatz	Rabatt	Umsatz	Rabatt
Fr. 10 000.–	3%	Fr. 100 000.–	8%	Fr. 400 000.–	15%
Fr. 50 000.–	5%	Fr. 200 000.–	12%	Fr. 1 000 000.–	20%

Rabattberechtigt sind Annoncen, Inserate auf Textseiten, Memosticks, Prospektbeilagen/-strassen sowie Zuschläge für Aufträge innerhalb von 12 Monaten; beliebiger Format- und Textwechsel. Anzeigen mit einem Spezialrabatt sind nicht umsatzrabattberechtigt. Separate Rabattstaffel für Stelleninserate.

Umsatzrabatte für Luzerner Zeitung Gesamtausgabe, Luzerner Zeitung Lokalausgabe, APERO, TV-Woche, Luzerner Zeitung GES/Anzeiger Affoltern, LZ Zentralschweiz, LZ Zentralschweiz/Einsiedler Anzeiger, Cityplus, Zentralschweiz am Sonntag, SAPHIR, PIU, ROI, PEAK, Upgrade, Lebensräume und luzernerzeitung.ch sind miteinander kumulierbar. Kombination Sonntagspool sowie die Regionalausgaben sind nicht mit oben erwähnten Ausgaben/Kombinationen kumulierbar.

## Umsatzrabatte Stellen

Umsatz	Rabatt	Umsatz	Rabatt	Umsatz	Rabatt	Umsatz	Rabatt
Fr. 50 000.–	3%	Fr. 150 000.–	5%	Fr. 350 000.–	7%	Fr. 750 000.–	9%
Fr. 100 000.–	4%	Fr. 250 000.–	6%	Fr. 500 000.–	8%	Fr. 1 000 000.–	10%

Rabattberechtigt sind Stelleninserate sowie Zuschläge für Aufträge innerhalb von 12 Monaten; beliebiger Format- und Textwechsel.

Stellen-Umsatzrabatte für Luzerner Zeitung Gesamtausgabe, Luzerner Zeitung GES/Anzeiger Affoltern, LZ Zentralschweiz, LZ Zentralschweiz/Einsiedler Anzeiger, Zentralschweiz am Sonntag sind miteinander kumulierbar. Regionalausgaben sind nicht mit oben erwähnten Ausgaben/Kombinationen kumulierbar.

## Wiederholungsrabatte

### Annoncen, Felder

2x 3%	3x 5%	6x 10%	13x 12%	26x 15%	52x 20%	100x 25%
-------	-------	--------	---------	---------	---------	----------

Rabatt für mehrmals erscheinende Anzeigen innerhalb von 12 Monaten und mit im voraus bekannten Erscheinungsdaten. Sujet- und Textwechsel nur bei gleichbleibender Grösse und mit Volldruckmaterial. Immobilien- und Stelleninserate sind nicht wiederholungsrabattberechtigt.

## Spezialrabatte

### Anzeigen mit wohltätigem Zweck

ZEWO-zertifizierte Institutionen	Annoncen (ausgenommen Stelleninserate): 50%	Prospektbeilagen/Memosticks: 30%
Andere wohltätige Institutionen	Annoncen (ausgenommen Stelleninserate): 25%	Prospektbeilagen/Memosticks: 20%

Anzeigen/Prospekte mit einem Spezialrabatt sind nicht umsatz- oder wiederholungsrabattberechtigt. JUP I/BK I wird gewährt.

## Konzernabschlüsse

Konzernabschluss-Rabatt auf kommerzielle Anzeigen. Richtlinien siehe [www.vsw-assp.ch/d/richt.htm](http://www.vsw-assp.ch/d/richt.htm)

## Kommissionierung

### Beraterkommission BK I bzw. Jahresumsatzprämie JUP I

5% BK für anerkannte Werbe-/Mediaagenturen oder 2 bis 5% JUP für Werbeauftraggeber gemäss JUP-Vereinbarung. Nicht BK- oder JUP-berechtigt sind Rubrikanzeigen.

## Zeitungsaufbau, Platzierungen auf Textseiten

### 1. Bund

<b>Front</b> Fussfeld 45 x 50 mm Textanschluss 291 x 50 mm	<b>Meinung</b>	<b>Schweiz</b>	<b>Ausland</b>	<b>Wirtschaft</b>	<b>Wetter</b> Feld links 54 x 72 mm
	Textanschluss 291 x 108 mm	Textanschluss: 10-spaltig, mind. 500 mm, max. 2 200 mm  Reklame: 1- bis 5-spaltig, mind. 25 mm hoch	Textanschluss: 10-spaltig, mind. 500 mm, max. 2 200 mm  Reklame: 1- bis 5-spaltig, mind. 25 mm hoch	Textanschluss: 10-spaltig, mind. 500 mm, max. 2 200 mm  Reklame: 1- bis 5-spaltig, mind. 25 mm hoch	Textanschluss: 291 x 155 mm

### 2. Bund Kantone

<b>Auftakt Kantone</b> Textanschluss 291 x 50 mm	<b>Kantone</b>	<b>Luzern/Zug</b>	<b>Ob-/Nidwalden</b>	<b>Uri/Schwyz</b>	<b>Kultur</b>
	Textanschluss: 10-spaltig, mind. 500 mm, max. 2 200 mm  Reklame: 1- bis 5-spaltig, mind. 25 mm hoch	An 1 Seite Text angrenzend: 10-spaltig, mind. 500 mm, max. 2 200 mm  An 2 Seiten Text angrenzend: gradspaltig, mind. 50 mm	Textanschluss: 10-spaltig, mind. 500 mm, max. 2 200 mm  Reklame: 1- bis 5-spaltig, mind. 25 mm hoch	Textanschluss: 10-spaltig, mind. 500 mm, max. 2 200 mm  Reklame: 1- bis 5-spaltig, mind. 25 mm hoch	Textanschluss: 10-spaltig, mind. 500 mm, max. 2 200 mm  Reklame: 1- bis 5-spaltig, mind. 25 mm hoch

### 3. Bund Leben

<b>Wissen</b> Fussfeld links «Nachgefragt» 45 x 153 mm
---

## 4. Bund Sport

### Auftakt Sport

Textanschluss  
291 x 50 mm

### Sport

Textanschluss:  
10-spaltig, mind. 500 mm,  
max. 2.200 mm  
  
Reklame:  
1- bis 5-spaltig,  
mind. 25 mm hoch

### TV/Radio

Feld  
65 x 80 mm

### Schauplatz

Fussfeld  
114 x 51 mm

## Technische Daten

### Datenherstellung durch Kunde als PDF/X-3 (Branchenstandard)

Bilder und Logos	Optimal mind. bei 200 dpi erstellen
Schriften	Alle verwendeten Schriften einbetten oder in Pfade umwandeln
	Optimal PostScript Typ1-Schriften verwenden
Inseratgrösse	Übereinstimmung mit gebuchter Grösse (Produktionsformat)
Farben	Farbige Inserate CMYK-definiert anliefern (nie RGB oder LAB; Pantone-Umwandlung durch Verlag)
Datenprüfung	Gemäss Gratis-Prüfprofilen und Settings von pdfx-ready.ch
	Fehlerhafte Daten müssen neu angeliefert werden oder sie werden durch den DTP-Service der Premedia-Produktion (LZ Print) gegen Verrechnung neu aufbereitet
Korrektur-Anpassungen	Pro Datei Fr. 20.-

Achtung: Keine DCS2-Formate verwenden. Diese verhindern die Generierung korrekter PDF/X-3-Dateien.

### Datenherstellung durch die Premedia-Produktion (LZ Print)

Teildruckmaterial	In folgenden branchenüblichen Programmen anliefern: <b>InDesign, Illustrator, Photoshop (Adobe CS), QuarkXPress, Word (MS Office)</b>
Bilder und Logos	Alle verwendeten Quelldateien in den Formaten tif, eps, jpg oder pdf mitliefern
Schriften	Alle verwendeten Schriften einbetten oder mitliefern
	Optimal PostScript Typ1-Schriften verwenden
Gestaltungsvorlage	Durch einen Papierausdruck oder separater Datei visualisieren
Kreationskosten	Nach Aufwand Fr. 120.– pro Stunde, mind. Fr. 80.– pro Datei

### Datenübermittlung

Via Email	Übermittlung der Dateien an die Email-Adresse des Kundenberaters oder an inserate@lzmedien.ch
Via Datenträger	Per Post an die Filialadresse Ihres Kundenberaters
Beschriftung	Auftraggeber, Absender mit Telefonnummer, Inseratgrösse, Titel, Erscheinungsdatum, Betreff

## Druck-Spezifikationen

Produktion	Gemäss ISO 12647-3 (2005)
Druck	Coldset (vollständiger 4-Farben-Druck)
Papier	42.5 g/m2 (Standard-Zeitungspapier)
Rasterweite	48 l/cm (Inputauflösung optimal 200 ppi für Bilder)
Minimale Punktgrösse	5% (erstdruckender Ton)
Maximale Punktgrösse	90% (letztdruckender Ton, darüber = Vollton)
Maximaler Farbauftrag	220%
Tonwertzunahme	26% (bei 50%; Toleranz +/- 3%)
Richtwert Vollton	Cyan, Magenta, Yellow: 0.90 / Schwarz: 1.1 (Toleranz +/- 0.3)

## Toleranz bei Zeitungsdruck

Passdifferenzen	0.3 mm zwischen zwei Farben
Farbunterschiede	Zwischen Pantone-Farben und CMYK-Darstellung

Die Luzerner Zeitung behält sich vor, RGB Pantone- und Signalfarben im 4-Farben-Druck aufzubauen. Mit leichten Abweichungen in der farblichen Darstellung ist in solchen Fällen zu rechnen. Bei Farbanzeigen wird keine Farbexklusivität auf einer Seite gewährleistet.

## Technische Koordination

Martha Hopp, Tel. 041 429 59 65, tklu@lzmedien.ch

<b>Erscheinungsweise</b>	1x wöchentlich Sonntag																	
<b>Annahmeschluss</b>	Freitag, 9.00 Uhr																	
<b>Reservation/Abbestellungen</b>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Werbemittel</th><th>Annahmeschluss</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Prospektbeilagen</td><td>15 Arbeitstage</td></tr> <tr> <td>Prospektstrassen</td><td>15 Arbeitstage</td></tr> <tr> <td>Memosticks</td><td>10 Arbeitstage</td></tr> </tbody> </table>										Werbemittel	Annahmeschluss	Prospektbeilagen	15 Arbeitstage	Prospektstrassen	15 Arbeitstage	Memosticks	10 Arbeitstage
Werbemittel	Annahmeschluss																	
Prospektbeilagen	15 Arbeitstage																	
Prospektstrassen	15 Arbeitstage																	
Memosticks	10 Arbeitstage																	
<b>Probeabzüge</b>	<b>3 Arbeitstage vor Annahmeschluss</b>																	
<b>Formate</b>	<b>Zeitung</b>	<b>Breite x Höhe</b>								<b>Fakturiertes Volumen</b>								
	Zeitungsformat	320 x 470 mm																
	1/1 Seite Satzspiegel	291 x 438 mm								4 400 mm								
	2/1 Seiten Panorama Satzspiegel	611 x 438 mm (Bundüberlauf 29 mm)								8 800 mm								
<b>Spaltenbreiten</b>	<b>Annoncen</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>							
	mm	—	56	86	115	144	174	203	232	—	291							
	<b>Formatvorschriften:</b>	9-spaltige Anzeigen werden 10-spaltig platziert und seitenbreit verrechnet.																
	<b>Panorama</b>	<b>12</b>	<b>13</b>	<b>14</b>	<b>15</b>	<b>16</b>	<b>17</b>	<b>18</b>	<b>19</b>	<b>20</b>	<b>22</b>							
	mm	317	347	376	405	435	464	494	523	552	611							
	Bundüberlauf von 29 mm ist in den Formatangaben inbegriffen.																	
	<b>Reklamen</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>											
	mm	45	94	143	192	242	—											

## Auflage

Auflage	Titel	Exemplare			
	Total verbreitete Auflage Zentralschweiz am Sonntag	94 818			
Verbreitung	Kanton	Bezirk	Haushaltungen	Exemplare	Abdeckung
	Zentralschweiz		336 415	88 572	26.3%
	Luzern		190 247	55 196	29.0%
		Entlebuch	9 954	3 018	30.3%
		Hochdorf	31 654	9 334	29.5%
		Luzern Land	45 369	14 465	31.9%
		Luzern Stadt	49 355	12 114	24.5%
		Sursee	31 232	10 841	34.7%
		Willisau	22 683	5 424	23.9%
	Uri		16 529	5 325	32.2%
	Innerschwyz		31 435	2 453	7.8%
		Gersau	1 106	67	6.1%
		Küssnacht a.R.	6 008	1 031	17.2%
		Schwyz	24 321	1 355	5.6%
	Obwalden		16 966	4 948	29.2%
	Nidwalden		20 892	6 612	31.2%
	Zug		60 346	14 038	23.3%
	Aargau	Muri	15 110	1 119	7.4%

Quelle: Verbreitungsdaten der Schweizer Presse VSW 2016.

## Leserdaten

	<b>Verbreitungsgebiet</b>	<b>Grundgesamtheit</b>	<b>Projektion</b>	<b>Reichweite</b>
Deutschschweiz		4 712 000 Personen	208 000 Leser	4.4%
Zentralschweiz (WG's 21/24/25)		559 000 Personen	206 000 Leser	36.8%
Kanton	Luzern	318 000 Personen	133 000 Leser	41.9%
	Uri	30 000 Personen	8 000 Leser	27.6%
	Innerschwyz	55 000 Personen	6 000 Leser	10.6%
	Obwalden	30 000 Personen	11 000 Leser	37.8%
	Nidwalden	35 000 Personen	15 000 Leser	42.7%
	Zug	92 000 Personen	33 000 Leser	35.5%
Agglomeration Luzern		184 000 Personen	77 000 Leser	41.9%

## 1000-Leser-Preis

1/1 Seite Brutto

farbig

Fr. 72.85

	<b>Soziodemografische Merkmale</b>	<b>Projektion</b>	<b>Reichweite</b>	<b>Struktur</b>	<b>Affinität</b>
Leser in der Zentralschweiz		206 000	36.8%	100%	100
Geschlecht	Männer	104 000	36.9%	51%	100
	Frauen	102 000	36.8%	49%	100
Alter	14 bis 19 Jahre	11 000	24.1%	6%	65
	20 bis 29 Jahre	32 000	35.0%	15%	95
	30 bis 39 Jahre	22 000	26.9%	11%	73
	40 bis 49 Jahre	38 000	31.9%	19%	86
	50 bis 59 Jahre	31 000	39.3%	15%	107
	60 bis 69 Jahre	39 000	50.2%	19%	136
	70 Jahre und älter	32 000	52.2%	16%	142
Schulbildung	Obligatorische Schule	31 000	26.8%	15%	73
	Mittelschule	107 000	37.3%	52%	101
	Hochschule	68 000	43.4%	33%	118

Berufliche Stellung	Selbständige	15 000	30.3%	7%	82
	Angest. m. Vorgesetztenfunk.	49 000	36.9%	24%	100
	Angest. o. Vorgesetztenfunk.	71 000	36.3%	35%	98
	In Ausbildung/Lehre	10 000	28.7%	5%	78
	nicht Erwerbstätige	61 000	41.6%	30%	113
Lebenswelten	Learners	15 000	25.6%	7%	69
	Young Nokids	28 000	30.9%	14%	84
	Young Withkids	22 000	31.3%	11%	85
	Nokids	51 000	38.0%	25%	103
	Withkids	42 000	37.0%	20%	100
	Pensioners	48 000	52.2%	23%	142
Haushalteinkommen	bis Fr. 3 999.–	22 000	29.9%	11%	81
	Fr. 4 000.– bis Fr. 5 999.–	43 000	36.2%	21%	98
	Fr. 6 000.– bis Fr. 7 999.–	41 000	34.5%	20%	94
	Fr. 8 000.– bis Fr. 9 999.–	41 000	40.1%	20%	109
	Fr. 10 000.– bis Fr. 14 999.–	44 000	38.9%	21%	106
	über Fr. 15 000.–	15 000	46.1%	8%	125
Siedlungsart	Aggro-Hauptkern	92 000	37.7%	45%	102
	Aggro-Nebenkern und -Gürtel	31 000	40.1%	15%	109
	Ausserhalb Agglomeration	82 000	34.9%	40%	95

Quelle: MACH Basic/Consumer 2016-2

# **GESCHÄFTSBEDINGUNGEN VSW**

## **Allgemeine Geschäftsbedingungen betreffend die vertraglichen Beziehungen zwischen Inserenten und Mitgliedern des Verbandes Schweizerischer Werbegesellschaften VSW**

### **A. ANWENDBARKEIT**

#### **1. Geschäftsbeziehungen zu Inserenten**

**1.1.** Die Geschäftsbedingungen regeln die vertraglichen Beziehungen (Insertionsvertrag) zwischen einer Werbegesellschaft und einem Inserenten. Gegenüber den Werbegesellschaften 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 Beiheften (Inserate) durch eine Werbegesellschaft, inkl. oder exkl. Beratung, Kreation von Inseraten im DTP-Verfahren, Erstellung von Mediaplänen oder administrativen Dienstleistungen. Gegenüber den Verlagen übernehmen die Werbegesellschaften die Publikation der Inserate als ihre eigene Verpflichtung.

#### **2. Geschäftsbedingungen der Inserenten**

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

#### **B. VERTRAGSABWICKLUNG**

##### **3. Preise**

**3.1.** Bezuglich Publikation gelten die jeweils gültigen Insertionstarife und Rabatte der Verlage, zuzüglich MWSt.

**3.2.** Bezuglich Beratungs-, Kreations-, Planungs- oder administrativen Dienstleistungen der Werbegesellschaften gelten deren jeweils gültigen Dienstleistungstarife, zuzüglich MWSt. Diese sind auf den betreffenden Websites verfügbar.

**3.3.** 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 seit Bekanntgabe des neuen Preises vom Vertrag zurückzutreten. In diesem Fall hat er nur Ansrecht auf den Rabatt, der gemäss Rabattskala der effektiv abgenommenen Menge entspricht.

##### **4. Zusätzliche Kosten**

**4.1.** Ausserordentliche Aufwendungen der Verlage oder der Werbegesellschaften, welche nicht in deren Insertions- oder Dienstleistungstarifen enthalten sind, können zusätzlich in Rechnung gestellt werden, zuzüglich MWSt. Als solche gelten auf Seiten der Verlage beispielsweise aufwändige Bearbeitungen von Voll-Druckmaterial.

##### **5. Grösse der Inserate**

**5.1.** Für die Rechnungsstellung massgeblich ist die in der betreffenden Zeitung gemessene Grösse von Trennlinie zu Trennlinie. Bei Vollvorlagen und Rahmeninseraten können, abhängig von der Tarifgestaltung des einzelnen Titels, zur Abdruckhöhe 2 mm dazugerechnet werden.

**5.2.** Mehrmals erscheinende Inserate mit gleicher Vorlage oder gleichem Text werden alle mit der Grösse des ersterschienenen Inserates in Rechnung gestellt.

##### **6. Mengenabschlüsse, Mengenrabatte**

**6.1.** Für den Bezug von bestimmten Insertionsvolumen in mm oder Franken (nachfolgend Volumen) während eines bestimmten Zeitraums (Mengenabschluss) können die Insertionstarife Mengenrabatte vorsehen.

**6.2.** Wird das vereinbarte Volumen in diesem Zeitraum übertroffen und dadurch eine höhere Rabattstufe erreicht, wird nach Ablauf des Abschlusses rückwirkend der höhere Rabatt vergütet.

**11.2.** Für Vollvorlagen wird kein Probeabzug geliefert.

##### **12. Druckmaterial**

**12.1.** Ohne ausdrückliche Vereinbarung ist der Verlag bzw. die Werbegesellschaft 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 Kalendertagen.

**13.2.** Für die Publikation aller übrigen Inserate gilt eine Zahlungsfrist von 30 Kalendertagen ohne Skontoabzug.

**13.3.** Der Inserent fällt nach Ablauf der Zahlungsfristen gemäss 13.1 bzw. 13.2 umgehend in Verzug. In der Folge erhebt die Werbegesellschaft einen Verzugszins von 10%. Zudem kann die Werbegesellschaft für alle zukünftigen Aufträge Vorauszahlung verlangen bis alle gebuchten Inserate bezahlt worden sind.

**13.4.** Fällt der Inserent nach 13.3 in Verzug, so werden ihm für das zweite und letzte Erinnerungsschreiben der Werbegesellschaft CHF 50.00 in Rechnung gestellt.

**13.5.** Bei Betreibung, Nachlassstundung oder Konkurs entfallen Rabatte und allfällige Beratungs- und Vermittlungsprovisionen.

**13.6.** Der Inserent verzichtet auf das Verrechnungsrecht gemäss Art. 126 Obligationenrecht.

##### **14. Vorzeitige Vertragsauflösung**

**14.1.** Stellt ein Insertionsorgan während der Vertragsdauer sein Erscheinen ein, kann die Werbegesellschaft ohne Ersatzverpflichtung vom Vertrag zurücktreten.

**14.2.** Dies entbindet den Inserenten nicht von der Bezahlung der erschienenen Inserate.

**14.3.** Es werden keine Rabattnachbelastungen, aber Vergütungen vorgenommen, sofern zum Zeitpunkt der Vertragsauflösung eine höhere Rabattstufe erreicht wurde.

##### **C. HAFTUNG DER WERBEGESELLSCHAFT**

##### **15. Fehlerhaftes Erscheinen, Nichterscheinen**

**15.1.** Reklamationen wegen fehlerhaften Erscheinens oder Nichterscheinens sind innerhalb von 10 Kalendertagen nach Publikation bei der Werbegesellschaft anzubringen.

**15.2.** Wird der Sinn oder die Wirkung des Inserates wesentlich beeinträchtigt oder ist ein Termin inserat nicht erschienen, werden die Einschaltkosten ganz oder teilweise erlassen oder in Form von Inseraterraum in der betreffenden Publikation kompensiert. Bei telefonisch erteilten Aufträgen, bei fehlerhaften digitalen Übermittlungen von Inseraten zur Werbegesellschaft oder zum Verlag, bei Fehlern infolge von Übersetzungen fremdsprachiger Vorlagen, bei Datenerveischreibungen (Ziff. 9.2), bei nicht eingehaltenen Platzierungsvorschriften, 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.

##### **D. HAFTUNG DES INSERENTEN**

##### **16. Haftung bezüglich Inhalt der Inserate**

**16.1.** Der Inserent ist für den Inhalt der Inserate verantwortlich. Er erklärt, die einschlägigen gesetzlichen Bestimmungen und Branchenregeln einzuhalten und dafür der Werbegesellschaft und dem Verlag verantwortlich zu sein. Er stellt die Werbegesellschaft und den Verleger sowie deren Organe und Hilfspersonen von Ansprüchen Dritter frei. Er ist in jedem Fall verpflichtet, sämtliche im Zusammenhang mit Ansprüchen Dritter oder in sonstigen Verfahren anfallende, gerichtlichen oder aussergerichtlichen Kosten zu übernehmen.

**6.3.** 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 Volumen können nicht auf das folgende Abschlussjahr übertragen werden.

#### **7. Wiederholungsaufträge, Wiederholungsrabatte**

**7.1.** Für Inserate, die an zum voraus festgesetzten Daten unverändert erscheinen (Wiederholungsaufträge), können die Insertionstarife Wiederholungsrabatte vorseehen.

**7.2.** Die Inserate müssen grundsätzlich unverändert erscheinen; einzig bei Vollvorlagen können in der Regel die Sujets gewechselt werden.

**7.3.** Rückwirkend wird ein höherer Rabatt gewährt, sofern der Wiederholungsauftrag vor Erscheinens des letzten Inserates unter den gleichen Voraussetzungen erweitert und damit eine höhere Stufe erreicht wird.

#### **8. Modalitäten Mengenabschlüsse bzw. Wiederholungsaufträge**

**8.1.** Für jedes Insertionsorgan muss ein separater Mengenabschluss bzw. Wiederholungsauftrag vereinbart werden.

**8.2.** Der Mengenabschluss bzw. Wiederholungsauftrag kann grundsätzlich nur von einem einzelnen, rechtlich selbstständigen Inserenten getätigkt werden. Konzernen und Holdinggesellschaften kann jedoch die Treuhandgesellschaft BDO Zürich unter gewissen Voraussetzungen die Berechtigung zusprechen, Konzernabschlüsse zu tätigen.

**8.3.** 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.

**8.4.** Grundsätzlich gilt für die ganze Laufdauer der gleiche Rabattsatz.

#### **9. Verlegerrecht**

**9.1.** Die Verlage behalten sich vor, Änderungen der Inseratinhalte zu verlangen oder Inserate ohne Angabe von Gründen abzulehnen.

**9.2.** Die Verlage können aus technischen Gründen für bestimmte Daten vorgeschriebene, aber dem Inhalt nach nicht unbedingt termingebundene Inserate ohne vorherige Benachrichtigung um eine Ausgabe vor- oder zurückverschieben.

**9.3.** Die Verlage können Inserate mit der Bezeichnung «Inserat» versehen, um sie vom redaktionellen Teil abzugrenzen.

**9.4.** Die Verlage können grundsätzlich über die Platzierung der Inserate bestimmen. Platzierungswünsche des Auftraggebers können nur unverbindlich entgegengenommen werden. Für eingehaltene Platzierungsvorschriften wird der festgelegte Preis erhoben.

**9.5.** Aufträge für Werbebeilagen und Beifester sind für die Verlage erst nach Genehmigung eines Musters bindend.

#### **10. Chiffreinserate**

**10.1.** Die Werbegesellschaft verpflichtet sich zur Wahrung des Chiffregeheimnisses. Vorbehalten bleiben namentlich folgende Fälle: Die Werbegesellschaft kann in begründeten Fällen

- Justiz- oder Verwaltungsbehörden

• Personen, die einem Chiffreinserenten ihre Personendaten mitgeteilt haben und im Nachhinein wegen nicht zurückgesetzter Unterlagen ihr Auskunftsrecht wahrnehmen wollen, die Identität des Chiffreinserenten bekannt geben.

**10.2.** Die Werbegesellschaft braucht insbesondere Werbesendungen, Vermittlungs- und anonyme Angebote nicht an den Chiffreinserenten weiterzuleiten. Zu diesem Zweck kann sie eingehende Angebote öffnen und überprüfen.

**10.3.** Für Chiffreinserate wird pro Auftrag eine Gebühr erhoben. Ausserordentliche Aufwendungen werden zusätzlich in Rechnung gestellt.

**10.4.** Die Verantwortung für die Rücksendung von Dokumenten obliegt dem Chiffreinserenten.

#### **11. Probeabzüge**

**11.1.** Auf Anfrage können Probeabzüge für kommerzielle Inserate geliefert werden, sofern die Druckunterlagen mindestens 3 Kalendertage vor Annahmeschluss eintreffen.

#### **17. Gegendarstellungsrecht**

**17.1.** Bei einem Gegendarstellungsbegehren (Art. 28 ff. ZGB) gegenüber Inseraten informiert der Verlag bzw. die Werbegesellschaft den Inserenten über den Eingang des Begehrens und bespricht mit ihm das Eintreten auf das Begehren bzw. seine Abweisung oder Gutheissung sowie das Vorgehen bei einer allfälligen Publikation und die damit zusammenhängenden Modalitäten.

#### **E. WEITERVERWENDUNG VON INSERATEN**

##### **18. Verwendung von Inseraten für elektronische Datenbanken**

**18.1.** Der Inserent erklärt sein Einverständnis, dass die Werbegesellschaft 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 die Vertraulichkeit, Integrität, Authentizität und Verfügbarkeit seiner Personendaten nicht garantiert ist.

**18.2.** Die nicht autorisierte und ohne gewichtige Eigenleistung erfolgende Bearbeitung und Verwertung von abgedruckten oder in elektronische Datenbanken eingespeisten Inseraten durch Dritte ist unzulässig und wird vom Inserenten untersagt. Dieser überträgt der Werbegesellschaft insbesondere das Recht, nach Rücksprache mit dem Verlag mit geeigneten Mitteln dagegen vorzugehen.

#### **19. Geistiges Eigentum an Inseraten**

**19.1.** Der Inserent erkennt das geistige Eigentum, insbesondere das Urheberrecht, der Werbegesellschaft an allen von ihr selber kreierten Inseraten mit individuellem Charakter (z.B. DTP-Verfahren). Soweit der Inserent seinen vertraglichen Pflichtungen gegenüber der Werbegesellschaft 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. Das Wiener Kaufrecht (CISG) wird ausgeschlossen.**

**21. Ausschliesslicher Gerichtsstand ist das zuständige Gericht am Ort der Geschäftsstelle der Werbegesellschaft, die den Insertionsvertrag geschlossen hat, sofern das Gesetz keinen zwingenden Gerichtsstand vorsieht.**

Die vorliegenden Geschäftsbedingungen treten am 1.4.2014 in Kraft und ersetzen alle früheren Fassungen. Die deutsche Version dieser allgemeinen Geschäftsbedingungen geht anderen Sprachversionen vor. Die allgemeinen Geschäftsbedingungen sind jederzeit veränderbar. Die jeweils aktuelle Fassung findet sich auf <http://www.vsw-assp.ch>.

# ZentraleSchweiz am Sonntag

Anzeige

NZZ Media Solutions AG  
Maiholistrasse 76  
CH-6002 Luzern  
Postfach

Tel. +41 429 52 52  
Fax +41 429 59 69  
Inserate@lzmmedien.ch  
www.nzzmediasiolutions.ch

Luzerner Zeitung AG  
Maiholistrasse 76  
CH-6002 Luzern  
Postfach

Tel. +41 429 52 52  
Fax +41 429 53 78  
Verlag@luzernerzeitung.ch  
www.luzernerzeitung.ch

Luzerner Zeitung  
Maiholistrasse 76  
CH-6002 Luzern  
Postfach

Luzerner Zeitung  
Maiholistrasse 76  
CH-6002 Luzern  
Postfach

Redaktion

Fax +41 41 429 51 81  
Tel. +41 41 429 51 51  
redaktion@luzernerzeitung.ch  
www.luzernerzeitung.ch

Fax +41 41 429 51 81  
Tel. +41 41 429 51 51  
redaktion@luzernerzeitung.ch  
www.luzernerzeitung.ch