

Kurzübersicht

Zeitungsart
Aktuelles Sonntagsmagazin, unabhängig

Erscheinungsweise
Sonntag, morgens

Auflage
312 312 Exemplare
(WEMF-beglaubigt 2003, Basis 2002)

Verbreitung
Deutschsprachige Schweiz

Leserschaft
1 026 000 Leserinnen und Leser
(Quelle: MACH Basic 2003)

Reichweite
25,2% in der Deutschschweiz

1/1-Seite, brutto
s/w CHF 14 352.- (TLP CHF 14.00)
4-farbig CHF 25 468.- (TLP CHF 24.80)

Anzeigen-Service

SonntagsBlick Anzeigen-Service
Dufourstrasse 23
8008 Zürich
Telefon 01 259 60 50
Telefax 01 259 68 94
blickanz@ringier.ch
www.blickverlag.ch

Media/Marketing-Service
Telefon 01 259 65 25
Telefax 01 259 85 21
blickmedia@ringier.ch

Sonderbeilagen/Specials
Telefon 01 259 64 38
Telefax 01 259 85 21

Prospektbeilagen
Telefon 01 259 63 74
Telefax 01 259 68 94

Büro Aarau
Telefon 062 822 98 57
Telefax 062 822 98 56

Büro Bern
Telefon 031 313 20 20
Telefax 031 311 77 64

Büro Westschweiz
Telefon 021 907 61 67
Telefax 021 907 89 62

Anzeigen-Service International

Ringier AG
Anzeigen-Service International
Dufourstrasse 49
8008 Zürich
Telefon ++41-1 259 65 11 / 64 83
Telefax ++41-1 259 69 96
adv.intern@ringier.ch

Online Redaktionen

Blick Online
Dufourstrasse 23
8008 Zürich
Telefon 01 259 60 70
Telefax 01 259 86 81
info@blick.ch
www.sonntagsblick.ch

Verlag

Blick-Verlag
Dufourstrasse 23
8008 Zürich
Telefon 01 259 62 62
Telefax 01 259 68 94
blickverlag@ringier.ch
www.blickverlag.ch

Redaktion

SonntagsBlick Redaktion
Dufourstrasse 23
8008 Zürich
Telefon 01 259 64 64
Telefax 01 251 80 06
sobli@ringier.ch
www.mehrsonntag.ch

Druckerei

Ringier Print AG
Druckzentrum Adligenswil
6043 Adligenswil
Telefon 041 375 11 11
Telefax 041 375 16 90

Redaktionskonzept

Der SonntagsBlick ist die farbige, informative, unterhaltende Zeitung am Sonntag. Ob Politik oder Wirtschaft, ob Gesellschaft oder Sport, der SonntagsBlick ist hautnah dabei, weiss die heissesten Geschichten und erklärt leichtverständlich auch die kompliziertesten Verstrickungen.

**1. Bund, Aktuell**

Mehr Sonntag - Mehr Information

Der SonntagsBlick hebt sich von der Konkurrenz ab, indem er Sonntag für Sonntag auf der Frontseite ein Thema mit einer Schlagzeile aufgreift und dieses dann auf den folgenden Seiten vertieft behandelt. Das Einstiegsthema umfasst drei bis fünf, manchmal sogar mehr Seiten. Der Leser erhält zu jeder Schlagzeile fundierte Informationen mit Substanz. Mehr wissen, heisst besser verstehen: Der SonntagsBlick packt die Themen der Woche an, erklärt und vertieft sie, fügt neue Aspekte an.

**2. Bund, Sport**

Mehr Sonntag - Mehr Bewegung

Im SonntagsBlick steht neben den Fussball-, Eishockey-, Ski- oder Formel-1-Resultaten auch, wie es zu diesen Ergebnissen gekommen ist. Vom Knatsch in der Kabine über eine gebrochene Antriebswelle - der SonntagsBlick berichtet darüber. Zusätzlich schauen die Reporter des SonntagsBlick hinter die Kulissen und zeigen die Sportlerinnen und Sportler auch als Privatpersonen.

**3. Bund, Magazin**

Mehr Sonntag - Mehr Lebensnähe

Das Einstiegsdossier des Magazins liefert Hintergründe zu aktuellen Ereignissen und Themen. Den Themen sind dabei keine Grenzen gesetzt: der Leser kann sich vom Gesundheitsdossier über die besondere Reportage bis hin zum grossen Trend-Report unterhaltsam informieren. Die schönen Seiten des Lebens haben auf diesen Seiten ihren Platz.

Sämtliche Informationen über die Sonderbeilagen/Specials im SonntagsBlick finden Sie immer aktuell auf www.sonntagsblicktarif.ch oder www.go4media.ch

SonntagsBlick im Internet**www.sonntagsblick.ch bzw. www.blick.ch**















Hier sind die aktuellen Schlagzeilen von SonntagsBlick online. So haben Sie von Montag bis Samstag die Aktualitäten von Blick und am Sonntag das wichtigste von SonntagsBlick auf einer Seite vereint.

www.blickverlag.ch

Hier finden Sie vieles nützliches und interessantes rund um Blick und SonntagsBlick. Anzeigentarife, Abopreise, Redaktionskonzepte, Impressum und vieles mehr. Immer auf dem aktuellsten Stand.

Gültig ab 01.01.2004, alle Preise in CHF zuzüglich 7,6% Mehrwertsteuer. Fakturierung in EURO möglich.

Grundpreise

Formate Seitenteile auf Anzeigenseiten	Satzspiegel Breite x Höhe im mm	Bruttopreis s/w	Bruttopreis 2- bis 3-farbig (s/w + 1 bis 2 Skalfarben*)	Bruttopreis 4-farbig (s/w + 3 Skalfarben*)
	205 x 290	14 352.-	19 910.-	25 468.-
	434 x 290	28 704.-	39 820.-	50 936.-
	205 x 216	10 764.-	16 322.-	21 880.-
	135 x 290	9 568.-	15 126.-	20 684.-
	205 x 180	8 970.-	14 528.-	20 086.-
	100 x 290 / 205 x 143	7 176.-	11 115.-	15 054.-
	205 x 107	5 382.-	9 321.-	13 260.-
	65 x 290	4 784.-	8 723.-	12 662.-
	100 x 143 / 205 x 70	3 588.-	7 527.-	11 466.-
	65 x 143 / 135 x 70	2 392.-	6 331.-	10 270.-
	65 x 107 / 100 x 70 / 205 x 33	1 794.-	2 594.-	3 394.-
	65 x 70 / 135 x 33	1 196.-	1 996.-	2 796.-
	100 x 33	897.-	1 697.-	2 497.-
	65 x 33	598.-	1 398.-	2 198.-

* Nach Europaskala (Magenta, Yellow, Cyan)

Farbpreise

Pro Seite	bis 1/8 Seite	1/6 bis 1/2 Seite	5/8 bis 1/1 Seite
1 bis 2 Skalfarben*	800.-	3 939.-	5 558.-
3 Skalfarben* (4-farbig)	1 600.-	7 878.-	11 116.-

Rabatt-, BK-, JUP-berechtigt

* Nach Europaskala (Magenta, Yellow, Cyan)

Preise für Platzierungen

Art	Besonderes	s/w
Allgemein	fixe Termin- und Platzierungsvorgaben	+ 25% v.Brutto
Reklame	max. 1/4 Seite (hoch)	+ 50% v.Brutto
Textanschluss	seitenbreit oder seitenhoch, max. 1/2 Seite	+ 25% v.Brutto

Rabatt-, BK-, JUP-berechtigt

Treffpunkt

Annahmeschluss	Rabatte	s/w
Donnerstag, 9 Uhr	ohne Rabatt, BK und JUP inkl. MWSt.	20.- /Zeile

Eine Zeile entspricht ca. 45 Zeichen. Mind. 2 Zeilen. Satz fortlaufend, keine Bilder, keine weitere Farbe, Texte klar definiert. Angebote mit erotischem Charakter werden abgelehnt. Keine Angebote für Videos, Sex, Salons, Telemekos und ähnliche, Begleitservice, Massagen.

Platzierung unter folgenden Rubriken:

Bekanntschaffen allg.	Sie sucht sie	Stellen/Nebenverdienst
Er sucht sie	Beratung/Horoskop	Tiere
Er sucht ihn	Ferien/Reisen	Diverses
Sie sucht ihn	Immobilien	

Chiffre

Pro Anzeige	+ 15.-
-------------	--------

Rabatte
Allgemein

Wird der vereinbarte Frankenrabatt oder die Anzahl Anzeigen (Wiederholungsrabatt) innerhalb von 12 Monaten überschritten, besteht Anspruch auf entsprechende Nachvergütung gemäss Rabattskala. Wird die Rabattstufe unterschritten, erfolgt eine Nachbelastung gemäss Skala. Prospekte sind Frankenrabatt-berechtigt. Treffpunkt-Anzeigen sind ohne Rabatt, BK und JUP.

Frankenrabatt

Franken	Rabatt	Franken	Rabatt	Franken	Rabatt
20 000	3 %	300 000	14 %	1 100 000	23 %
50 000	5 %	350 000	15 %	1 500 000	24 %
100 000	6 %	400 000	16 %	2 000 000	25 %
150 000	9 %	500 000	19 %	2 500 000	26 %
200 000	12 %	650 000	21 %	3 500 000	27 %
250 000	13 %	800 000	22 %		

Wiederholungsrabatt

Anzahl	3 x	6 x	13 x	26 x	52 x
Rabatt	2 %	5 %	10 %	15 %	20 %

Ohne Grössenwechsel. Bis max. 1/8 Seite. Sujet-/Textwechsel nur bei Vollvorlagen.

BK / JUP

Beraterkommission BK II	berechtigte Media- und Werbeagenturen	15 % v. Netto
Jahresumsatzprämie JUP II	bei einem Jahresumsatz ab CHF 40 000.- oder 13maliger Wiederholung	15 % v. Netto

Für Prospekte siehe separate Seite.

Besondere Platzierungen und Anzeigenformen

Formate Seitenteile	Satzspiegel Breite x Höhe im mm	Bruttopreis s/w	Bruttopreis 2- bis 3-farbig (s/w + 1 bis 2 Skalafarben*)	Bruttopreis 4-farbig (s/w + 3 Skalafarben*)
Bundunabhängig				
Allgemeine fixe Termin- und Platzierungsvorgaben		+ 25% v.Brutto	+ 25% v.Brutto s/w	+ 25% v.Brutto s/w
Reklame, max. 1/4 Seite (hoch)		+ 50% v.Brutto	+ 50% v.Brutto s/w	+ 50% v.Brutto s/w
Textanschluss, seitenbreit, max. 1/2 Seite		+ 25% v.Brutto	+ 25% v.Brutto s/w	+ 25% v.Brutto s/w
Spiegel-Anzeige, Reklame		+ 65% v.Brutto	+ 65% v.Brutto s/w	+ 65% v.Brutto s/w
Spiegel-Anzeige, Textanschluss		+ 40% v.Brutto	+ 40% v.Brutto s/w	+ 40% v.Brutto s/w
Dreieck, Textanschluss, rechts	100x100x141	2 716.-	3 516.-	4 316.-
Inselanzeige (innerhalb der Rubrik Treffpunkt)	100 x 70	2 112.-	2 912.-	3 712.-
Rätsel	59 x 59	1 750.-	2 750.-	2 750.-
Satellitenanzeige (innerhalb der Rubrik Treffpunkt)	100 x 70 aufgeteilt	2 112.-	2 912.-	3 712.-
Wetter	47 x 64	1 700.-	2 700.-	2 700.-
3/1 Anzeigenstrasse über 3 Seiten (ohne Bundmitte)	3x 205 x290	43 056.-	59 730.-	76 404.-
4/1 Anzeigenstrasse über 4 Seiten (ohne Bundmitte)	4x 205 x290	55 973.-	78 205.-	100 437.-
Aktuell				
1/8 quer, erster Fussbalken/Textanschluss Aktuell	205 x 33	2 512.-	3 312.-	4 112.-
1/1 erste ganzseitige Anzeige Aktuell	205 x 290	22 063.-	22 063.-	27 621.-
2/1 Panorama mit Bundüberlauf (in Bundmitte)	434 x 290	28 704.-	39 820.-	50 936.-
1/1 vierte Umschlagseite Aktuell	205 x 290	29 056.-	29 056.-	29 056.-
Sport				
1/8 quer, Titelseite Fussbalken Sport	205 x 33	4 650.-	4 650.-	4 650.-
1/8 quer, erster Fussbalken/Textanschluss Sport	205 x 33	2 512.-	3 312.-	4 112.-
1/1 erste ganzseitige Anzeige Sport	205 x 290	15 787.-	21 345.-	26 903.-
2/1 Panorama mit Bundüberlauf (in Bundmitte)	434 x 290	28 704.-	39 820.-	50 936.-
2/2 Panorama, Textanschluss (bundüberlaufend)	434 x 143	17 940.-	25 818.-	33 696.-
1/1 vierte Umschlagseite Sport	205 x 290	15 787.-	21 345.-	26 903.-
Magazin				
1/8 quer, erster Fussbalken/Textanschluss Magazin	205 x 33	2 512.-	3 312.-	4 112.-
1/1 erste ganzseitige Anzeige Magazin	205 x 290	15 787.-	21 345.-	26 903.-
2/1 Panorama mit Bundüberlauf (in Bundmitte)	434 x 290	28 704.-	39 820.-	50 936.-
2/2 Panorama, Textanschluss (bundüberlaufend)	434 x 143	17 940.-	25 818.-	33 696.-
1/1 vierte Umschlagseite Magazin	205 x 290	15 787.-	21 345.-	26 903.-
5/1 Anzeigenstrasse über 5 Seiten (ohne Bundmitte)	5x 205 x290	68 890.-	96 680.-	124 470.-
6/1 Anzeigenstrasse über 6 Seiten (ohne Bundmitte)	6x 205 x290	81 806.-	115 154.-	148 502.-
7/1 Anzeigenstrasse über 7 Seiten (ohne Bundmitte)	7x 205 x290	88 982.-	127 888.-	166 794.-
8/1 Anzeigenstrasse über 8 Seiten (ohne Bundmitte)	8x 205 x290	100 464.-	144 928.-	189 392.-

* Nach Europaskala (Magenta, Yellow, Cyan)

Platzieren Sie Ihre Anzeige in jeder Ausgabe des Kalenderjahres. Wir unterbreiten Ihnen gerne eine individuelle und interessante Offerte.

Gültig ab 01.01.2004, alle Preise in CHF zuzüglich 7,6% Mehrwertsteuer. Fakturierung in EURO möglich.

Grundpreise

Art	Auflage	8 - 25 g	26 - 50 g	51 - 75 g	76 - 100 g	
Kosten pro 1000 Ex.		280.-	313.-	350.-	391.-	- inkl. Techn.Kosten, Werbewert,
Gesamtauflage	390 000	109 200.-	122 070.-	136 500.-	152 490.-	Portokosten
Schwankungen der Auflage +/- 6 % möglich						- kein Split möglich

Mehrkosten
Fremdinserat

Bei Prospekten mit Fremdinseraten werden pro s/w-Anzeige + 20% vom Bruttopreis einer 1/1-Seite s/w, bei Farbanzeigen vom Bruttopreis einer 1/1-Seite 4-farbig erhoben.

Exklusivität

Wird für eine Beilage ein Exklusivitätsrecht am Erscheinungstag verlangt, werden + 50% der Einschaltung erhoben.

Diverses
Anzuliefernde Menge

390 000 Exemplare

Verrechnung

Nur die effektiv beigelegten Exemplare nach Auszählung werden verrechnet. Jedoch mindestens 380 000 Exemplare.

Rest-Prospektbeilagen

Nach Erscheinen bzw. Einstecken werden allfällige Rest-Prospektbeilagen nicht zurück gesandt, sofern bei Auftragserteilung nicht eine andere Vereinbarung getroffen wurde. Rückversand nur gegen Verrechnung.

Verschiebungen

Aus kurzfristigen technischen oder redaktionellen Gründen sind Verschiebungen von Erscheinungsdaten vorbehalten.

Technische Bedingungen

Kriterium	Bedingungen		
Format	mindestens	A5, 4seitig	maximal 225 x 310 mm
Gewicht	mindestens	8 g	maximal 100 g
Falzungen	Kein Zickzack- oder Leporellofalz, längere Seite geschlossen.		
Blindmuster	Die endgültige Annahme jedes Auftrages ist von der rechtzeitigen Vorlage eines verbindlichen Musters abhängig.		

Da lose Beilagen immer technische Abklärungen erfordern, empfehlen wir Ihnen, rechtzeitig mit uns Kontakt aufzunehmen.

Rabatte
Frankenrabatte

Prospektbeilagen sind vollumfänglich Frankenrabatt-berechtigt (siehe "Anz.-Preise")

BK / JUP

Beraterkommission BK II berechnete Media- und Werbeagenturen 5 % v. Netto
 Jahresumsatzprämie JUP II bei einem Jahresumsatz ab CHF 40 000.- 5 % v. Netto

Lieferung
Lieferadresse

Ringier Print, Druckzentrum Adligenswil, Warenannahme 2, CH-6043 Adligenswil

Anlieferung

Nur in der Erscheinungswoche, spätestens am Mittwoch.

Gebinde

Beilagen mit Titelseite nach unten zu mind. 50 Exemplaren, unverpackt und unbandiert auf EUR-Paletten abgestapelt. In Lagen von 8 bis 10 cm (Griffhöhe) in Palettrahmen.

Lieferbedingungen

Frei Haus, versteuert und verzollt. Sämtliche Zollkosten, inkl. Mehrwertsteuer, müssen vom Auftraggeber bezahlt werden.

Termine

Erscheinungstag	Annahmeschluss	Besonderes
Sonntag, morgens	Freitag, 14 Uhr, 1 Woche vor Erscheinen	Verschiebungsrecht ist 1 Woche. Annahmeschluss ist jeweils der letzte Termin für Dispositionen, Sistierungen, Korrekturen und Lieferung von Druckunterlagen.

Terminplan 2004

Nr.	Ersch.tag	Annahmeschl.	Nr.	Ersch.tag	Annahmeschl.	Nr.	Ersch.tag	Annahmeschl.	Nr.	Ersch.tag	Annahmeschl.
1	04.01.2004	26.12.2003	14	04.04.2004	26.03.2004	27	04.07.2004	25.06.2004	40	03.10.2004	24.09.2004
2	11.01.2004	02.01.2004	15	11.04.2004	02.04.2004	28	11.07.2004	02.07.2004	41	10.10.2004	01.10.2004
3	18.01.2004	09.01.2004	16	18.04.2004	09.04.2004	29	18.07.2004	09.07.2004	42	17.10.2004	08.10.2004
4	25.01.2004	16.01.2004	17	25.04.2004	16.04.2004	30	25.07.2004	16.07.2004	43	24.10.2004	15.10.2004
5	01.02.2004	23.01.2004	18	02.05.2004	23.04.2004	31	01.08.2004	23.07.2004	44	31.10.2004	22.10.2004
6	08.02.2004	30.01.2004	19	09.05.2004	30.04.2004	32	08.08.2004	30.07.2004	45	07.11.2004	29.10.2004
7	15.02.2004	06.02.2004	20	16.05.2004	07.05.2004	33	15.08.2004	06.08.2004	46	14.11.2004	05.11.2004
8	22.02.2004	13.02.2004	21	23.05.2004	14.05.2004	34	22.08.2004	13.08.2004	47	21.11.2004	12.11.2004
9	29.02.2004	20.02.2004	22	30.05.2004	21.05.2004	35	29.08.2004	20.08.2004	48	28.11.2004	19.11.2004
10	07.03.2004	27.02.2004	23	06.06.2004	28.05.2004	36	05.09.2004	27.08.2004	49	05.12.2004	26.11.2004
11	14.03.2004	05.03.2004	24	13.06.2004	04.06.2004	37	12.09.2004	03.09.2004	50	12.12.2004	03.12.2004
12	21.03.2004	12.03.2004	25	20.06.2004	11.06.2004	38	19.09.2004	10.09.2004	51	19.12.2004	10.12.2004
13	28.03.2004	19.03.2004	26	27.06.2004	18.06.2004	39	26.09.2004	17.09.2004	52	26.12.2004	17.12.2004

Für Ausgaben vor und nach Feiertagen können die Anzeigenschluss-Termine um einen oder mehrere Tage vorgezogen werden.

Formate

	Zeitungsformat	Satzspiegel	Randanschnitt
1/1 Seite	235 x 320 mm	205 x 290 mm	technisch nicht möglich
2/1 Seite	470 x 320 mm	434 x 290 mm	technisch nicht möglich

Technische Daten

Druckmaterial

s/w	Digitale Daten (bis 1/2 Seite auch Aufsicht möglich)				
2- bis 4-farbig	Digitale Daten				
Farben/Andrucke	Für eine optimale Wiedergabe der Anzeige benötigen wir ein farbverbindliches Proof oder einen Ausdruck auf Zeitungspapier . Auf dem Ausdruck/Proof muss ein FOGRA-Medienkeil sein, der die festgelegten CIE-L*a*b*-Werte für Zeitungsdruk aufweist.				
Lithos/Filme	Film, negativ seitenverkehrt. Aus technischen Gründen müssen angelieferte Lithos/Filme digitalisiert werden. Dieser Aufwand wird mit pauschal CHF 290.- pro Sujet verrechnet.				
Raster	40 L/cm, gemässiger Kettenpunkt				
Rasterwinkel	Gelb 0°, dominierende Farbe 45°				
UCR	260% (Summe C+M+Y+K)				
Punktzunahme	30%				
Filmdichte	D: min. 3,5				
Tonwertung	1-95% (Spitzlicht 0% = Papierweiss)				
Graubalance	(GCR 50%)	C	M	Y	K
	Licht	2	1	1	0
	Tiefe	65	50	50	95

Daten-Träger (Mac und Windows)

Speichermedien (unbedingt eine Kontrollkopie mitliefern!)			
1 GB	JAZ	100 MB	ZIP
2 GB	JAZ	650 MB	CD-Rom

Bei Anlieferung von nicht konformen Druckunterlagen (Daten oder Film) werden die anfallenden zusätzlichen Kosten zu CHF 140.- pro Stunde verrechnet.

Daten-Übernahme (Mac und Windows)

Dokumente	Schriften	Besonderheiten
Xpress bis Vers. 5.01	Immer mitliefern, keine TrueType	
PageMaker bis Vers. 6.5	Immer mitliefern, keine TrueType	
Illustrator	In Pfade umwandeln	keine Transparenz
FreeHand	In Pfade konvertieren	
CorelDraw bis Vers. 10.0	In Kurven konvertieren	
Photoshop	Als Vektor sichern	
PDF bis Vers. 4.05	Einbetten	
EPS	Einbetten (z.B. mit FontIncluder)	Level 2
Postscript-File	Einbetten (z.B. mit FontIncluder)	Level 2
InDesign	Immer mitliefern, keine TrueType	
Bilder		
Auflösung	Bitmap	845 dpi
	Graustufen	200 dpi
	Mehrfarbig	200 dpi
Format	Tiff oder EPS keine JPEG-, RGB-, DCS- oder OPI-Bilder	

Farbaufbau

Alle Anzeigen (d.h. digitale Daten, Filme, Andrucke und Proofs) für SonntagsBlick müssen mit den Skalafarben "Cyan", "Yellow", "Magenta", "Schwarz" aufgebaut sein.

Daten-Übermittlung

ISDN	
Nr. 01 259 88 03	Protokoll: Easy Transfer, Leonardo Pro
Für jede Übermittlung benötigen wir eine Quittung auf die Fax-Nr. 01 259 86 08 mit den folgenden Angaben: ● Name der übermittelten Datei ● Objekt (SonntagsBlick) ● Erscheinungsdatum ● Sujet/Betreff ● Absender/Ansprechpartner	

PrintOnline

Das System von PrintOnline ist die kompetente Branchenlösung für die digitale Übermittlung von Druckunterlagen. Alle Daten werden zentral geprüft, übermittelt und archiviert: www.printonline.ch / info@printonline.ch / Tel. 01 258 17 70

Media/Marketing-Service

Allgemein

Für individuelle, spezifische Auswertungen stehen wir mit der geeigneten Software zur Verfügung. Wir bieten Zielgruppenanalysen, Rangierungen, Planberechnungen und leisten auch bei komplexen und umfangreichen Auswertungen Unterstützung. Unsere Spezialität sind Mediaworkshops, in denen wir konkret auf die Bedürfnisse des Kunden eingehen. Gemeinsam werden praktische Lösungen erarbeitet. So hat der Kunde die Gewissheit, dass sein Mediaplan der optimale ist.

Studien

MACH Basic	MA Net	Medien-Radar, DemoSCOPE
MACH Consumer	MA Comis	Copytest, AD:AX, DemoSCOPE
MA Leader	MA Strategy	usw.

Leistungen nach Wirtschaftsgebieten

Wirtschaftsgebiet	Leser*	Reichweite*	Exemplare**
21 Luzern, OW, NW	99 000	31,3 %	26 032
22 Berner Oberland	43 000	28,9 %	13 693
23 Oberwallis	22 000	36,8 %	7 002
24 Zug	16 000	21,6 %	6 119
25 Uri, Schwyz	27 000	38,3 %	6 524
26 St. Gallen, AI, AR	78 000	25,8 %	21 182
27 Glarus	38 000	32,1 %	10 458
28 Bündner Unterland	35 000	30,1 %	11 309
29 Bündner Oberland	23 000	35,4 %	6 739
31 Basel	88 000	20,5 %	24 986
32 Solothurn	79 000	29,7 %	24 462
33 Berner Seeland	37 000	32,0 %	11 034
34 Berner Mittelland	107 000	25,6 %	29 703
41 Aargau	76 000	25,1 %	23 203
42 Schaffhausen	14 000	21,1 %	3 893
43 Zürich	191 000	19,1 %	58 373
44 Thurgau	42 000	25,4 %	11 227
61 Liechtenstein	7 000	29,1 %	1 366

Quelle: * MACH Basic 2003 ** WEMF-beglaubigte Auflage 2003 (Basis 2002)

Leserschaft

Quelle: MACH Basic 2003 (Basis: Deutschschweiz, 4 073 000 Personen ab 14 Jahren)

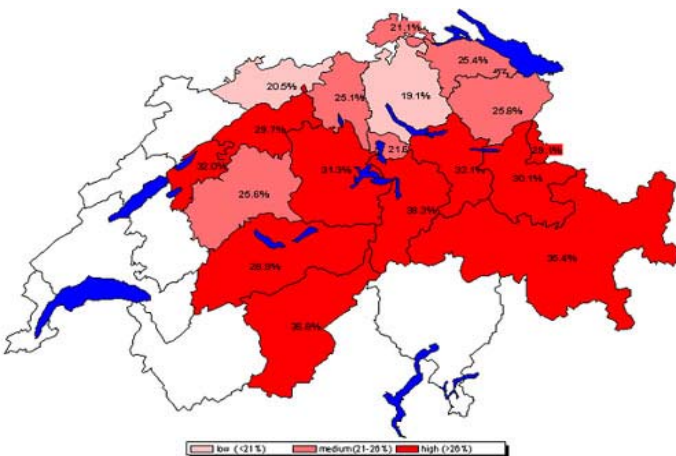
Leserinnen und Leser (LpA)		1 026 000	
1000-Leser-Preis (1/1-Seite, s/w, brutto)		CHF	14.-
1000-Leser-Preis (1/1-Seite, 4-farbig, brutto)		CHF	25.-
Geschlecht	Leser in 1000	Reichweite	Struktur
Männer	589	29,2 %	57 %
Frauen	437	21,3 %	43 %
Alter			
14-34 Jahre	451	29,1 %	44 %
35-54 Jahre	337	24,7 %	33 %
55 Jahre und mehr	238	20,6 %	23 %
Haushalteinkommen			
Bis CHF 4000.-	144	21,3 %	14 %
CHF 4000.- bis 6000.-	270	27,1 %	26 %
CHF 6000.- bis 8000.-	248	27,4 %	24 %
CHF 8000.- und mehr	363	24,3 %	35 %
Siedlungsart			
Stadt/Agglomeration	624	22,6 %	61 %
Land	402	30,5 %	39 %
Berufliche Stellung			
Selbstständig	74	23,0 %	7 %
Angest. mit Kaderfunktion	163	26,8 %	16 %
Angest. ohne Kaderfunktion	430	28,2 %	42 %
Lehre / Berufsschule	108	27,2 %	11 %
Nicht erwerbstätig	251	20,6 %	24 %
Haushaltführend	701	23,8 %	68 %
Schulbildung			
Bis obligatorisch	232	27,5 %	23 %
Mittel	638	28,9 %	62 %
Hoch	156	15,3 %	15 %

Auflage

Quelle: WEMF-Beglaubigung 2003 (Basis 2002)

Total	312 312 Exemplare
Einzelverkauf	68,9 %
Abonnemente	31,1 %
Verteilung	Exemplare
Deutschschweiz	295 939
Westschweiz	6 902
Tessin	6 208
Liechtenstein	1 366
Ausland	1 898
Total	312 312

Reichweite in der Deutschschweiz: 25,2%*

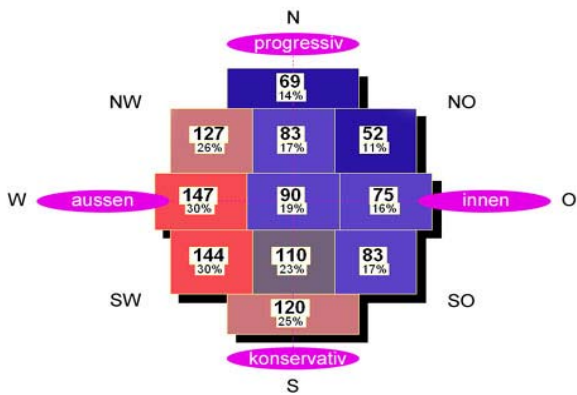


Quelle: * MACH Basic 2003

Psychogramm der Leserschaft

Quelle: Medien-Radar 2003, DemoSCOPE

Medien-Radar-Reichweite in der Deutschschweiz: 21 %
Wertung nach LK2 = "Lese fast jede oder fast jede zweite Nummer."



Jedes der 11 Felder des Psychogramms wird durch bestimmte Werthaltungen charakterisiert (die ihrerseits ganz bestimmte Lebens- und Konsumstile zur Folge haben). Hier eine kurze Zusammenfassung der wichtigsten SonntagsBlick-Felder:

Nordwesten:	Yuppiland. Fun, Action, Achievement. Es ist wichtig, Gewinner zu sein. Jugendlichkeit und Erotik werden zum Kult erhoben.
Westen:	Die Materialisten. Das Denken kreist um eine attraktive Wohnung, ein tolles Auto, schöne Ferien.
Südwesten:	Die bürgerliche Ecke. Hier wohnt Familie Biedermann. Sie hat keine Probleme, sich der herrschenden Ordnung anzupassen.

RW = Reichweite, Aff. = Affinität

1

Anzeigendispositionen, -änderungen oder -sistierungen erbitten wir schriftlich. Bei telefonischer Durchgabe kann keine Verantwortung für Hörfehler oder Irrtümer übernommen werden. Der im Tarif angegebene Anzeigenschluss gilt nicht nur für die Erteilung von Aufträgen, sondern ist gleichzeitig letzter Termin für Sistierungen, Umdispositionen und die Durchgabe von Korrekturen.

2

Veröffentlichung von Anzeigen. Für den Inhalt einer Anzeige ist der Auftraggeber allein verantwortlich. Der Auftraggeber hat für allfällige Ansprüche, die von Dritten gegenüber dem Verlag aus irgend einem Rechtsgrund (namentlich wegen Persönlichkeitsverletzung, unlauteren Wettbewerbs, Verletzung von Urheber-, Marken- oder anderen Schutzrechten usw.) erhoben werden, samt den damit verbundenen Anwalts- und Gerichtskosten einzustehen. Der Verlag behält sich vor, Anzeigen aufgrund des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach verlagspolitischen Grundsätzen abzulehnen und an laufenden Inseraten Änderungen zu verlangen oder das Erscheinen zu sistieren. Anzeigen, bei denen für eine entsprechende Leistung Noten- oder Hartgeld, Briefmarken usw. als Vorauszahlung verlangt werden, müssen mit dem Vermerk "per eingeschriebenem Brief" versehen sein. Wo dieser Vermerk fehlt, wird er automatisch eingesetzt. Textanzeigen müssen sich in Spaltenzahl, Schrift und Schriftgrad vom redaktionellen Teil unterscheiden. Alle Anzeigen können vom Verlag durch die Überschrift "Inserat" deutlich als solche gekennzeichnet werden. Die Bezugnahme auf Blick und SonntagsBlick und deren Leser im Anzeigentext ist nicht gestattet.

3

Der Inserent bzw. der Werbemittler untersagt die Übernahme durch Dritte von Inseraten auf Online-Dienste und überträgt dem Verlag das Recht, jedem Verstoss mit den geeigneten Mitteln zu begegnen.

4

Gegendarstellungsrecht. Der Inserent trägt die Kosten einer allfälligen Gegendarstellung samt den damit verbundenen Anwalts- und Gerichtskosten. Über den Abdruck einer Gegendarstellung entscheidet ausschliesslich der Verlag.

5

Platzierungen. Platzierungswünschen wird soweit als möglich nachgekommen, werden aber nur als Wunsch (nicht als Bedingung) entgegengenommen: Platzierungsvorschriften nur gegen Platzierungszuschlag gemäss Tarif. Bei Nichteinhaltung der Platzierungsvorschrift wird der Platzierungszuschlag nicht verrechnet. Weitere Ansprüche sind ausgeschlossen.

6

Die Verschiebung von Anzeigen auf die nächste Ausgabe ohne Rückfrage beim Auftraggeber müssen wir uns aus technischen Gründen vorbehalten. Das Nichterscheinen einer Anzeige sowie die Platzierung an einer anderen Stelle oder in einer anderen Ausgabe berechtigen nicht zur Geltendmachung irgendwelcher Schadenersatzansprüche.

7

Vorschriften über die Gestaltung und Schriftwahl können nicht verbindlich entgegengenommen werden und berechtigen nicht zur Geltendmachung einer Zahlungsminderung. Druckfehler, die weder den Sinn noch die Werbewirkung der Anzeige wesentlich beeinträchtigen, berechtigen nicht zu einem Preisnachlass. Ebensovwenig kann für die Abweichungen von typografischen Vorschriften oder für fehlende Codezeichen in Coupon-Anzeigen Ersatz geleistet werden. Der Verlag übernimmt keine Haftung für Folgen eventueller Fehler in Copyproofs oder Lithos, die in den von uns gesetzten Anzeigen für andere Zeitungen und Zeitschriften herzustellen waren.

8

Drucktechnische Mängel. Für Anzeigen, die infolge fehlender oder ungeeigneter Druckunterlagen nicht einwandfrei erscheinen, kann keine Haftung übernommen werden. Bei Anlieferung von nicht konformen Druckunterlagen (Daten oder Film) werden die zusätzlichen Aufwendungen zu unseren Selbstkosten an den Auftraggeber weiterverrechnet. Bei Mischfarben bleibt eine angemessene Toleranz in der Farbnuance vorbehalten. Farbvorlagen auf Kunstdruckpapier sind zur möglichst genauen Bestimmung des gewünschten Farbtons ungeeignet. Anspruch auf Ersatz oder Preisnachlass besteht nur dann, wenn die Anzeige durch grosse Mängel in der technischen Wiedergabe ihre Werbewirkung wesentlich einbüsst.

9

Reklamationen werden nur innerhalb von 30 Tagen nach Rechnungsstellung angenommen. Bei berechtigten Reklamationen werden im Maximum die Kosten der Anzeige vergütet. Jede weitere Forderung ist ausgeschlossen. Anderslautende Bedingungen in Bestellungen oder AGB des Auftraggebers sind ungültig.

10

Die Abschlussdauer beträgt 12 Monate ab erstem Erscheinungstermin. Liegt dieser erste Erscheinungstermin vor dem 15. eines Monats, endet der Abschluss am Ende des Vormonats, im anderen Falle am Ende des Ablaufmonats. Abschlüsse haben lediglich den Charakter einer Rabattvereinbarung, erfolgen Tarifierhöhungen während des Abschlusses, treten sie sofort in Kraft. **Wird der vereinbarte Frankenumsatz oder die Anzahl Anzeigen (Wiederholungsrabatt) überschritten, besteht Anspruch auf entsprechende Nachvergütung gemäss Rabattskala. Wird der Abschluss unterschritten erfolgt Nachbelastung gemäss Skala.** Während der Laufzeit sind Änderungen der vereinbarten Menge möglich. Für Konzernabschlüsse in das Reglement SZV/VSW verbindlich.

11

Zahlungskonditionen. Innerhalb 30 Tagen netto nach Rechnungsstellung. Kein Skonto. Fakturierung in EURO möglich. Folgende Anzeigen werden nur gegen Vorauszahlung entgegengenommen: Erotik (alle), alle Telekiosk-Anbieter u.ä. sowie Angebote von Finanz- oder Kreditinstituten, Darlehen, Transportunternehmungen, Partnerschaftsinstituten und Reinigungsfirmen. Müssen Rechnungsbeträge auf dem Zwangsvollstreckungsweg geltend gemacht werden, tritt jede Rabatt- oder Kommissionsvereinbarung ausser Kraft. BK und JUP können nicht kumuliert werden. Kommissionsberechtigt sind nur vom Verlag anerkannte Agenturen.

12

Konkurrenzausschluss kann nicht zugesichert werden.

13

Tarifänderungen und Änderungen dieser Insertionsbedingungen bleiben vorbehalten und treten auch für laufende Aufträge sofort in Kraft.

14

Die Pflicht zur Aufbewahrung von Druckunterlagen endet ein Monat nach Erscheinen der letzten Anzeige, sofern nicht ausdrücklich eine andere Vereinbarung getroffen wurde. Druckunterlagen werden nicht zurückgesandt.

15

Erfüllungsort und Gerichtsstand ist Zürich.