

Allgemeine Geschäftsbedingungen Insertionsbedingungen für gedruckte Medien der vitagate AG

Gültig ab 1. Januar 2022

1. Anwendbarkeit

Die Insertionsbedingungen regeln die vertraglichen Beziehungen zwischen dem Inserenten bzw. dem von ihm beauftragten Werbevermittler («Werbevermittler») und der vitagate ag («Verlag»), sofern nichts anderes vereinbart wurde. Insoweit diese Bedingungen keine abweichenden Regeln enthalten, gelten für das Vertragsverhältnis die Vorschriften über den Werkvertrag (Art. 363 ff. OR).

2. Aufgabe

Änderung und Sistierung von Inseraten nur schriftlich. Änderungen und Sistierungen sind bis zum Inseratenannahmeschluss ohne Kostenfolge möglich. Unkosten für bereits bearbeitetes Druckmaterial werden in Rechnung gestellt. Die vom Verlag und/oder dessen Beauftragten hergestellten Repro- und Litho-Unterlagen bleiben dessen Eigentum. Für Fehler aus telefonischen und/oder elektronischen Übermittlungen jeder Art oder schlechter Telefaxqualität übernimmt der Verlag keine Haftung.

3. Platzierungswünsche

Werden nur unverbindlich entgegengenommen. Für Anzeigen mit festen Platzierungsvorschriften wird, sofern diese vom Verlag akzeptiert werden, ein Platzierungszuschlag erhoben. Erscheint die Anzeige aus technischen und/oder redaktionellen Gründen an einer anderen Stelle als vorgeschrieben oder gewünscht, so kann deswegen weder die Zahlung verweigert noch Schadenersatz verlangt werden. Ein Platzierungszuschlag wird in diesem Fall nicht erhoben. Konkurrenzausschluss ist nicht möglich.

4. Veröffentlichung von Inseraten/Beilagen

Der Verlag behält sich jederzeit vor, Änderungen der Inserate-/Beilageninhalte zu verlangen oder Inserate/Beilagen ohne Angabe von Gründen abzulehnen bzw. zu sistieren.

5. Rechtliche Prüfung der Inhalte

Der Verlag behält sich vor, die rechtliche Konformität von Werbung jeglicher Art vor der Publikation juristisch überprüfen zu lassen. Dadurch anfallende Kosten gehen zulasten der Werbeauftraggeber.

6. Termine

Die Anzeigenunterlagen müssen bei Anzeigenschluss vorliegen, damit die Konformität des Inhalts und der Darstellung kontrolliert und gegebenenfalls korrigiert werden können, ohne dass der Erscheinungstermin gefährdet ist. Aus denselben Gründen müssen PR-Anzeigen einen Monat vor dem Termin für die allgemeinen Anzeigen in Auftrag gegeben sein.

7. Redaktionelle Veröffentlichungen.

Die Veröffentlichung von redaktionellen Beiträgen kann bei der Aufgabe von Inseraten nicht zur Bedingung gemacht werden.

8. Haftung

Der Inserent ist für den Inhalt der Inserate verantwortlich. Er ist verpflichtet, die einschlägigen gesetzlichen Bestimmungen, Richtlinien und Regeln der Branche einzuhalten, und stellt, soweit rechtlich möglich, den Verlag, dessen Organe und Hilfspersonen von jeglichen Ansprüchen Dritter frei. Wird der Verlag gerichtlich belangt, ist der Inserent verpflichtet, nach erfolgter Streitverkündung dem Prozess beizutreten. Der Inserent ist in jedem Fall verpflichtet, sämtliche im Zusammenhang mit Ansprüchen Dritter anfallenden gerichtlichen und aussergerichtlichen Kosten zu übernehmen.

9. Gegendarstellungsrecht

Gegendarstellungsbegehren zu Inseraten werden vom Verlag soweit möglich in Absprache mit dem Inserenten bzw. dem Werbevermittler behandelt. Wird der Verlag gerichtlich belangt, ist der Inserent verpflichtet, nach erfolgter Streitverkündung dem Prozess beizutreten. Der Inserent ist in jedem Fall verpflichtet, sämtliche im Zusammenhang mit einer Gegendarstellung anfallenden gerichtlichen und aussergerichtlichen Kosten zu übernehmen.

10. Erkennbarkeit

Inserate-Beilagen müssen von den Lesern deutlich als solche erkennbar sein und sich vom redaktionellen Teil in Gestaltung und Schrift unterscheiden. Der Verlag behält sich eine zusätzliche Kennzeichnung durch eine Überschrift «PR-Anzeige von (Firma)» oder mit ähnlichem Sinn vor.

Das Logo oder der Name der Zeitschrift oder Hinweise auf die Redaktion dürfen in der Anzeige nie verwendet werden; andernfalls behält sich der Verlag vor, Aufträge zurückzuweisen.

11. Gut zum Druck

Werden nur auf ausdrücklichen Wunsch erstellt und nur, sofern die Druckunterlagen mindestens 1 Arbeitstag vor Insetrateschluss dem Verlag vorliegen. Die Veröffentlichung der Insetrate erfolgt grundsätzlich in den vorgeschriebenen Ausgaben, selbst wenn das Gut zum Druck noch aussteht. Bei Vollvorlagen wird grundsätzlich kein Gut zum Druck geliefert.

12. Drucktechnische Mängel

Für Insetrate, die infolge fehlender oder ungeeigneter Druckunterlagen (zu feiner Raster, zu feine Linien, zu kleine Schrift usw.) nicht einwandfrei erscheinen, und für Abweichungen in der Farbgebung oder für Passerdifferenzen, die durch die technischen Gegebenheiten des Druckverfahrens bedingt sind, kann keine Haftung übernommen werden. Dies gilt ebenso für Druckunterlagen, deren Qualität vom Verlag beanstandet wurde und die trotz Intervention nicht durch einwandfreies Material ersetzt wurden. Bei Buntfarben bleibt eine angemessene Toleranz in der Farbnuance vorbehalten.

13. Druckfehler

Die weder den Sinn noch die Werbewirkung des Insetrates wesentlich beeinträchtigen, berechtigen nicht zu einem Preisnachlass. Ebenso wenig kann für Abweichungen von typografischen Vorschriften und/oder für fehlende Codezeichen in Couponinsetraten Ersatz geleistet werden.

- 13.1. Für Übersetzungsfehler aus fremdsprachigen Vorlagen kann keine Haftung übernommen werden.
- 13.2. Für mangelhaftes Erscheinen, das den Sinn oder die Wirkung eines Insetrates wesentlich beeinträchtigt, werden im Maximum die Einschaltkosten des entsprechenden Insetrates erlassen oder in Form von Insetraterraum kompensiert. Weiter gehende Ansprüche sind ausgeschlossen.

14. Reklamationen

Werden nur innerhalb von 10 Tagen nach Rechnungsstellung angenommen.

15. Die Berechnung

Der Inserate erfolgt grundsätzlich nach der effektiv gebuchten Fläche, auch wenn die Fläche vom Inserenten bzw. vom Werbevermittler nicht vollständig ausgenutzt wird.

16. Rabattvereinbarungen

Gelten maximal für ein Jahr und eine Firma. Für Inserate des gleichen Auftraggebers, die unter verschiedenen Namen oder auf Rechnung verschiedener Firmen erscheinen, sind getrennte Rabattvereinbarungen abzuschliessen (Tochtergesellschaften usw.). Rechtlich selbstständige Firmen haben auch dann separate Abschlüsse zu tätigen, wenn sie der gleichen Dachorganisation (Holding) angehören.

- 16.1. Frankenabschlüsse werden ausschliesslich über ein Kalenderjahr abgeschlossen.
- 16.2. Rabattabrechnungen. Wird die vereinbarte Menge überschritten, besteht rückwirkend Anrecht auf eine entsprechende Rabattgutschrift laut Tarif; bei Minderabnahme erfolgt eine Rückbelastung des zu viel bezogenen Rabattes. Das unbenutzte Quantum kann nicht auf das folgende Abschlussjahr übertragen werden.
- 16.3. Bei Bruttoabschlüssen werden Rabatt und Provision nach Ablauf der Rabattvereinbarung gutgeschrieben.
- 16.4. Kollektivinserate unterstehen besonderen Rabattvereinbarungen.
- 16.5. Die Kumulation von Vergünstigungen und/oder Zusatzleistungen ist ausgeschlossen.

17. Beleglieferung

Mit der Rechnung wird ein Beleg geliefert.

18. Offerten

Auf Chiffre-Inserate werden nur weitergeleitet, wenn sie direkt auf den Inhalt des betreffenden Inserates Bezug nehmen. Einsendungen zu Empfehlungs- und Werbezwecken, anonyme und Massentofferten sind von der Weiterleitung ausgeschlossen. Zur Feststellung solcher Offerten behält sich der Verlag das stichprobenweise Öffnen der Briefe vor. Der Verlage empfiehlt dringend, keine Originalzeugnisse oder andere unersetzliche Papiere beizulegen. 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.

19. Zahlungskonditionen

Sofern keine gegenteilige Vereinbarung vorliegt, sind die Rechnungen innerhalb von 30 Tagen ohne Skontoabzug zu bezahlen. Unberechtigte Skontoabzüge werden nachgefordert.

- 19.1. Bei Zahlungsverzug werden eine Mahngebühr von CHF 10.00 sowie 6% Verzugszins in Rechnung gestellt. Bei Betreuung, Nachlassstundung und Konkurs entfallen Rabatte und Vermittlerprovisionen. Bereits ausbezahlte Vermittlerprovisionen werden zurückgefordert. Zudem werden für Umtriebe 5% der Forderungssumme (mind. CHF 50.00, max. CHF 300.00) belastet.
- 19.2. Der Verlag behält sich jederzeit vor, die Bonität von Inserenten bzw. Werbevermittlern zu überprüfen und/oder eine Teil-Vorauszahlung zu verlangen.
- 19.3. Gerichtsstand und Erfüllungsort ist Biel.

Conditions générales d'utilisation

Conditions d'insertion pour les médias imprimés de vitagate SA

Valable dès le 1^{er} janvier 2022

1. Applicabilité

Les conditions d'insertion régissent les relations contractuelles entre l'annonceur, resp. l'intermédiaire mandaté (ci-après l'intermédiaire), et vitagate sa (éditeur) pour autant qu'aucun autre accord n'ait été stipulé. Dans la mesure où les présentes conditions ne prévoient pas de clauses y dérogeant, les directives concernant le contrat d'entreprise (CO art. 363 et suivants) s'appliquent à ce contrat

2. Ordres

Les changements et les contrordres concernant les annonces doivent parvenir par écrit. Les changements et les suspensions d'annonces peuvent être signalés jusqu'à l'échéance du délai de réception des annonces sans que cela donne lieu à la facturation de frais. Seuls les frais engendrés par le matériel d'impression déjà traité seront facturés. Les documents de reproduction et de lithographie confectionnés par l'éditeur ou son mandataire restent sa propriété. L'éditeur ne prend aucune responsabilité en cas d'erreurs provenant d'une transmission par téléphone et/ou électronique ou dues à la mauvaise qualité d'une transmission par fax.

3. Souhaits de placement

Les souhaits quant à l'emplacement des annonces sont reçus sans engagement. Les instructions relatives à l'emplacement, pour autant qu'elles soient acceptées et confirmées par l'éditeur, font l'objet d'un supplément. Si pour des raisons techniques et/ou rédactionnelles, l'annonce ne paraît pas à l'emplacement confirmé ou souhaité, cela ne donne pas le droit à l'annonceur ou à son intermédiaire de refuser de payer ou de demander un dédommagement. Le supplément pour instructions relatives à l'emplacement n'est pas perçu dans ce cas. L'exclusion d'annonces concurrentes n'est pas possible.

4. Publication d'annonces/suppléments

L'éditeur se réserve le droit d'exiger la modification du contenu d'une annonce ou d'un supplément, ainsi que de refuser ou de suspendre la parution d'annonces ou de suppléments, cela en tout temps et sans indication de motifs.

5. Vérification juridique des contenus

L'éditeur se réserve le droit de faire vérifier juridiquement la conformité légale de la publicité de tous types avant publication. Les éventuels coûts engendrés sont à charge de l'annonceur.

6. Délais

Les données des annonces doivent être parvenues à l'échéance du délai de réception des annonces, afin que la conformité du contenu et sa présentation puissent être contrôlées et si nécessaire corrigées sans menacer le délai de parution. Pour les mêmes raisons, les annonces PR doivent être commandées un mois avant le délai pour les annonces.

7. Publications rédactionnelles

L'insertion d'annonces ne donne pas droit à la publication de textes rédactionnels.

8. Responsabilité

L'annonceur est responsable du contenu de ses annonces. Il est notamment tenu de respecter la loi ainsi que les directives et normes de la branche à laquelle il appartient. Dans les limites de la loi, il libère l'éditeur, ainsi que ses organes et auxiliaires, de toutes prétentions de tiers. Si l'éditeur fait l'objet de poursuites judiciaires, l'annonceur sera tenu, après que le litige lui aura été dénoncé, d'ester en justice à ses côtés. Dans tous les cas, l'annonceur s'engage à supporter tous les frais judiciaires et extrajudiciaires découlant de prétentions de tiers.

9. Droit de réponse

Si un droit de réponse est invoqué, l'éditeur traitera la demande autant que possible en accord avec l'annonceur ou l'intermédiaire. Si l'éditeur fait l'objet de poursuites judiciaires, l'annonceur sera tenu, après que le litige lui aura été dénoncé, d'ester en justice à ses côtés. Dans tous les cas, l'annonceur s'engage à supporter tous les frais judiciaires ou extrajudiciaires découlant de prétentions de tiers liées à l'exercice du droit de réponse.

10. Identification des annonces

Les annonces doivent être facilement identifiables comme telles par les lecteurs et se différencier de la partie rédactionnelle tant par la mise en page que par les caractères. L'éditeur se réserve le droit de signaler l'annonce par un titre tel que «Annonce RP de (l'entreprise)» ou de sens analogue. Les annonces ne doivent jamais contenir le logo ou le nom du magazine ni mentionner la rédaction. Sinon, l'éditeur se réserve le droit de refuser l'ordre d'insertion.

11. Bons à tirer

Ils ne sont établis que sur demande expresse de l'annonceur et à condition que le matériel d'impression soit soumis à l'éditeur au moins 1 jour ouvrable avant le délai d'insertion. Les annonces sont en principe publiées dans les éditions prévues, même si le bon à tirer n'a pas encore été donné. Aucun bon à tirer n'est fourni en cas de fourniture d'originaux prêts à l'impression.

12. Défauts de parution

Toute responsabilité est déclinée pour les défauts de parution imputables à un matériel d'impression incomplet ou inadéquat (trames ou traits trop fins, caractères trop petits, etc.), ainsi que pour les différences de couleurs ou de repérage dues aux caractéristiques techniques du procédé d'impression. Cette exclusion de responsabilité vaut également pour le matériel d'impression dont la qualité a été remise en cause par l'éditeur et qui n'a pas été remplacé par un matériel adéquat malgré les remarques expresses émises. Pour les annonces en couleurs, une marge de tolérance raisonnable demeure réservée s'agissant des nuances de tons.

13. Erreurs d'impression

Les erreurs d'impression qui ne dénaturent sensiblement ni le sens ni l'impact publicitaire de l'annonce n'entraînent aucune réduction de prix. De même, l'inobservance des prescriptions typographiques et l'omission de codes d'identification dans les annonces avec coupons-réponses ne donnent droit à aucune indemnité.

- 13.1. Toute responsabilité est déclinée pour les erreurs provenant de la traduction de documents en langue étrangère.
- 13.2. En cas de parution défectueuse altérant sensiblement le sens ou l'effet d'une annonce, seuls sont facturés au maximum les frais d'enregistrement de ladite annonce, ou une compensation est accordée via la mise à disposition d'un espace de dimension équivalente. Toute autre prétention est exclue.

14. Réclamations

Les réclamations ne sont prises en considération que dans un délai maximum de 10 jours à compter de la date de facturation.

15. Facturation

La facturation des annonces se fait en fonction de la surface effectivement commandée, même si l'annonceur, resp. l'intermédiaire mandaté, n'utilise pas intégralement cette surface.

16. Conventions de rabais

Les conventions de rabais ne sont valables qu'une année au maximum et arrêtées pour une seule entreprise. Les annonces pour un même annonceur mais paraissant sous des noms différents ou pour le compte d'entreprises différentes (filiales, etc.) font l'objet de conventions de rabais séparées. Les entreprises juridiquement indépendantes appartenant à la même organisation faitière (holding) doivent également conclure des conventions de rabais francs séparées.

- 16.1. Les rabais en francs sont exclusivement conclus pour une année civile complète.
- 16.2. Décomptes de rabais. Si le volume des annonces dépasse le contingent prévu par la convention, l'annonceur a droit à ce qu'un rabais correspondant lui soit crédité à titre rétroactif conformément au tarif. En cas de volume inférieur à celui prévu par la convention, l'annonceur sera tenu au remboursement du rabais accordé en trop. Le quota inutilisé ne peut être reporté sur l'année suivante.
- 16.3. Pour les contrats bruts, les rabais et les commissions sont crédités à l'expiration de la convention de rabais.
- 16.4. Les annonces collectives sont soumises à des conventions de rabais spéciales.
- 16.5. Le cumul de rabais et/ou de prestations complémentaires est exclu.

17. Justificatifs

Un justificatif est délivré avec la facture.

18. Offres

Les offres en réponse à des annonces sous chiffre ne sont transmises que si leur contenu concerne directement l'annonce en question. Les envois de nature publicitaire ou les recommandations, les offres anonymes ou de masse ne sont pas transmis. Afin d'identifier de telles offres, l'éditeur se

réserve le droit d'ouvrir des courriers au hasard.

L'éditeur recommande instamment de ne pas y mettre des documents originaux ou des papiers de valeur. L'éditeur n'endosse aucune responsabilité quant à la restitution des documents. Les envois d'offres qui dépassent le format C5 doivent être accompagnés de la taxe postale correspondante pour leur acheminement.

19. Conditions de paiement

A défaut d'une convention contraire, les factures doivent être payées sous 30 jours sans déduction d'escompte. Les déductions d'escompte injustifiées feront l'objet d'une nouvelle facturation.

- 19.1. En cas de retard de paiement, une surtaxe de rappel de 10 francs ainsi qu'un intérêt moratoire de 6 % sont facturés. En cas de poursuite, de sursis concordataire ou de faillite, l'annonceur perd tout droit aux rabais et commissions d'intermédiaire. Les commissions d'intermédiaire déjà versées devront être restituées. De plus, le montant dû sera majoré de 5 % (50 francs au minimum, 300 francs au maximum) à titre de dédommagement pour le travail administratif.
- 19.2. L'éditeur se réserve en tout temps le droit de vérifier la solvabilité des annonceurs, respectivement des intermédiaires, et/ou d'exiger une avance sur paiement.
- 19.3. For juridique et droit applicable: Bienne.