

JUP-Empfehlung für Schweizer Medienhäuser

Abgeschlossen zwischen dem **Schweizer Werbe-Auftraggeberverband (SWA)** einerseits sowie dem Verband **SCHWEIZER MEDIEN** andererseits.

Diese Empfehlung ersetzt die bisherige Regelung der Parteien vom 1. Januar 2005 nach dem Ausscheiden vom Verband Schweizer Werbegesellschaften (VSW). Dieses Dokument ist eine Empfehlung für Rabattierung für Anzeigekunden, welche ihre Werbungen direkt bei den Verlagen buchen. Damit die Vorgaben zwischen Verlag und Werbetreibenden Rechtswirksamkeit entfalten, müssen diese Empfehlungen in den Rahmenvertrag zwischen dem Verlag und dem Werbetreibenden integriert werden.

1. Es wird empfohlen, dass eine Jahresumsatzprämie (JUP) von Anzeigekunden eingefordert werden kann, **wenn diese ihre Werbung direkt bei den Verlagen disponieren** und nicht über eine kommissionsberechtigte Werbe-/Mediaagentur (mit Beraterkommission „BK“).
2. Die JUP 1 gilt für Umsätze der **Tages- und Wochenpresse**. Sie soll gewährt werden, sofern der betreffende Verlag dem Kunden angezeigt hat, dass diese JUP-Empfehlungen Bestandteil der Individualvereinbarung bilden. **Die JUP 1 beträgt 5%** (analog der Höhe der BK).
3. Die JUP 2 gilt für Umsätze der **Publikums-, Spezial- und Fachpresse**, sofern der betreffende Verlag dem Kunden angezeigt hat, dass diese JUP-Empfehlung Bestandteil der Individualvereinbarung bilden. **Die JUP 2 beträgt 5% bis 15%** (analog der Höhe der BK).
4. Auf Inseraten, welche bereits eine Beraterkommission abgerechnet wurde, wird keine JUP gewährt. Gelegenheitsanzeigen (Stellen, Liegenschaften etc.) sowie Anzeigen zu Lokalpreisen sind von der JUP ausgenommen.
5. Für die Gewährung der JUP ist kein Mindestumsatz vorgeschrieben.
6. Eine zentrale Anmeldung für JUP 1 und JUP 2 ist ab 1.1.2020 nicht mehr erforderlich.
7. Werbetreibende Unternehmen sind angehalten zu entscheiden, ob sie innerhalb eines Kalenderjahrs die JUP beanspruchen oder in Zusammenarbeit mit einer Agentur die BK.
8. Die JUP wird vom Netto-Preis, inkl. Platzierungs- und Farbzuschlägen berechnet und bei allen Aufträgen direkt in Abzug gebracht.
9. Es ist für Verlage unzulässig, die bestehenden Rabatt-Skalen und Preise oder sonstige Konditionen zum Zwecke der Kompensation mit der zu gewährenden JUP zum Nachteil der Auftraggeber zu ändern.
10. Die Parteien verpflichten sich gegenseitig, von öffentlichen Auseinandersetzungen, welche diese Empfehlungen betreffen, Abstand zu nehmen und solche Fälle im guten Einvernehmen untereinander zu regeln.
11. Die vorliegende Empfehlung tritt am 1. Januar 2020 in Kraft und ist bis zum 31.12.2021 fest abgeschlossen. Sie erneuert sich danach stillschweigend von Jahr zu Jahr, sofern sie nicht eine der beiden Parteien spätestens sechs Monate auf das Ende des Kalenderjahres schriftlich anzeigt, dass sie sich von den Empfehlungen distanziert bzw. diese neu verhandeln will.

SCHWEIZER WERBE-AUFTRAGGEBERVERBAND (SWA)

VERBAND SCHWEIZER MEDIEN (VSM)

Zürich, 1. Januar 2020