

Preise und Leistungen 2004

Anzeigenverkauf:

TR7 AG

Förrlibuckstrasse 70

Postfach, 8021 Zürich

Telefon 043/444 55 40

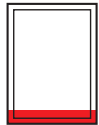
Fax 043/444 55 41

E-Mail anzeigen@tr7.ch



Formate und Preise

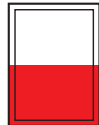
Inserate im redaktionellen Teil



Titelseite/Cover	Brutto: CHF 5 900.–
Titelseite:	223 x 25 mm



1/1 Seite	Brutto: CHF 10 875.–
Ssp:	200 x 260 mm
RA:	223 x 295 mm
	Zuschlag für 2. und 4. US 5 %



1/2 Seite quer	Brutto: CHF 5 850.–
Ssp:	200 x 130 mm
RA:	223 x 145 mm



1/2 Seite hoch	Brutto: CHF 5 850.–
Ssp:	97 x 260 mm
RA:	112 x 295 mm (aussen)



1/3 Seite quer	Brutto: CHF 4 900.– oben/unten Textanschluss
Ssp:	200 x 80 mm
RA:	223 x 80 mm

Inserate im Programmteil



Tagesübersicht	Brutto: CHF 2 690.–
Ssp:	200 x 50 mm



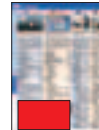
Tagesübersicht	Brutto: CHF 1 750.–
Ssp:	64 x 78 mm



Tagesübersicht	Brutto: CHF 2 000.–
Ssp:	96 x 60 mm



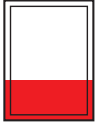
TV-Programm bei SF 1 oder SF 2	Brutto: CHF 1 600.–
Ssp:	57 x 60 mm



TV-Programm bei SF 1 oder SF 2	Brutto: CHF 3 150.–
Ssp:	117.5 x 50 mm



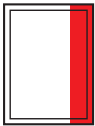
1/3 Seite hoch Brutto: CHF 3 950.–
 Ssp: 65 x 260 mm
 RA: 79 x 295 mm (aussen)



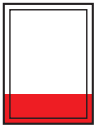
1/3 Seite quer Brutto: CHF 3 950.–
 Ssp: 200 x 87 mm
 RA: 223 x 102 mm



1/4 Seite halbhoch Brutto: CHF 3 025.–
 Ssp: 97 x 130 mm
 RA: 111 x 145 mm (aussen)



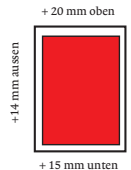
1/4 Seite hoch Brutto: CHF 3 025.–
 Ssp: 46 x 260 mm
 RA: 60 x 295 mm (aussen)



1/4 Seite quer Brutto: CHF 3 025.–
 Ssp: 200 x 65 mm
 RA: 223 x 80 mm



2/1 Panorama Brutto: CHF 21 440.–
 Ssp: 418 x 260 mm
 RA: 446 x 295 mm



Randangeschnittene Inserate

- Zusatzmasse, welche bei randangeschnittenen Inseraten dazugerechnet werden. Heftformat 223 x 295 mm. Randangeschnittene Formate + 4 mm Beschnitt pro Aussenrand.



TV-Programm Brutto: CHF 800.–
 Brutto: CHF 1 600.–
 ausser bei SF 1 oder SF 2

Ssp: 37 x 45 mm
 Ssp: 78 x 45 mm

Spezial-Formate



1/2 Seite diagonal Preis auf Anfrage
 Ssp: 223 x 295 mm



2 x 45/45 mm Preis auf Anfrage
 RA: 45 x 45 mm



Flappe 1/2 und 1/1 Seite
 inkl. Produktion
 Bruttopreis: CHF 41 803.–

Heftformat: 112 x 295 mm 1. Seite
 Heftformat: 223 x 295 mm 2. Seite



Klappe verkürzt
 Bruttopreis: CHF 22 496.–

Grösse: 112 x 295 mm

Headline

- Die Preise gelten für 1- bis 4-farbige Anzeigen (Einheitstarif) und basieren auf den Skala-Farben Cyan, Yellow, Magenta und Schwarz. Buntfarben (Pantone) auf Anfrage.
- Alle Preise verstehen sich zuzüglich 7,6 % Mehrwertsteuer.
- Platzierungswünsche werden nach Möglichkeit erfüllt, jedoch nicht garantiert.
- Preisänderungen vorbehalten.
- Weitere Spezialformate auf Anfrage.

Media-Daten

Beglaubigte Auflage:	169 035 Exemplare (beglaubigt WEMF 2003)
Leser:	437 000 (MACH Basic 2003)
Erscheinungsweise:	wöchentlich (Mittwoch)
Preis im Jahresabo:	CHF 133.–
Preis im Einzelverkauf:	CHF 3.–
Verbreitungsgebiet:	Deutsche Schweiz und Fürstentum Lichtenstein
Vertriebsart:	Hauptsächlich abonniert (über 93 %), Kioskverkauf

TR7-Verlagspartner (Stand November 2003)

Anzeiger für das Amt Interlaken, Basler Zeitung, Bieler Tagblatt, Bilanz, Bote der Urschweizer, Bote vom Untersee, Der Bund, Höfner Volksblatt, Lichtensteiner Vaterland, Lichtensteiner Volksblatt, March-Anzeiger, Neue Luzerner Zeitung, Neue Zürcher Zeitung, NZZ am Sonntag, Neues Bülacher Tagblatt, Oltner Tagblatt, Regionalzeitung Hinterthurgau und Umgebung, Reussbote, Rheintalische Volkszeitung, Schaffhauser Nachrichten, Sempacher Woche, Solothurner Zeitung, St. Galler Tagblatt, Südostschweizer, Surseer Woche, Volksstimme, Weltwoche, Werdenberger und Obertoggenburger, Zürcher Unterländer, Zürichsee-Zeitung

Die TR7-Leser und -Leserinnen

TR7 ist DAS TV-MAGAZIN DER SCHWEIZ. Dieser Anspruch widerspiegelt sich deutlich in der soziodemografischen Struktur sowie in der psychologischen Positionierung der Leserschaft. Wir richten uns an Herr und Frau «Schweizer».

Trotz (oder wegen) dieser typisch schweizerischen Positionierung ist das TR7 eine progressive TV-Zeitschrift. Dies ist der überdurchschnittlichen Affinität in den konsumorientierten und zukunftsgerichteten Feldern zu verdanken. Die hohen Werte in diesen Bereichen sind dem überarbeiteten, modernen Layout und dem frischen Erscheinungsbild zu verdanken.

TR7 dient 437 000 TV-Zuschauerinnen und -Zuschauern Woche für Woche als Navigator für Fernsehen, Film, Kino und Unterhaltung.

Leserschaftsprofil

	TR7: 437 000 Leser Basis	Alle: 4 073 000 Personen	
Alter	Struktur in %	Struktur in %	Affinität
20 bis 34 Jahre	27	29.4	90
35 bis 49 Jahre	30	26.7	113
50 bis 64 Jahre	23	19.3	118
ab 65 Jahre	14	16	91
Geschlecht			
Mann	51	49.5	104
Frau	49	50.5	96
Schulbildung			
obligatorische Schulbildung	17	20.8	84
mittlere Schulbildung	57	54.3	105
hohe Schulbildung	26	25	104
Haushaltseinkommen			
bis CHF 4000.–	12	16.6	69
CHF 4000.– bis CHF 8000.–	47	46.8	101
CHF 8000.– und mehr	41	36.6	113
Berufliche Stellung			
selbständig	7	7.9	82
Angestellte mit Kaderfunktion	17	14.9	114
Angestellte ohne Kaderfunktion	39	37.5	103
Siedlungsart			
Stadt/Agglomeration	76	67.6	112
Land	24	32.4	74

Quelle: MACH Basic 2003

Technische Daten

Das TR7 wird im Computer-to-Plate-Verfahren produziert.

Zeitschriftenformat: 223 x 295 mm

Satzspiegel: 200 x 260 mm

Randangeschnittene Inserate:

+ 4 mm Beschnitt auf allen Aussenseiten. Texte und Bildteile, die nicht angeschnitten werden dürfen, müssen 10 mm vom Hefrand entfernt sein.

Filme: Offsetfilme, positiv/negativ, seitenverkehrt.

Für die Redigitalisierung verrechnen wir je Film CHF 120.–.

Druckverfahren: Rollenoffset

Raster: 60er-Raster, elliptischer Kettenpunkt

Farben: 4-farbig, Skala-Farben

Volltondichte: C 1.35, M 1.35, Y 1.25, S 1.95

Punktverbreitung: C 16%, M 16%, Y 16%, S 20%

Papier: UPCM Stracel LWC 54 g/m² satin weiss 80

Andruck/Proof/Druckersatz: Zur farbverbindlichen Wiedergabe Ihrer Druckunterlagen benötigen wir ein Proof oder einen Andruck auf Auflagepapier-ähnlichem Träger. Zur Überprüfung der Farbwerte muss der UGRA/FOGRA-Medienkeil integriert sein.

Druckerei: Ringier Print Zofingen AG, Brühlstrasse 5, 4800 Zofingen

Anlieferung Druckmaterial:

TR7, Anzeigeninnendienst, Postfach, 8021 Zürich

Anlieferung Beilagen, Beihefter:

Ringier Print Zofingen AG, Postpress Rampe 1–3, Abt. 75W, Brühlstrasse 5, 4800 Zofingen

Digitale Vorlagen: Wenn möglich als Highend-PDF erstellen (Schriften einbetten). PC/Windows nur als PDF- oder Tiff-Datei. Auf Wunsch kann das Distiller-Profil zum Erstellen dieser PDF bei der Medienvorstufe Jean Frey AG, Telefon +41 43 444 50 61 oder +41 43 444 50 59, bezogen werden. Misch- und Pantonefarben müssen auf den gelieferten Daten bereits in Skalafarben (CMYK) umdefiniert sein. Verwendete Logos, Bilder und Schriften müssen in demselben Ordner geliefert werden.

Programme: Alle gängigen Grafik- und Layoutprogramme.

Datenübermittlung per ISDN:

ISDN (Leonardo Pro) +41 43 960 33 41. Vor der Datenübermittlung ist unbedingt eine Auftragsinformation über Titel, Ausgabedatum, Inserateformat, Sujetbezeichnung, Absender mit Telefonnummer für Rückfragen an den Anzeigen-Innendienst, Telefax 043 444 55 41 oder oliver.meyer@tr7.ch erforderlich.

Datenübermittlung Print Online (Poldirect):

Für die Übermittlung elektronischer Daten bevorzugen wir die Branchenlösung Poldirect von Print Online. Damit werden die Anzeigen schnell und direkt übermittelt, zentral geprüft und archiviert, ohne zusätzliche Kosten für den Datensender.

Information zu Poldirect finden sie unter www.printonline.ch, info@printonline.ch oder Telefon 01 258 17 70

Datenübermittlung via Datenträger:

Bevorzugte Datenträger: CD-Rom. Andere nach Absprache möglich. Den Datenträgern ist ein den Druckbedingungen angepasstes, farbverbindliches Proof auf Auflagepapier-ähnlichem Träger mit dem FOGRA-Medienkeil beizulegen. Datenträger müssen beschriftet sein: TR7, Ausgabedatum, Inserateformat, Sujetbezeichnung und Absender mit Telefonnummer für Rückfragen. Bitte einsenden an: TR7 AG, Oliver Meyer, Förrlibuckstrasse 70, 8021 Zürich.

Datenkontrolle:

Für die Datenkontrolle benötigen wir in jedem Fall einen den gelieferten Daten entsprechenden Anzeigenabzug (Proof, Laserprint usw.). Liegt uns dieser nicht rechtzeitig vor, lehnen wir jede Verantwortung für die korrekte Erscheinung ab.

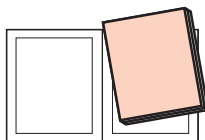
Datenkorrekturen/-bearbeitung: Satzkosten, Umkopieren, Anpassungen usw. werden separat nach Aufwand verrechnet (CHF 160.–/h).

Datenverwaltung: Gelieferte Datenträger werden nur auf Verlangen zurückgesandt. Datenträger werden 3 Monate nach der letzten Erscheinung gelöscht respektive vernichtet.

Beilagen und Beikleber

Lose Beilagen

Gewicht	Gesamtkosten	Kosten je 1000 Ex.
bis 50 g	CHF 51 950.–	CHF 273.45
51–75 g	CHF 59 580.–	CHF 313.60
76–100 g	CHF 66 010.–	CHF 347.15



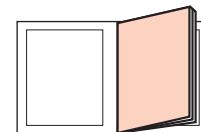
Preise inklusive Porto und technischer Kosten.

Technische Bedingungen

- **Mindestformat:** 105 x 148 mm
- **Maximalformat:** 210 x 285 mm
- **Gewicht:** max. 100 g
- **Teilbelegung:** auf Anfrage möglich
- **Umfang:** Mindestens 2 Seiten (1 Blatt) max. 100 g
- **Anlieferungsbedingungen:** Auf SBB-Paletten bandiert, maximal 1.4 m hoch, jedes Palett etikettiert mit Belegexemplar, Erscheinungsdatum und Magazintitel
- **Kalkulationsauflage:** 190 000 Exemplare
- **Platzierung:** Seite nicht bestimmbar
- **Verschiebung:** Aus technischen Gründen vorbehalten
- **Blindmuster:** Die endgültige Annahme jedes Auftrages ist von der rechtzeitigen Vorlage von 10 verbindlichen Mustern an TR7 abhängig
- **Liefertermin:** 10 Arbeitstage vor Erscheinungsdatum
- **Liefermenge für Totalauflage:** 195 000 Exemplare

Beilagen mitgeheftet

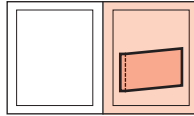
Gewicht	Gesamtkosten	Kosten je 1000 Ex.
bis 50 g	CHF 33 520.–	CHF 176.45
51–75 g	CHF 40 750.–	CHF 214.45
76–100	CHF 47 545.–	CHF 250.25



Preise inklusive Porto und technischer Kosten.

Technische Bedingungen

- **Kalkulationsauflage:** 190 000 Exemplare
- **Mindestformat:** 148 x 105 mm
- **Maximalformat:** 223 x 295 mm
- **Gestaltung:** Bei randangeschnittener Gestaltung müssen Texte und Bildelemente 10 mm vom Kopf des Formatrandes entfernt sein
- **Ausrüstung:** Format 223 x 295 mm (Hefformat), am Kopf geschlossen, gefalzt. Kopfbeschnitt 5 mm / Fussbeschnitt 15 mm / Beschnitt seitlich 5 mm / Vorfalz hinten 10 mm
- **Umfang:** Mindestens 4 Seiten
- **Papiergewicht:** Max. 100 g, 4-seitige Beihefter müssen mindestens auf 90 g/m²-Papier gedruckt werden
- **Kleinere Formate:** (Minimum 148 x 105 mm) Am Kopf geschlossen, gefalzt, mit einer Klammer geheftet. Kopfbeschnitt 10 mm rechts und am Fuss auf Format geschnitten und Vorfalz hinten 10 mm
- **Liefermenge für Totalauflage:** 195 000 Exemplare



Inserat mit Beikleber

Gewicht/Artikel	Gesamtkosten	Kosten je 1000 Ex.
bis 50 g	CHF 19 500.–	CHF 102.65
ab 50 g	auf Anfrage	
Sachets/Musterbeutel	auf Anfrage	

Preise inklusive Porto und technischer Kosten, exklusive Inseratekosten.

Technische Bedingungen

- **Kalkulationsauflage:** 190 000 Exemplare
- **Mindestformat:** 80 x 60 mm
- **Maximalformat:** 210 x 180 mm
- **Anzeige:** Mindestformat 1/1 Seite
- **Standabweichung:** Achsabweichung +/- 4° + 1–7 mm
- **Papier:** Minimum 120 g/m²,
Maximum 240 g/m² mit glatter Oberfläche, z. B. mattgestrichenes Papier. Postkarten müssen den Postvorschriften entsprechen
- **Format Beikleber:** Min. 80 x 60 mm, max. 210 x 180 mm
- **Gewicht:** über 50 g, auf Anfrage
- **Technische Bedingungen:** 4- bis 19-seitige Beikleber müssen eine ganze abgeschlossene Seite aufweisen (kein Leporellofalz). Fehlleistungen von max. 5 % der zur Verfügung gestellten Anzahl bleiben vorbehalten (Standabweichung, fehlende oder beschädigte Beikleber)
- **Liefermenge für Totalauflage:** 195 000 Exemplare

Rabatte

Frankenabschlüsse

CHF	28 150.–	3 %	CHF	168 500.–	12 %
CHF	56 550.–	5 %	CHF	225 350.–	15 %
CHF	84 450.–	7 %	CHF	338 000.–	17 %
CHF	112 670	10 %	CHF	450 700.–	19 %

Anzeigen und Beilagen/Kleber sind kumulierbar.

Wiederholungsrabatte

6 x 5 %	13 x 10 %	20 x 15 %	26 x 20 %
---------	-----------	-----------	-----------

Abschluss- und Wiederholungsrabatte sind nicht kumulierbar.

BK II/JUP II

- **Beraterkommission II:** 15 %
- **Jahresumsatzprämie II:** 15 % ab 3 Seiten pro Jahr bzw. Umsatz 32 625.–

Spezialrabatte

- **Wohltätigkeitsrabatt für Anzeigen mit wohltätigem Zweck** 50 %
(nur für auf der ZEWO-Liste aufgeführte Auftraggeber, nicht Abschluss- und Beraterkommissionsberechtigten)

Terminplan / Erscheinungsplan 2004

Ausgabe	Erscheinungsdatum	Anzeigenschluss jeweils 15.00 Uhr	Druckunterlagenschluss jeweils 12.00 Uhr	Programm	Monat
52/1 Doppel-Nr.	Mi 17.12.03	Mi 3.12.03	Fr 5.12.03	Sa 20.12.03 – Fr 2.01.04	Januar 04
2	Mo 29.12.03	Fr 12.12.03	Di 16.12.03	Sa 3.01.04 – Fr 9.01.04	
3	Mi 7.01.04	Mo 22.12.03	Mi 24.12.03	Sa 10.01.04 – Fr 16.01.04	
4	Mi 14.01.04	Mi 31.12.03	Di 6.01.04	Sa 17.01.04 – Fr 23.01.04	
5	Mi 21.01.04	Fr 9.01.04	Di 13.01.04	Sa 24.01.04 – Fr 30.01.04	
6	Mi 28.01.04	Fr 16.01.04	Di 20.01.04	Sa 31.01.04 – Fr 6.02.04	Februar 04
7	Mi 4.02.04	Fr 23.01.04	Di 27.01.04	Sa 07.02.04 – Fr 13.02.04	
8	Mi 11.02.04	Fr 30.01.04	Di 3.02.04	Sa 14.02.04 – Fr 20.02.04	
9	Mi 18.02.04	Fr 6.02.04	Di 10.02.04	Sa 21.02.04 – Fr 27.02.04	
10	Mi 25.02.04	Fr 13.02.04	Di 17.02.04	Sa 28.02.04 – Fr 5.03.04	März 04
11	Mi 3.03.04	Fr 20.02.04	Di 24.02.04	Sa 6.03.04 – Fr 12.03.04	
12	Mi 10.03.04	Fr 27.02.04	Di 2.03.04	Sa 13.03.04 – Fr 19.03.04	
13	Mi 17.03.04	Fr 5.03.04	Di 9.03.04	Sa 20.03.04 – Fr 26.03.04	
14	Mi 24.03.04	Fr 12.03.04	Di 16.03.04	Sa 27.03.04 – Fr 2.04.04	April 04
15	Mi 31.03.04	Fr 19.03.04	Di 23.03.04	Sa 3.04.04 – Fr 9.04.04	
16	Di 6.04.04	Di 23.03.04	Fr 26.03.04	Sa 10.04.04 – Fr 16.04.04	
17	Mi 14.04.04	Di 30.03.04	Fr 2.04.04	Sa 17.04.04 – Fr 23.04.04	
18	Mi 21.04.04	Mo 5.04.04	Do 8.04.04	Sa 24.04.04 – Fr 30.04.04	(Ostern)
19	Mi 28.04.04	Fr 16.04.04	Di 20.04.04	Sa 1.05.04 – Fr 7.05.04	Mai 04
20	Mi 5.05.04	Fr 23.04.04	Di 27.04.04	Sa 8.05.04 – Fr 14.05.04	
21	Mi 12.05.04	Fr 30.04.04	Di 4.05.04	Sa 15.05.04 – Fr 21.05.04	
22	Di 18.05.04	Di 04.05.04	Fr 07.05.04	Sa 22.05.04 – Fr 28.05.04	
23	Mi 26.05.04	Di 11.05.04	Fr 14.05.04	Sa 29.05.04 – Fr 4.06.04	Juni 04
24	Mi 2.06.04	Di 18.05.04	Fr 21.05.04	Sa 5.06.04 – Fr 11.06.04	
25	Mi 9.06.04	Fr 28.05.04	Di 1.06.04	Sa 12.06.04 – Fr 18.06.04	

26	Mi	16.06.04	Fr	4.06.04	Di	8.06.04	Sa	19.06.04 – Fr	25.06.04	
27	Mi	23.06.04	Fr	11.06.04	Di	15.06.04	Sa	26.06.04 – Fr	2.07.04	Juli 04
28	Mi	30.06.04	Fr	18.06.04	Di	22.06.04	Sa	3.07.04 – Fr	9.07.04	
29	Mi	7.07.04	Di	22.06.04	Fr	25.06.04	Sa	10.07.04 – Fr	16.07.04	
30	Mi	14.07.04	Fr	2.07.04	Di	6.07.04	Sa	17.07.04 – Fr	23.07.04	
31	Mi	21.07.04	Fr	9.07.04	Di	13.07.04	Sa	24.07.04 – Fr	30.07.04	
32	Mi	28.07.04	Di	13.07.04	Fr	16.07.04	Sa	31.07.04 – Fr	6.08.04	August 04
33/34 Doppel-Nr.	Mi	04.08.04	Di	20.07.04	Fr	23.07.04	Sa	7.08.04 – Fr	20.08.04	
35	Mi	18.08.04	Fr	6.08.04	Di	10.08.04	Sa	21.08.04 – Fr	27.08.04	
36	Mi	25.08.04	Fr	13.08.04	Di	17.08.04	Sa	28.08.04 – Fr	3.09.04	September 04
37	Mi	1.09.04	Fr	20.08.04	Di	24.08.04	Sa	4.09.04 – Fr	10.09.04	
38	Mi	8.09.04	Fr	27.08.04	Di	31.08.04	Sa	11.09.04 – Fr	17.09.04	
39	Mi	15.09.04	Fr	3.09.04	Di	7.09.04	Sa	18.09.04 – Fr	24.09.04	
40	Mi	22.09.04	Fr	10.09.04	Di	14.09.04	Sa	25.09.04 – Fr	1.10.04	Oktober 04
41	Mi	29.09.04	Fr	17.09.04	Di	21.09.04	Sa	2.10.04 – Fr	8.10.04	
42	Mi	6.10.04	Fr	24.09.04	Di	28.09.04	Sa	9.10.04 – Fr	15.10.04	
43	Mi	13.10.04	Fr	1.10.04	Di	5.10.04	Sa	16.10.04 – Fr	22.10.04	
44	Mi	20.10.04	Fr	8.10.04	Di	12.10.04	Sa	23.10.04 – Fr	29.10.04	
45	Mi	27.10.04	Fr	15.10.04	Di	19.10.04	Sa	30.10.04 – Fr	5.11.04	November 04
46	Mi	3.11.04	Di	19.10.04	Fr	22.10.04	Sa	6.11.04 – Fr	12.11.04	
47	Mi	10.11.04	Fr	29.10.04	Di	2.11.04	Sa	13.11.04 – Fr	19.11.04	
48	Mi	17.11.04	Fr	5.11.04	Di	9.11.05	Sa	20.11.04 – Fr	26.11.04	
49	Mi	24.11.04	Fr	12.11.04	Di	16.11.04	Sa	27.11.04 – Fr	3.12.04	Dezember 04
50	Mi	1.12.04	Fr	19.11.04	Di	23.11.04	Sa	4.12.04 – Fr	10.12.04	
51	Mi	8.12.04	Fr	26.11.04	Di	30.11.04	Sa	11.12.04 – Fr	17.12.04	
52	Mi	15.12.04	Di	30.11.04	Fr	3.12.04	Sa	18.12.04 – Fr	24.12.04	
53/1 Doppel-Nr.	Mi	22.12.04	Di	7.12.04	Fr	10.12.04	Sa	25.12.04 – Fr	07.01.05	
2	Mi	5.01.05	Do	23.12.04	Di	28.12.04	Sa	8.01.05 – Fr	14.01.05	

Die Annullationstermine entsprechen den Anzeigenschlussdaten.

Doppel-Nummer: Zwei Wochen Programm in einem Heft!

TR7 – kurz und knapp

Sehr geehrte Damen und Herren, geschätzte Kunden

Die eigenständige Positionierung im Konkurrenzumfeld der TV-Magazine, das klare inhaltliche Profil und gezielte Arbeiten an den Inhalten haben sich bezahlt gemacht!

Das TR7 konnte 51 000 neue Leserinnen und Leser gewinnen (MACH Basic 2003), das entspricht einer signifikanten Zunahme von eindrucklichen 13.2 Prozent!

Wir freuen uns über diesen schönen Erfolg und bedanken uns im Namen des gesamten Teams für die Unterstützung im Werbemarkt.

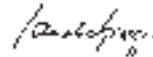
Das TR7 ist das TV-Magazin mit dem übersichtlichsten und benutzerfreundlichsten Fernsehprogramm. Wir richten uns an das schweizorientierte Fernseh-, Film- und Kinopublikum zwischen 30 und 55 Jahren mit Spass an den schönen Seiten des Lebens und ausgeprägtem Qualitätsbewusstsein.

Die informativen, unterhaltsamen und überraschenden Inhalte überzeugen durch Esprit und den Blick für das Wesentliche, einen ausgeprägten Servicecharakter, das zeitgemäss-klassische Layout und die schnelle, durchdachte Blattstruktur.

Nutzen Sie die vielfältigen und interessanten Insertionsmöglichkeiten und platzieren Sie Ihr Inserat in einem viel beachteten, positiven und lustvollen Werbeumfeld: abgestimmt auf Ihre Zielgruppe, punktgenau an Ihre Adressaten.

TR7 – es lohnt sich!

Freundliche Grüsse



Sandro Rüegger
Verlagsleitung



René Hildebrand
Chefredaktor



Mit «Grüezi» heissen wir unsere Leser willkommen

- informatives Editorial
- übersichtliches Inhaltsverzeichnis
- der ideale Einstieg ins Blatt



«Schweiz» – kompetente Informationen zur Schweizer TV- und Medienszene

- spannende Porträts zu Personen
im Brennpunkt
- vertiefende Blicke hinter die Kulissen
- prägnante Kolumnen zu brisanten
Themen

«Programm»

- gezielte Navigation durch
55 Programme
- übersichtliche Darstellung
- das Wesentliche auf einen Blick
- sehr benutzerfreundliche Struktur



Der «Kinoteil» ist attraktiv

- grosse Aufmachergeschichte
- Übersicht zu den aktuellen Kinofilmen
(inkl. Bewertung)
- Kurz-News aus der Filmwelt
- TR7-Kultserie
«Die besten Filme aller Zeiten»



Die TR7-«Titelgeschichte»

- reich bebildert
- grosszügig angelegt
- interessante Zusatzinformationen
(Service-Boxen)
- das Lesen wird zum Genuss



Online - Werbung

Topaktuelles Fernsehprogramm, TV-Tagestipps, persönlicher TV-Suchservice, Kino-News, Gewinnspiel und mehr.

Werbeformen

Werbemittel	Dateiformat	Auflösung	Datengrösse	Preise
Opt-in Pop-up	auf Anfrage			
Skyscraper	148 x 800 Pixel	72 dpi	max. 28 KB	170.–
Full Banner	468 x 60 Pixel	72 dpi	max. 15 KB	90.–
Button	120 x 60 Pixel	72 dpi	max. 15 KB	50.–
Half Skyscr.	148 x 400 Pixel	72 dpi	max. 23 KB	140.–

TV-Butler

TV-Programm-Newsletter, 7 x pro Woche

Ca. 2 000 Abonnenten.

Textformat, max. 350 Zeichen, 2 URLs: Fr. 300.– pro Woche

Konditionen

- **Mindestbuchung:** 1 500.–
- **Preise:** Schweizer Franken exkl. 7,6 % MwSt. pro 1000 Ad-Impressions
- **Verrechnung:** Im Voraus bei Auftragsbestätigung
- **Rabatte:** Gemäss Anzahl im Voraus gebuchter Ad-Impressions
- **Beraterkommission:** 5 % auf alle Dispositionen, die über eine kommissionsberechtigzte Werbe- und/oder Media-Agentur vermittelt werden

Rabatte

CHF 20 000	2 %	CHF 400 000	12 %
CHF 50 000	4 %	CHF 500 000	14 %
CHF 100 000	6 %	CHF 600 000	16 %
CHF 200 000	8 %	CHF 800 000	18 %
CHF 300 000	10 %	CHF 1 000 000	20 %

Technische Parameter

- **Dateiformate:** GIF, JPEG oder Rich-Media (bei Flash usw. bitte Alternativ-JPEG oder -GIF mitliefern). Bei Problemen mit Rich-Media-Vorlagen und Tag-in-Tag-Schaltungen wird eine Bearbeitungspauschale von CHF 200.– erhoben.
- **Auswertung:** mittels DART (passwortgeschützter Zugriff)
- **Datenanlieferung:** Senden Sie die Werbemittel mit Angabe der Click-Through-URL an AdLink (sales-ch@adlink.net)

Online-Kontakt

- AdLink Internet Media AG
Sternenstrasse 15
8002 Zürich
Telefon 01 206 47 00
Fax 01 206 47 01
E-Mail sales-ch@adlink.net

Mindestens ein Arbeitstag vor Aufschaltung, 16.00 Uhr, Banner- und Buttonsujetwechsel innert Tagesfrist, ausgenommen an Samstagen sowie Sonn- und Feiertagen.

Kontakte

Anzeigenleitung



Patrick Knecht
Telefon +41 43 444 55 50
Mobile +41 79 254 20 00
patrick.knecht@tr7.ch

Disposition



Francine Bruni
Telefon +41 444 43 55 32
francine.bruni@tr7.ch



Daniella Zambelli
Telefon +41 444 43 55 40
daniella.zambella@tr7.ch



Oliver Meyer
Telefon +41 43 444 55 45
oliver.meyer@tr7.ch

Fax +41 43 444 55 41
ISDN +41 43 960 33 41
E-Mail anzeigen@tr7.ch

Verlag und Redaktion

TR7 AG
Förrlibuckstrasse 70
Postfach
8021 Zürich
Telefon +41 43 444 55 40
Fax +41 43 444 55 41
www.tr7.ch

Verlagsleitung



Sandro Rüeegger
Telefon +41 43 444 55 44
sandro.rueegger@tr7.ch

Redaktionsleitung



René Hildbrand
Telefon +41 43 444 55 33
rene.hildbrand@tr7.ch

Marketingleitung



Daniel Allemann
Telefon +41 43 444 55 43
daniel.allemann@tr7.ch

Neue Medien



Francine Bruni
Telefon +41 43 444 55 32
francine.bruni@tr7.ch

Insertionsbedingungen

1 Begriff des Insertionsvertrages

Die Insertionsbedingungen regeln die vertraulichen Beziehungen zwischen dem Inserenten resp. dem beauftragten Werbevermittler und dem Verlag, sofern nicht schriftlich etwas anderes vereinbart wurde. Durch den schriftlichen oder mündlichen Abschluss eines Insertionsvertrages verpflichtet sich der Verleger, in der bezeichneten Publikation eine oder mehrere Anzeigen erscheinen zu lassen, währenddem der Anzeigenkunde die Insertionskosten zu bezahlen hat.

2 Anwendbare Rechtsnormen

Massgebend für die Regelung des Vertragsverhältnisses sind in erster Linie die Geschäftsbedingungen (AGB) und die Vorschriften des Schweizerischen Obligationenrechts (OR).

3 Frankenabschlüsse und Wiederholungsaufträge

3.1 Zulässigkeit

Frankenabschlüsse und Wiederholungsaufträge sind für Anzeigen eines einzelnen Anzeigenkunden zulässig. Für Konzerne und Holdinggesellschaften gelten spezielle Reglemente des SZW/VSW.

3.2 Abschlüsse und deren Laufdauer

Die Abschlusshöhe muss grundsätzlich bei der ersten Disposition, auf alle Fälle vor Erscheinen der ersten Anzeige bekannt sein. Die Laufdauer der Abschlüsse und Wiederholungsaufträge beginnt spätestens mit dem Datum der ersten Insertion, sofern bei Abschlussteilung nicht ein anderes Datum bestimmt wird: Sie beträgt 12 Monate und kann grundsätzlich nicht geändert werden. Beginnt die Laufdauer des Abschlusses bis und mit dem 15. eines Monats, so läuft sie bis Ende Vormonat des folgenden Jahres.

3.3 Tarif- und Tarifänderungen

Ein Abschluss wird pro Publikation zum Grundtarif abgeschlossen. Dem Abschluss werden alle rabattberechtigten Anzeigenkategorien zum jeweils gültigen Tarif angerechnet. Änderungen der Preise, Rabatte und der MWST. treten auch bei laufenden Dispositionen sofort in Kraft. Der Inserent hat das Recht, innerhalb von zwei Wochen seit Bekanntgabe des neuen Preises vom Vertrag zurückzutreten. In diesem Falle hat er nur Anrecht auf den Rabatt, der gemäss Rabattskala der effektiv abgenommenen Menge entspricht.

4 Rabatte

4.1 Frankenabschlussrabatt:

Für jeden Frankenabschluss hat der Auftraggeber Anrecht auf den tariflichen Abschlussrabatt.

4.2 Rückwirkender Rabatt

Übersteigt das Volumen der aufgegebenen Anzeigen innert Jahresfrist die vorgesehene Abschlusshöhe, so wird der Rabatt auf dem Gesamtvolumen berechnet und dem Kunden im Rahmen der Rabattskala ein rückwirkender Rabatt auf Ende Verrechnungsperiode gewährt.

4.3 Wiederholungsrabatt

Der Wiederholungsrabatt wird auf Aufträgen erteilt, welche die der Rabattskala entsprechenden Anzahl Anzeigen (innerhalb von max. 12 Monaten) enthalten und gleichzeitig disponiert werden. Die Grösse darf nicht verändert werden, Texte oder Sujets nur

8 Platzierungswünsche

Platzierungswünsche des Auftraggebers werden nur unverbindlich entgegengenommen. Erscheint die Anzeige aus technischen Gründen an einer anderen Stelle als vorgeschrieben oder gewünscht, so kann deswegen weder die Zahlung verweigert noch Schadenersatz verlangt werden.

9 Beanstandungen

Für fehlerhaftes Erscheinen, das den Sinn oder die Wirkung einer Anzeige wesentlich beeinträchtigt, wird Ersatz in Form von Anzeigenraum bis zur Grösse der fehlerhaften Anzeige geleistet. Telefonische Bestellungen, Änderungen oder Abbestellung von Anzeigen erfolgen auf Gefahr des Anzeigenkunden. Eine weitere Haftung wird abgelehnt. Druckfehler, die weder Sinn noch Wirkung der Anzeige stören, berechtigen nicht zu Preisnachlässen. Der Verlag gewährleistet eine drucktechnisch gute Wiedergabe der Anzeigen. Bedingung ist, dass der Auftraggeber für das jeweilige Druckverfahren einwandfreie, druckfertige Unterlagen liefert. Abweichungen vom verlangten Standard können dem Auftraggeber bekannt gegeben werden. Geringe Tonabweichungen sind im Toleranzbereich der Druckverfahren, der verwendeten Papiere und Farben begründet und berechtigen nicht zu Preisnachlässen, verspätete Auslieferungen der Ausgaben, bedingt durch technische Störungen, berechtigen nicht zu Entschädigungen. Bei Druckmaterial, welches nicht den technischen Normen der Zeitschrift entspricht, wird jede Verantwortung abgelehnt. Mängelrügen müssen innerhalb eines Monats nach Eingang der Rechnung geltend gemacht werden. Nach Ablauf dieser Frist können sie nicht mehr entgegengenommen werden. Die Bestreitung eines oder mehrerer Poster der Rechnung entbindet den Auftraggeber nicht von der Pflicht, den Restbetrag dieser Rechnung gemäss der im Punkt «Zahlungsbedingungen» genannten Fristen zu begleichen.

10 Ablehnung von Anzeigen

Der Verleger hat das Recht, Anzeigen ohne Angabe von Gründen abzulehnen. Veröffentlichungen von redaktionellen Beiträgen können bei der Aufgabe von Inseraten nicht zur Bedingung gemacht werden.

11 Beachtung der rechtlichen Vorschriften

Für den Inhalt der Anzeigen ist der Auftraggeber gegenüber Verlag, Behörden und Leserschaft voll verantwortlich. Wird die Zeitschrift von Dritten haftbar gemacht, verpflichtet sich der Auftraggeber, die Zeitschrift von irgendwelchen Ansprüchen freizustellen. **Straf- und Zivilrecht:** Vorbehaltlich der zwingenden presserechtlichen Bestimmungen trägt der Anzeigenkunde unter Kostenfolge die alleinige Verantwortung, wenn durch die Veröffentlichung seiner Anzeige gesetzliche Vorschriften verletzt werden. Er verpflichtet sich, den Verleger von sämtlichen Ansprüchen Dritter, die im Zusammenhang mit dem Inhalt der Anzeige stehen, vollständig freizustellen und schadlos zu halten. **UWG:** Der Anzeigenkunde stellt sicher, dass seine Anzeigen nicht gegen das UWG (Gesetz über den unlauteren Wettbewerb) verstossen. Im Falle einer Verletzung des UWG trägt der Anzeigenkunde die volle Verantwortung für allfällige den Verleger betreffende Konsequenzen. Insbesondere verpflichtet sich der Anzeigenkunde, sämtli-

dann, wenn es sich um Volldruckmaterial handelt. Erweiterungen und Erneuerungen eines Wiederholungsauftrages sind möglich, sofern der entsprechende Auftrag vor Erscheinen der letzten Insertion in den vorgängig erwähnten Formen und innerhalb der Zeitspanne von 12 Monaten erteilt wird. Der Rabatt wird aufgrund des neuen Gesamtvolumens bzw. gemäss der entsprechenden Rabattstufe berechnet und unter Berücksichtigung der bereits abgerechneten Anzeigen rückwirkend gewährt. Wiederholungsaufträge sind auf jene Publikationen zu beschränken, deren Tarif entsprechende Möglichkeiten vorsehen.

4.4 Rabattanpassungen

Grundsätzlich gilt für die ganze Laufdauer der gleiche Rabattsatz.

4.5 Rabattnachbelastung

Erreicht die abgenommene Menge am Ende der Laufdauer die vorgesehene Abschlusshöhe nicht, so erhält der Kunde im Rahmen der Rabattskala eine Rabattnachbelastung. Auf eine Rabattnachbelastung wird in der Regel verzichtet, wenn das fehlende Volumen nicht mehr als 3 Prozent der Abschlusshöhe beträgt.

5 Vorzeitige Vertragsauflösung

5.1 Sistierung durch den Anzeigenkunden

Die Abbestellung oder Verschiebung fest erteilter Dispositionen kann auch bei Vorliegen zwingender Gründe nur bis zum Anzeigenschluss angenommen werden.

5.2 Vertragsauflösung durch den Verleger

Sollte während der Vertragsdauer eine Publikation ihr Erscheinen einstellen, kann der Verleger ohne Ersatzverpflichtung vom Vertrag zurücktreten. Der Anzeigenkunde ist diesfalls nicht von der Pflicht entbunden, die bereits erschienen Anzeigen zu bezahlen. Im Fall vorzeitiger Vertragsauflösung durch den Verleger bleiben die Rabattbedingungen aufgrund der ursprünglich festgelegten Abschlusshöhe bestehen.

6 Zahlungsbedingungen

6.1 Zahlungsfrist

Sofern nichts anderes vereinbart wird, sind die Rechnungen innert 30 Tagen ohne Skontoabzug zu bezahlen. Bei rechtlichem Inkasso erlischt jede Rabattberechtigung auf allen nicht bezahlten Rechnungen. Für diese Rabatte wird eine Nachfakturierung vorgenommen.

6.2 Verzugszins

Werden Rechnungen nicht innert 30 Tagen bezahlt, kann ein Verzugszins berechnet werden. Der Verzugszins beträgt 5 Prozent (Art. 104 OR).

6.3 Delcredere-Risiko

Das Delcredere-Risiko eines Dritten ist vom Anzeigenkunden zu tragen, d.h., der Vertragspartner des Verlegers verpflichtet sich, für die Zahlungen oder für eine anderweitige Erfüllung der Verbindlichkeit des vermittelten Dritten einzustehen.

7 Zusätzliche Leistungen

Ausserordentliche Aufwendungen plus MWSt. werden nach branchenüblichen Tarifen zusätzlich verrechnet. Als solche gelten Dienstleistungen wie die Erstellung von Druckunterlagen, Anzeigengestaltung, Textvorlagen, Übersetzungen, Mediaabrechnungen und -auswertungen usw., welche über das übliche Mass (z.B. einfache Streupläne, Kostenabrechnungen usw.) hinausgehen, sowie DTP-Kosten, Expressgebühren, häufige Auftragsmutationen, nachträgliche Neugruppierungen von Rechnungen, Zwischenmeldungen für laufende Dispositionen, Fremdleistungen etc.

che Aufwendungen, die sich für den Verleger aus einem UWG-Verfahren ergeben, zu übernehmen. Inserate, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht klar als solche zu erkennen sind, werden mit der Bezeichnung «Anzeige» kenntlich gemacht. Für redaktionell gestaltete Anzeigen dürfen weder die Grundschrift der Zeitschrift noch Zeitschriftentitel (Schrift und Signet) verwendet werden.

12 Gegendarstellungsrecht

Gemäss Art. 28 f ff. ZG hat derjenige, der durch Tatsachendarstellungen in periodisch erscheinenden Medien in seiner Persönlichkeit unmittelbar betroffen ist, Anspruch auf Gegendarstellung. Der Verlag kann die Gegendarstellung jedoch verweigern, wenn sie offensichtlich unrichtig ist oder wenn sie gegen das Recht oder die guten Sitten verstösst. Der Anzeigenkunde, der die beanstandete Tatsachenbehauptung veranlasst hat, verpflichtet sich, die durch die Ausübung des Gegendarstellungsrechts anfallenden Kosten zu tragen.

13 Immaterielle Übermittlung von Druckunterlagen

Für vom Kunden angelieferte Daten (über Datenträger, Modem oder ISDN), die inhaltlich fehlerhaft oder unvollständig sind, wird jede Haftung abgelehnt. Weiter lehnt der Verleger jede Haftung ab, wenn angelieferte Daten nicht standardmässig verarbeitet oder verwendet werden können und dadurch qualitative Mängel des Druckproduktes entstehen. Die dadurch entstehenden zusätzlichen Aufwände werden nach effektivem Aufwand berechnet. Eine Haftung des Verlegers beschränkt sich auf von ihm verursachte Fehler, die auf grobe Fahrlässigkeit zurückzuführen sind.

14 Gut zum Druck

Nur bei von uns erstellten Anzeigen (separate Verrechnung) ab gelieferten reprofähigen Vorlagen wird dem Inserenten vor Druckbeginn ein Probeabzug unterbreitet mit der Angabe, bis wann Korrekturen entgegengenommen werden können. Bleibt der Verlag bis zu diesem Termin ohne Bericht, so ist er zur Annahme berechtigt, dass die Anzeige «Gut zum Druck» ist. Korrekturen, die von der Vorlage abweichen und eine Neubearbeitung der Lithos erfordern, können nur angenommen werden, wenn die dafür notwendige Zeit zur Verfügung steht und der Inserent für die Kosten aufkommt. Für gelieferte belichtungsfertige Daten wird kein Probeabzug erstellt.

15 Druckunterlagen

Für die termingerechte Lieferung der Druckunterlagen oder Beilagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Ohne ausdrückliche Vereinbarung ist der Verlag bzw. die Werbegesellschaft für geliefertes Druck- und Datenmaterial weder aufbewahrungs- noch rückgabepflichtig.

16 Tarifänderungen

Tarifänderungen bleiben vorbehalten und treten für alle Inserenten gleichzeitig in Kraft. Der Inserent hat jedoch das Recht, innerhalb von 2 Wochen seit schriftlicher Bekanntgabe der neuen Preise vom Vertrag zurückzutreten. In diesem Fall hat er nur Anspruch auf den Rabatt, der gemäss Rabattskala dem effektiv abgenommenen Quantum entspricht.

17 Gerichtsstand

Gerichtsstand ist das zuständige Gericht am Ort der Geschäftsstelle der Gesellschaft, die den Insertionsvertrag geschlossen hat. In diesem Falle ist der Gerichtsstand Zürich.

Diese Insertionsbedingungen gelten seit dem 1. Juli 2003 und ersetzen alle früheren Fassungen.

Beobachter

BILANZ

DIE  WELTWOCH

TR7
DES TV-KANALS DER SCHWEIZ