

# Preise / Leistungen 2016



 sonntagspool

Immer dabei.



## Konzept

Die Zentralschweiz am Sonntag ist die Sonntagsausgabe der Neue Luzerner Zeitung mit ihren Regionalausgaben (Neue Zuger Zeitung, Neue Nidwaldner Zeitung, Neue Obwaldner Zeitung und Neue 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

<b>Bund</b>	<b>Inhalt</b>
<b>1. Bund</b>	<b>Überregional</b> Front / Seite 2 / Tagesthema / Schweiz / Ausland / Digital / Wirtschaft / Markt
<b>2. Bund</b>	<b>Kantone</b> Persönlich / Kantone / Luzern (Split Zug) / Obwalden/Nidwalden / Uri/Schwyz / Kultur / Wetter
<b>3. Bund</b>	<b>Sport</b> Sport / Arena / Unterhaltung / TV/Radio / Die andere Seite
<b>4. Bund</b>	<b>Piazza</b> Piazza / Lebensart / Unterwegs / Zippy / Wissen
<b>SAPHIR</b>	<b>Das Magazin für das Schöne und das Gute</b> Erscheint 2x jährlich im Frühling und Herbst im Tabloidformat
<b>PIÙ</b>	<b>Das Magazin zum Lucerne Festival</b> Erscheint 1x jährlich im Juni im Tabloidformat

Samstag, 1. November 2014, Nr. 44 | Zentralnachrichten Sonntags

# Piazza

35



## «Ich bin ein...»

**39 SELBER MACHEN**  
Tellen wollen verändern. Hier haben sie einen. Die Idee: Mit Hilfe von...  
**40 BERLINER MAUER**  
Was ist von der Berliner Mauer...  
**Starkes Sign**

**DIE BILANZ**

- 1. Platz: 5
- 2. Platz: 4
- 3. Platz: 1,5
- 4. Platz: 4

Samstag, 1. November 2014, Nr. 44 | Zentralnachrichten Sonntags

# Sport

23

## Bedrohungen sind an der Tagesordnung

**LUZERN** Bei der Arbeit bedrohlich: Das erleben nicht nur die Beisetzer auf dem Strossacker. Für viele, die im öffentlichen Dienst arbeiten, ist das Alltag. Auch vor Gewalt wird nicht Halt gemacht.

**Starkes Sign**



**Starkes Sign**

**Starkes Sign**

Samstag, 1. November 2014, Nr. 44 | Zentralnachrichten Sonntags

# Kantone

13

## ZENTRALSCHWEIZ AM SONNTAG

2. November 2014

**Trainiert** Nationalnachricht  
Gut haben sagt, was er mit seinen...  
**Pointiert** Für...  
Kauf...  
...  
**Immer mehr Angriffe auf Uniformierte**

**Opposition gegen Schwabenschuss**

## Kontaktpersonen

Funktion	Name	Email	Telefon	Mobile
Leiter Werbermarkt	Edi Lindegger	edi.lindegger@lzmedien.ch	041 429 59 50	079 459 23 01
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
Leiter Verkauf LU	Alexander Stadelmann	alexander.stadelmann@lzmedien.ch	041 429 59 40	079 706 64 25
Leiter Verkauf ZG/NW/OW/UR	Michael Kraft	michael.kraft@lzmedien.ch	041 618 62 86	079 376 00 55
Leiterin Verkauf Innendienst	Silvia Reinhard	silvia.reinhard@lzmedien.ch	041 429 59 60	
Leiter Verkaufssupport/-strategie	Roger Duss	roger.duss@lzmedien.ch	041 429 59 52	
Verkaufssupport/-Strategie	Gaby Haudek	gabriele.haudek@lzmedien.ch	041 429 59 51	
Technische Dienste/Reservierungen	Martha Hopp	tclu@lzmedien.ch	041 429 59 65	

## Mehrwertsteuer

### Fixformate

**Alle Preise verstehen sich zuzüglich 8,0% Mehrwertsteuer.**

<b>Annoncen</b>	<b>Format</b>	<b>farbig</b>	<b>1. Bund</b>	<b>ab 2. Bund</b>
1/1 Seite	290 x 440 mm		Fr. 16 500.–	Fr. 15 000.–
1/2 Seite	290 x 218 mm		Fr. 10 300.–	Fr. 9 400.–
1/4 Seite	290 x 108 mm oder 143 x 218 mm		Fr. 5 400.–	Fr. 4 900.–
1/8 Seite	143 x 108 mm		Fr. 2 800.–	Fr. 2 500.–
2/1 Seiten Panorama	610 x 440 mm		Fr. 24 800.–	Fr. 22 500.–

<b>Stellen</b>	<b>Format</b>	<b>schwarz/weiss</b>	<b>farbig</b>
1/4 Seite	143 x 200 mm	Fr. 3 800.–	Fr. 5 500.–
Print-to-Online: Zeitungs-Inserat zusätzlich auf Stellenportal: 4 Wochen Fr. 150.–			
Stellen Plus: 50% Rabatt auf Sonntagsausgabe, wenn das gleiche Inserat in der Neuen Luzerner Zeitung erscheint			

<b>Textanschlüsse</b>	<b>Format</b>	<b>farbig</b>	<b>1. Bund</b>	<b>ab 2. Bund</b>
1/2 Seite	290 x 220 mm		Fr. 13 400.–	Fr. 12 200.–
1/4 Seite	290 x 110 mm		Fr. 7 000.–	Fr. 6 400.–
2/2 Seite Panorama	610 x 220 mm		Fr. 26 800.–	Fr. 24 400.–
2/4 Seite Panorama	610 x 110 mm		Fr. 14 000.–	Fr. 12 800.–
Junior Page	172 x 220 mm		Fr. 9 900.–	Fr. 9 000.–
Monolith	55 x 420 mm		Fr. 7 600.–	Fr. 6 900.–
	114 x 420 mm		Fr. 13 900.–	Fr. 12 600.–
	172 x 420 mm		Fr. 20 800.–	Fr. 18 900.–
Zenter-Pano 1/1 Seite	290 x 440 mm		Fr. 36 300.–	Fr. 33 000.–

<b>Textanschlüsse</b>	<b>Platzierung</b>	<b>Format</b>	<b>farbig</b>
Bundauftakt	1. Bund Frontseite am Fuss	290 x 50 mm	Fr. 7 500.–
	2. Bund Kantone am Fuss	290 x 50 mm	Fr. 4 400.–
	3. Bund Sport am Fuss	290 x 50 mm	Fr. 4 100.–
Wetter	Letzte Seite 2. Bund am Fuss	290 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, Kopffeld links	75 x 17 mm	Fr. 1 140.–
	Frontseite, Fussfeld links	55 x 50 mm	Fr. 1 370.–
2. Bund Kantone	Wetter, Kopffeld links	143 x 25 mm	Fr. 670.–
3. Bund Sport	TV/Radio, Fussfeld rechts	79 x 97 mm	Fr. 440.–
	Die andere Seite, Fussfeld links	114 x 60 mm	Fr. 770.–
4. Bund Piazza	Kino, Feld klein	55 x 13 mm	Fr. 80.–
	Kino, Feld gross	55 x 30 mm	Fr. 190.–
	Wissen, Fussfeld rechts	55 x 150 mm	Fr. 860.–

## Individualformate

Inserat	Format	Fr./mm	schwarz/weiss	farbig
Annoncen	Minimalvolumen 50 mm		3.15	5.25
Inserat auf Textseite				
- an 1 Seite Text angrenzend	10-spaltig, mind. 50 mm, max. 220 mm hoch		4.73	6.83
- an 2 Seiten Text angrenzend	gradspaltig, Minimalvolumen 50 mm		8.66	10.76
- an 3 Seiten Text angrenzend	2-spaltig, mind. 25 mm, max. 100 mm hoch, links angeschlagen		11.81	13.91
Stellen	mind. 2-spaltig, Minimalvolumen 50 mm		4.21	6.16
	Print-to-Online: Zeitungs-Inserat zusätzlich auf Stellenportal: 4 Wochen	Fr. 150.–		
	Stellen Plus: 50% Rabatt auf Sonntagsausgabe, wenn das gleiche Inserat in der Neuen Luzerner Zeitung erscheint			
Immobilien	gradspaltig, Minimalvolumen 50 mm		3.77	6.16

## Marktplatz

	Format	pro Modul	schwarz/weiss	farbig
1 Modul	55 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 Neue 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	290 x 430 mm	Fr. 15 000.–
1/2 Seite	290 x 208 mm	Fr. 9 400.–

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

### Bestimmungen

Am Kopf einer Publireportage wird der Titel «PubliReportage» von Zeitung eingesetzt

Kein 5-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. 19 400.–

Platzierung: Auf der Frontseite oben rechts (links neben Datum).

Preise 1- oder 2-seitig inkl. technische Kosten (Papier, Druck, Aufkleben, etc.).

## Prospektbeilagen

Auflage	anzuliefern	verteilt	verrechnet
Total	100 000 Expl.	98 500 Expl.	96 623 Expl.

Gewicht/Preise	bis 50g	über 50 bis 75g	über 75 bis 100g	über 100 bis 125g	über 125 bis 150g
Total	Fr. 37 200.—	Fr. 42 500.—	Fr. 47 800.—	Fr. 53 900.—	Fr. 59 200.—
Preise pro 1000 Expl.	Fr. 385.—	Fr. 439.85	Fr. 494.70	Fr. 557.85	Fr. 612.70

Prospektbeilagen über 150g bitte anfragen.

In der Prospektbeilage enthaltene **Fremdinserte** 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)

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

Mit Vermerk Zentralschweiz am Sonntag

### Technische Richtlinien für das Einstecken 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. 39 300.–	Fr. 39 800.–	Fr. 41 100.–	Fr. 47 400.–	Fr. 49 200.–	Fr. 55 500.–

Preise inkl. Farbe, Porto und Druck. Zeitungsrotationsdruck. Papier bei 4 Seiten 60 gm<sup>2</sup> Edelweiss, bei 8 Seiten 49 gm<sup>2</sup> Perlenpress, bei 12 Seiten und mehr 45 gm<sup>2</sup> Perlenpress. Prospektstrasse über 24 Seiten bitte anfragen. Datenanlieferung und weitere Detailinformationen nach Rücksprache. Nicht bei der Neuen Luzerner Zeitung AG gedruckte Prospektstrassen gelten als Prospektbeilagen und werden als solche verrechnet.

In der Prospektstrasse enthaltene **Fremdinserte** werden pro Fremdanzeige/seite/-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 277 292 Exemplaren aus und hat eine Nettoleserschaft von 754 000 cRR. 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%
Multi-ec-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 Neue Luzerner Zeitung Gesamtausgabe, Neue Luzerner Zeitung Lokalausgabe, APERO, TV-Woche, ROI, Neue Luzerner Zeitung GES/Anzeiger Affoltern, Neue LZ Zentralschweiz, Neue LZ Zentralschweiz/Einsiedler Anzeiger, Cityplus, Zentralschweiz am Sonntag, SAPHIR, PIU, ROI Spezial, 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 Zentralschweiz am Sonntag, Neue Luzerner Zeitung Gesamtausgabe, Neue Luzerner Zeitung GES/Anzeiger Affoltern, Neue LZ Zentralschweiz, Neue LZ Zentralschweiz/Einsiedler Anzeiger 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

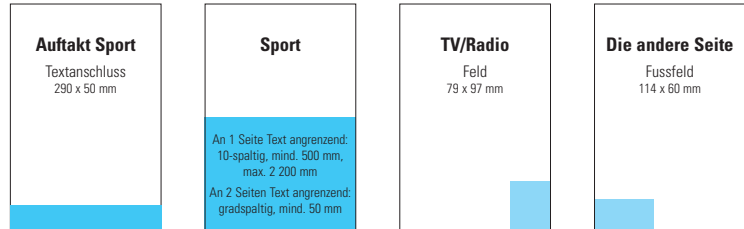
<b>Front</b> Kopffeld 75 x 17 mm  Fussfeld 55 x 50 mm Textanschluss 290 x 50 mm	<b>Seite 2</b>  Textanschluss 290 x 110 mm	<b>Tagesthema</b>  Textanschluss 290 x 110 mm	<b>Schweiz</b>  An 1 Seite Text angrenzend: 10-spaltig, mind. 500 mm, max. 2 200 mm An 2 Seiten Text angrenzend: gradspaltig, mind. 50 mm	<b>Ausland</b>  An 1 Seite Text angrenzend: 10-spaltig, mind. 500 mm, max. 2 200 mm An 2 Seiten Text angrenzend: gradspaltig, mind. 50 mm	<b>Wirtschaft</b>  An 1 Seite Text angrenzend: 10-spaltig, mind. 500 mm, max. 2 200 mm An 2 Seiten Text angrenzend: gradspaltig, mind. 50 mm
--	---	--	---	---	--

### 2. Bund Kantone

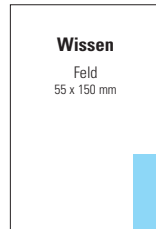
<b>Auftakt Kantone</b> Textanschluss 290 x 50 mm	<b>Kantone</b>  An 1 Seite Text angrenzend: 10-spaltig, mind. 500 mm, max. 2 200 mm An 2 Seiten Text angrenzend: gradspaltig, mind. 50 mm	<b>Luzern</b>  An 1 Seite Text angrenzend: 10-spaltig, mind. 500 mm, max. 2 200 mm An 2 Seiten Text angrenzend: gradspaltig, mind. 50 mm	<b>Ob-/Nidwalden</b>  An 1 Seite Text angrenzend: 10-spaltig, mind. 500 mm, max. 2 200 mm An 2 Seiten Text angrenzend: gradspaltig, mind. 50 mm	<b>Uri/Schwyz</b>  An 1 Seite Text angrenzend: 10-spaltig, mind. 500 mm, max. 2 200 mm An 2 Seiten Text angrenzend: gradspaltig, mind. 50 mm	<b>Kultur</b>  An 1 Seite Text angrenzend: 10-spaltig, mind. 500 mm, max. 2 200 mm An 2 Seiten Text angrenzend: gradspaltig, mind. 50 mm
--	---	--	---	--	--

<b>Wetter</b> Kopffeld 143 x 25 mm  An 1 Seite Text angrenzend: 290 x 155 mm
---

### 3. Bund Sport



### 4. Bund Piazza



## 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
Inserategrösse	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 Neue 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 Farbekklusivität auf einer Seite gewährleistet.

## Technische Koordination

Martha Hopp, Tel. 041 429 59 65, [tklu@lzmedien.ch](mailto:tklu@lzmedien.ch)

## Erscheinungsweise

1x wöchentlich Sonntag

## Annahmeschlüsse

Was	Annahmeschluss	Zeit	Was	Annahmeschluss	Zeit
Annoncen	Freitag	9.00 Uhr	Stellen und Immobilien	Donnerstag	16.00 Uhr

## Reservation/Abbestellungen

Was	Was	
Prospektbeilagen	15 Arbeitstage	
Memosticks	10 Arbeitstage	
	Prospektstrassen	15 Arbeitstage

## Probeabzüge

3 Arbeitstage vor Annahmeschluss

## Formate

Zeitung	Breite x Höhe	Fakturiertes Volumen
Zeitungsformat	320 x 470 mm	
1/1 Seite Satzspiegel	290 x 440 mm	4 400 mm
2/1 Seiten Panorama Satzspiegel	610 x 440 mm (Bundüberlauf 30 mm)	8 800 mm

## Spaltenbreiten

Spalten	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
mm	–	55	84	114	143	172	202	231	–	290

**Formatvorschriften:** 9-spaltige Anzeigen werden 10-spaltig platziert und seitenbreit verrechnet.

Spalten Panorama	12	13	14	15	16	17	18	19	20	22
mm	316	344	375	404	434	463	492	521	551	610

Bundüberlauf von 30 mm ist in den Formatangaben inbegriffen.

## Auflage

<b>Titel</b>	<b>Exemplare</b>
Total verbreitete Auflage Zentralschweiz am Sonntag	96 623
Auflage WEMF-Beglaubigung 10.2015.	

## Verbreitung

<b>Kanton</b>	<b>Bezirk</b>	<b>Haushaltungen</b>	<b>Exemplare</b>	<b>Abdeckung</b>
Zentralschweiz		331 259	93 024	28.1%
Luzern		187 183	58 706	31.4%
	Entlebuch	10 147	3 355	33.1%
	Hochdorf	30 972	9 914	32.0%
	Luzern Land	44 980	15 362	34.2%
	Luzern Stadt	48 965	13 083	26.7%
	Sursee	30 047	11 232	37.4%
	Willisau	22 072	5 760	26.1%
Uri		16 410	4 690	28.6%
Innerschwyz		30 963	2 756	8.9%
	Gersau	1 095	76	6.9%
	Küssnacht a.R.	5 927	1 159	19.6%
	Schwyz	23 941	1 521	6.4%
Obwalden		16 920	5 270	31.2%
Nidwalden		20 622	7 034	34.1%
Zug		59 161	14 568	24.6%
Aargau	Muri	14 793	1 191	8.1%

Quelle: Verbreitungsdaten der Schweizer Presse VSW 2015.

## Leserdaten

Verbreitungsgebiet		Grundgesamtheit	Projektion	Reichweite
Deutschschweiz		4 668 000 Personen	220 000 Leser	4.7%
Zentralschweiz (WG's 21/24/25)		554 000 Personen	218 000 Leser	39.3%
Kanton	Luzern	314 000 Personen	132 000 Leser	42.0%
	Uri	29 000 Personen	7 000 Leser	22.6%
	Innerschwyz	54 000 Personen	9 000 Leser	16.5%
	Obwalden	30 000 Personen	15 000 Leser	51.1%
	Nidwalden	35 000 Personen	19 000 Leser	54.0%
	Zug	91 000 Personen	36 000 Leser	39.5%
Agglomeration Luzern		177 000 Personen	78 000 Leser	44.0%

### 1000-Leser-Preis

1/1 Seite Brutto

farbig

Fr. 67.74

Soziodemografische Merkmale		Projektion	Reichweite	Struktur	Affinität
Leser in der Zentralschweiz		218 000	39.3%	100%	100
Geschlecht	Männer	114 000	40.8%	52%	104
	Frauen	104 000	37.8%	48%	96
Alter	14 bis 19 Jahre	11 000	25.7%	5%	65
	20 bis 29 Jahre	23 000	26.3%	11%	67
	30 bis 39 Jahre	25 000	31.7%	12%	81
	40 bis 49 Jahre	44 000	36.1%	20%	92
	50 bis 59 Jahre	43 000	50.6%	20%	129
	60 bis 69 Jahre	33 000	52.7%	15%	134
	70 Jahre und älter	37 000	52.8%	17%	134
Schulbildung	Obligatorische Schule	35 000	30.0%	16%	76
	Mittelschule	117 000	40.9%	54%	104
	Hochschule	66 000	43.5%	30%	111



Berufliche Stellung	Selbständige	19 000	44.0%	9%	112
	Angest. m. Vorgesetztenfunk.	58 000	40.2%	27%	102
	Angest. o. Vorgesetztenfunk.	68 000	35.9%	31%	91
	In Ausbildung/Lehre	9 000	28.9%	4%	74
	nicht Erwerbstätige	64 000	43.9%	29%	112
Lebenswelten	Learners	14 000	27.8%	7%	71
	Young Nokids	22 000	26.4%	10%	67
	Young Withkids	24 000	30.5%	11%	78
	Nokids	65 000	45.1%	30%	115
	Withkids	45 000	43.5%	21%	111
	Pensioners	47 000	51.0%	22%	130
Haushalteinkommen	bis Fr. 3 999.–	28 000	42.2%	13%	107
	Fr. 4 000.– bis Fr. 5 999.–	38 000	33.0%	18%	84
	Fr. 6 000.– bis Fr. 7 999.–	51 000	38.3%	24%	97
	Fr. 8 000.– bis Fr. 9 999.–	36 000	39.8%	16%	101
	Fr. 10 000.– bis Fr. 14 999.–	49 000	46.7%	22%	119
	über Fr. 15 000.–	15 000	35.5%	7%	90
Haushalte	mit Stopp-Kleber	70 000	35.8%	32%	91
	ohne Stopp-Kleber	147 000	41.3%	67%	105
Siedlungsart	Stadt/Agglomeration	128 000	41.2%	59%	105
	Land	89 000	36.8%	41%	94

Quelle: MACH Basic/Consumer 2015-2

# 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 Beiheftern (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.** Bezüglich Publikation gelten die jeweils gültigen Insertionsstarife und Rabatte der Verlage, zuzüglich MWST.

**3.2.** Bezüglich 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 Insertionsstarife, 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 Anrecht 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 ersterschieneren Inserates in Rechnung gestellt.

#### 6. Mengenabschlüsse, Mengenrabatte

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

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

**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 erscheinenden 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 Termininserat nicht erschienen, werden die Einschaltkosten ganz oder teilweise erlassen oder in Form von Inseratenraum in der betreffenden Publikation kompensiert. Bei telefonisch erteilten Aufträgen, bei fehlerhaften digitalen Übermittlungen von Inseraten zur Werbegesellschaft oder zum Verlag, bei Fehlern infolge von Übersetzungen fremdsprachiger Vorlagen, bei Datenverschiebungen (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 Insertionsstarife Wiederholungsrabatte vorsehen.

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

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

#### **8. Modalitäten 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 selbständigen Inserenten getätigt werden. Konzern 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 Beihefter 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 zurückgesandter 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 Druckerunterlagen 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 Guthelssung 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 eingespierten Inseraten durch Dritte ist unzulässig und wird vom Inserenten untersagt. Dieser überträgt der Werbegesellschaft insbesondere das Recht, nach Rücksprache mit dem Verlag mit geeigneten Mitteln dagegen vorzugehen.

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

**19.1.** Der Inserent anerkennt das geistige Eigentum, insbesondere das Urheberrecht, der Werbegesellschaft an allen von ihr selber kreierten Inseraten mit individuellem Charakter (z.B. DTP-Verfahren). Soweit der Inserent seinen vertraglichen Verpflichtungen gegenüber der Werbegesellschaft nachkommt, ist ihm die Nutzung des geistigen Eigentums im Rahmen des ursprünglichen Verwendungszweckes auf unbeschränkte Zeit erlaubt.

##### **F. 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-ssp.ch>.



Anzeigen

NZZ Media Solutions AG

Maihofstrasse 76

Postfach

CH-6002 Luzern

Tel. +41 41 429 52 52

Fax +41 41 429 59 69

inserate@lzm Medien.ch

www.nzzmediasolutions.ch

Verlag

Neue Luzerner Zeitung AG

Maihofstrasse 76

Postfach

CH-6002 Luzern

Tel. +41 41 429 52 52

Fax +41 41 429 53 78

verlag@luzernerzeitung.ch

www.luzernerzeitung.ch

Redaktion

Neue Luzerner Zeitung AG

Maihofstrasse 76

Postfach

CH-6002 Luzern

Tel. +41 41 429 51 51

Fax +41 41 429 51 81

redaktion@luzernerzeitung.ch

www.luzernerzeitung.ch

Immer dabei.

