

**AUTO  
INSIDE**

**AGVS  
ONLINE**

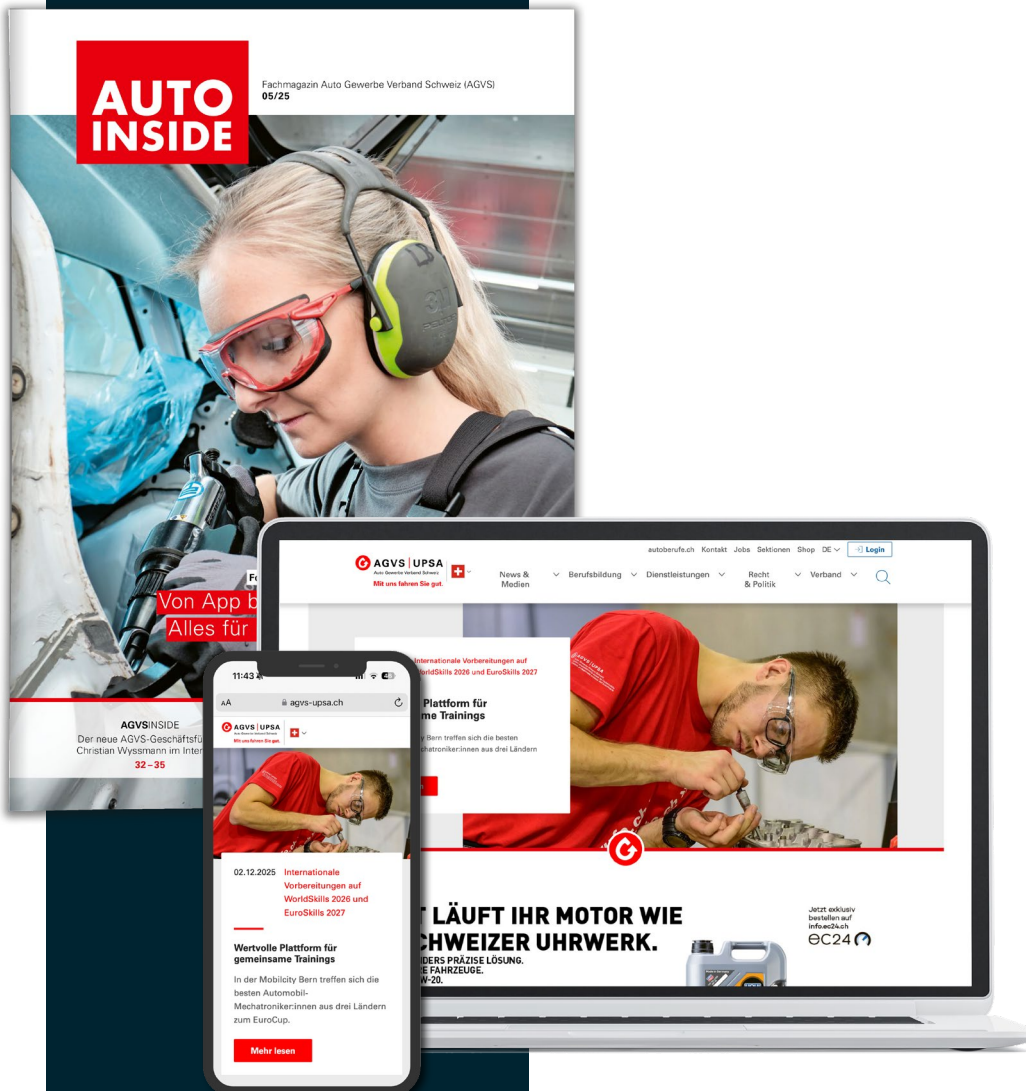
**AGVS  
EVENTS**

# AGVS-Medien 2026: Entscheidend für Entscheidende



**Die Nummer 1 im Schweizer Autogewerbe**  
AUTOINSIDE: Das auflagenstärkste Fachmagazin.  
AGVS-ONLINE: Die reichweitenstärkste Website.  
AGVS-EVENTS: Die bedeutendste Fachtagung.

# INHALT



## AGVS-MEDIEN

- 03 Wer wird sind
- 04 Facts & Figures
- 05 Auflagen und Reichweiten
- 06 Lesendenumfrage

## AUTOINSIDE

- 09 Erscheinungsdaten / Fokusthemen
- 10 Anzeigen: Formate & Preise
- 11 Spezialplatzierungen: Formate & Preise
- 12 Sponsored Content: Formate & Preise
- 13 Beilagen / Beihefter / Beikleber
- 14 Technische Angaben / Print

## AGVS-ONLINE

- 15 Banner: Formate & Preise
  - 16 Sponsored Content: Formate & Preise
  - 17 Newsletter: Formate & Preise
  - 18 AGVS-Crossmedia
  - 19 Generelle Spezifikationen Online-Werbemittel
- 
- 21 Allgemeine Werbebedingungen
  - 23 Kontakte

## DER AUTO GEWERBE VERBAND SCHWEIZ (AGVS)

### Das Schweizer Autogewerbe

Über 6 Millionen Motorfahrzeuge sind heute auf Schweizer Strassen unterwegs. Damit ist die Schweiz eines der am stärksten motorisierten Länder Europas. Jeder achte Arbeitsplatz hängt direkt oder indirekt vom Auto ab. Das Autogewerbe ist in der Schweiz mit über 16876 Betrieben und rund 84000 Beschäftigten ein bedeutender Arbeitgeber und damit wirtschaftlich von grosser Bedeutung.

### Auto Gewerbe Verband Schweiz (AGVS)

Der AGVS ist der Branchen- und Berufsverband der Schweizer Garagistinnen und Garagisten, dem rund 4000 Markenvertretungen sowie unabhängige Betriebe angehören. Die AGVS-Betriebe beschäftigen insgesamt 39000 Mitarbeitende; permanent stehen 9000 davon in der Aus- und Weiterbildung.

Neben der Bildung gehört die Branchenvertretung zu den Kernaufgaben des AGVS: Dazu gehören unter anderem die Kommunikation, der Rechtsdienst und zahlreiche weitere Dienstleistungen für das Schweizer Autogewerbe.

21 Sektionen und vier Untergruppen sorgen für eine starke regionale Verankerung in der ganzen Schweiz.



## TÄGLICH ONLINE UND 7 MAL IM JAHR GEDRUCKT

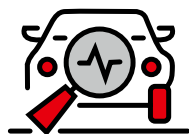
Das Fach- und Branchenmagazin AUTOINSIDE, die AGVS-Websites [agvs-upsa.ch](http://agvs-upsa.ch) und [autoberufe.ch](http://autoberufe.ch) sowie der AGVS- und Autoberufe-Newsletter sind die offiziellen publizistischen Organe des AGVS.

Die AGVS-Medien sind das Sprachrohr des Schweizer Autogewerbes. Alle 21 AGVS-Sektionen betreiben zudem eigene Websites mit regionalen Informationen als Ergänzung zur nationalen AGVS-Website.

## GRUNDSATZ

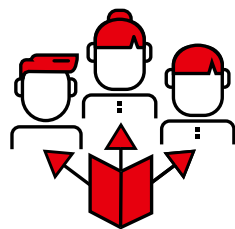
Die Redaktion der AGVS-Medien verpflichtet sich zu Aktualität, Solidität, Unabhängigkeit, Glaubwürdigkeit und hoher journalistischer Kompetenz in der Berichterstattung.

# DAS ZEICHNET DIE AGVS-MEDIEN AUS



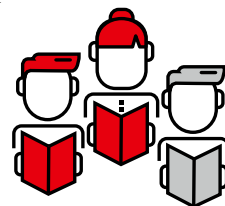
AUTOINSIDE erreicht  
**3 von 4**

Betriebe im Schweizer Autogewerbe und der Motorfahrzeugbranche.\*\*



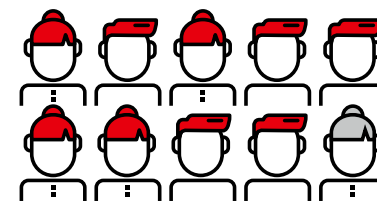
**3=1**

Auf ein AUTOINSIDE-Exemplar (IpE) und Ausgabe kommen 3 Lesende.\*



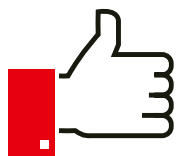
**2 von 3**

der 36555 Lesenden lesen jede Ausgabe.



**9 von 10**

AUTOINSIDE-Lesende sind Entscheidende des Autogewerbes\*\*



**83%**

der Leserinnen und Leser finden Werbung in den AGVS-Medien nicht störend.\*\*



**47%**

Beträgt die durchschnittliche Öffnungsrate des AGVS-Newsletters.



Die AGVS-Medien erreichen

**147 472** \* \* \*

Print-Lesende, Online-Nutzende und Newsletter-Abonnenten pro Monat.



Davon sind via Print und Online (agvs-upsa.ch und AGVS-Newsletter)

**109 288** \* \* \*

jeden Monat werblich erreichbar.

\* Quelle: Bundesamt für Statistik 2021

\*\* Quelle: AGVS-Leser- und Nutzerstudie 2024

\*\*\* Quelle: Schnitt / Total Audience der letzten 12 Monate (Stand: 31.08.2025)



## AGVS-PRINT

### AUTOINSIDE

Das Fachmagazin ist das offizielle Publikationsorgan des Auto Gewerbe Verband Schweiz (AGVS).

Erscheinung: 7x pro Jahr

Verbreitung: D- und F-Schweiz mit sprachgetrennten Ausgaben

Auflage\*: 12 185  
D: 9254  
F: 2931

Verkaufte Auflage\*: 11 431  
D: 8635  
F: 2796

Lesende: **36555**

\*Quelle: Auflagen WEMF 2024/2025



## AGVS-ONLINE

### AGVS Webseiten

Die AGVS-Webseiten informieren in allen drei Landessprachen (D/F/I) über aktuelle und branchenrelevante News.

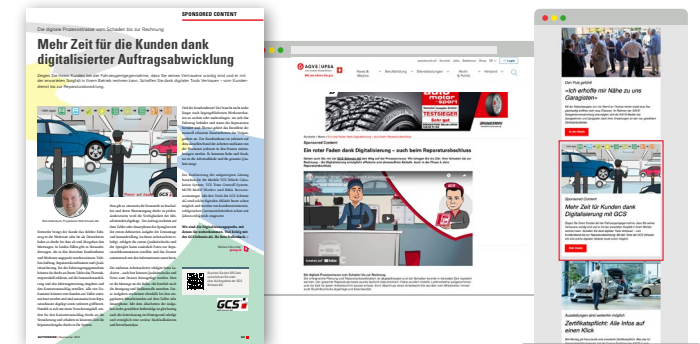
Nutzende (User): 31 128  
Sitzungen (Visits): 59 868  
Seitenaufrufe: 130 262  
(Page Impressions / AIs)

Quelle: Google Analytics: mtl. Schnitt 2025

### AGVS-Newsletter

Der **AGVS** verschickt wöchentlich einen **Newsletter** an alle am Autogewerbe Interessierten.

Erscheinung: wöchentlich, dienstags  
Newsletter-Abos: 5668 Abos Total  
- Deutsch: 4465 Abos  
- Französisch: 988 Abos  
- Italienisch: 215 Abos  
Ø Öffnungsrate: 47.3 %



## AGVS-CROSSMEDIA

### Print, Online und Newsletter

Printkontakte (D/F): 36555  
Seitenaufrufe: 130262

Newsletter-Kontakte (D/F/I) 5668  
Total Bruttokontakte **172485**

Quelle: WEMF 2024/2025; Google Analytics: mtl. Schnitt 2025

## AGVS-EVENTS

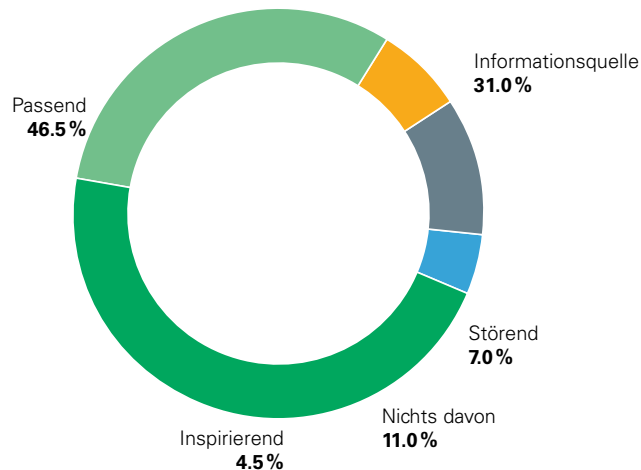
### Tag der Schweizer Garagen

Mit dem «Tag der Schweizer Garagen» organisiert der AGVS die mit jeweils mehr als 850 Teilnehmenden grösste und bedeutendste Fachtagung der Schweizer Autobranche. Der Event ist die ideale Plattform, um als Sponsor bei den Schweizer Garagistinnen und Garagisten und Zulieferbetrieben der Branche Präsenz zu markieren.

Die 21 Sektionen führen zudem regionale Veranstaltungen durch, die ebenfalls Sponsoringmöglichkeiten anbieten.

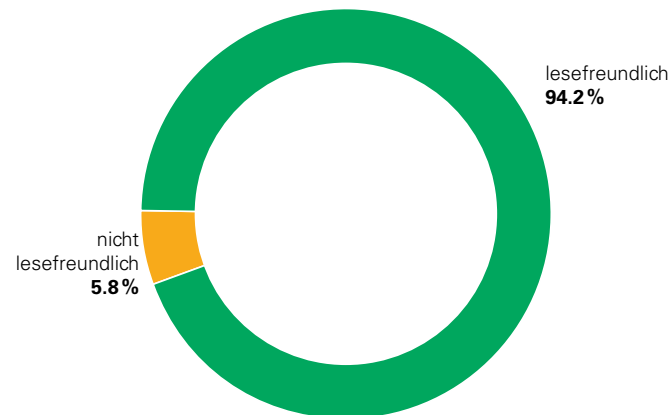
# DIE BEITRÄGE IM AUTOINSIDE KOMMEN AN

Werbung ist notwendig für die Finanzierung der AGVS-Medien. Wie empfinden Sie die Werbung im AUTOINSIDE?



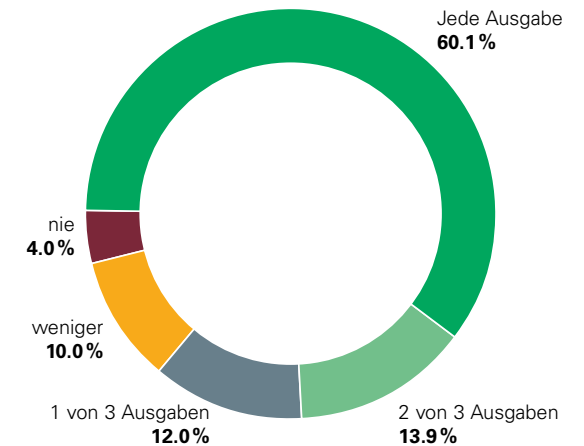
**83 Prozent** der Leserinnen und Lesern **stören sich nicht an der Werbung**. Sie nutzen diese sogar als **Informationsquelle**. Diese Frage wurde auch bezüglich Online-Werbung gestellt. Die Resultate sind identisch.

Gefällt Ihnen die Gestaltung von AUTOINSIDE?



Die Leser sind sehr zufrieden mit dem AUTOINSIDE: **Weit über 90 Prozent** halten es generell für **lesefreundlich**. Für Anzeigenkunden ist das sowohl Grundvoraussetzung als auch **ideales Umfeld, um** für ihre Angebote und Dienstleistungen **zu werben**.

Wie häufig lesen Sie persönlich mehrere Beiträge in der auflagenstärksten Branchen-Fachzeitschrift AUTOINSIDE?

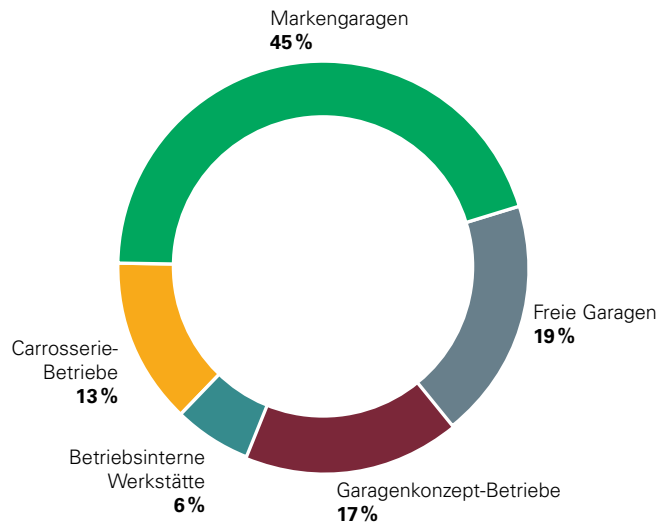


Der **Beachtungsgrad** und die **Nutzung** von AUTOINSIDE ist unverändert hoch: Der Anteil an Lesenden, die jede oder mindestens zwei von drei AUTOINSIDE-Ausgaben lesen, liegt über 76 Prozent.

Das zeigt: AUTOINSIDE hat dank qualitativ wertigen Inhalten bei der Zielgruppe eine **hohe Glaubwürdigkeit**.

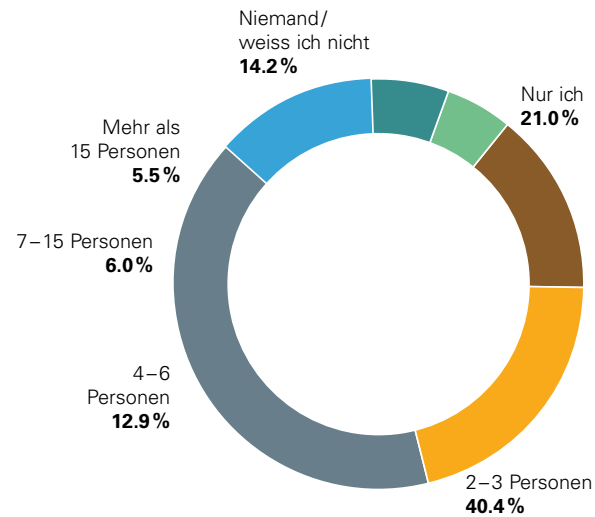
# ENTSCHEIDENDE LESEN AUTOINSIDE

In welcher Art Fahrzeugbetrieb arbeiten Sie?



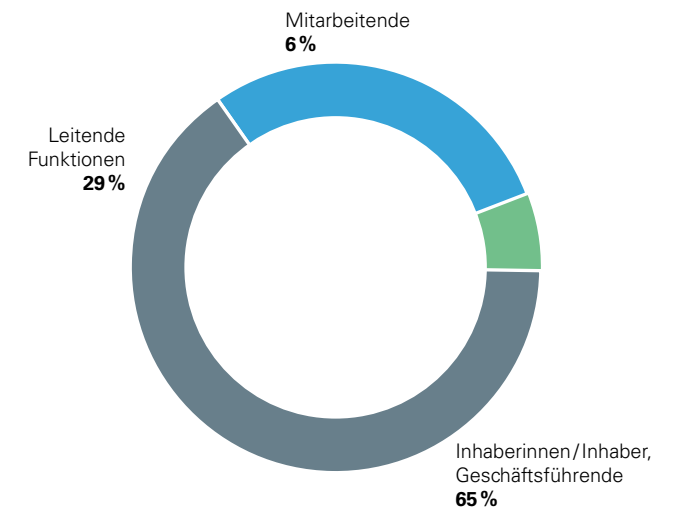
Die Markenvertretungen nehmen im Vergleich zum letzten Mal ab, dementsprechend steigen die **markenunabhängigen Betriebe**.

Wie viele Personen lesen in Ihrem Betrieb regelmässig im AUTOINSIDE?



In fast **80 Prozent** aller Betriebe wird AUTOINSIDE im jeweiligen Betrieb von **mehreren Personen** gelesen. Für Anzeigenkunden ist das eine wichtige Botschaft, denn die Mitarbeitenden von heute sind in vielen Fällen die Entscheidungstragenden von morgen.

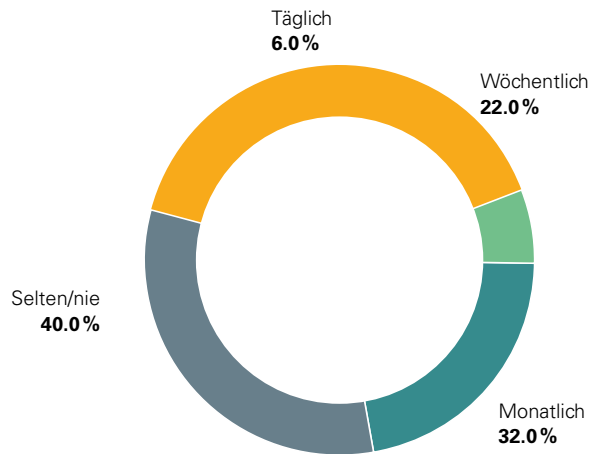
Wer in welcher Funktion liest bei Ihnen im Betrieb das AUTOINSIDE?



Das AUTOINSIDE wird in erster Linie von Personen in leitenden Funktionen gelesen und erreicht somit **die relevanten Entscheidungstragenden** der Garagenbetriebe und betriebsinternen Werkstätte.

# AUCH ONLINE SIND DIE AGVS-MEDIEN GEFRAGT

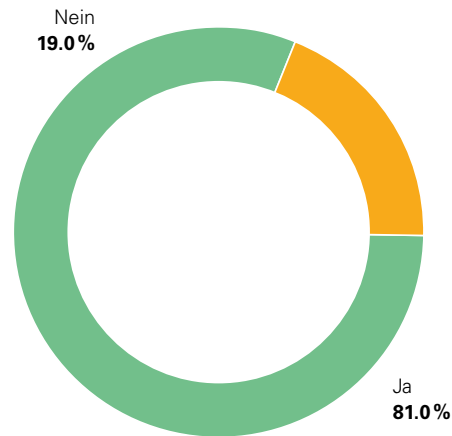
Wie oft besuchen Sie in der Regel das Garagen-Newsportal agvs-upsa.ch?



Für knapp **30 Prozent** der Nutzenden ist ein Besuch auf agvs-upsa.ch entweder **tägliche oder wöchentliche Pflicht**. Weitere 32 Prozent besuchen agvs-upsa.ch mindestens einmal pro Monat.

\*agvs-upsa.ch, Sektionswebsites und autoberufe.ch

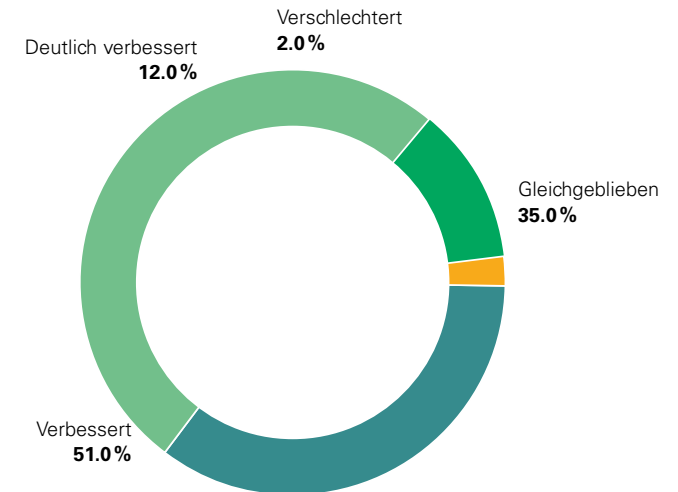
Haben Sie den kostenlosen und einmal pro Woche erscheinenden AGVS-Newsletter abonniert?



**Über 80 Prozent** der Umfrageteilnehmenden haben den wöchentlichen **Newsletter abonniert**.

Im Vergleich zu anderen Branchen sind die durchschnittliche Öffnungsrate (49 Prozent) und die Klickrate (42,8 Prozent) sehr hoch.

Wie haben sich die AGVS-Medien, AUTOINSIDE und die Websites inklusive Newsletter in den letzten Jahren aus Ihrer Sicht inhaltlich entwickelt?



2/3 der Leserinnen und Leser sind der Meinung, dass die **Qualität der AGVS-Medien weiter gestiegen** ist.

Von diesem positiven Bild profitieren auch die Werbekunden.

| Ausgabe / Nummer | Erscheinung                 | Anzeigen- & Redaktionsschluss | Druckvorlagenschluss        |
|------------------|-----------------------------|-------------------------------|-----------------------------|
| <b>Ausgabe 1</b> | Mittwoch<br><b>11.02.26</b> | Freitag<br><b>16.01.26</b>    | Mittwoch<br><b>28.01.26</b> |
| <b>Ausgabe 2</b> | Mittwoch<br><b>25.03.26</b> | Freitag<br><b>20.02.26</b>    | Mittwoch<br><b>11.03.26</b> |
| <b>Ausgabe 3</b> | Mittwoch<br><b>13.05.26</b> | Freitag<br><b>10.04.26</b>    | Mittwoch<br><b>22.04.26</b> |
| <b>Ausgabe 4</b> | Mittwoch<br><b>08.07.26</b> | Freitag<br><b>05.05.26</b>    | Mittwoch<br><b>17.06.26</b> |
| <b>Ausgabe 5</b> | Mittwoch<br><b>16.09.26</b> | Freitag<br><b>21.08.26</b>    | Mittwoch<br><b>26.08.26</b> |
| <b>Ausgabe 6</b> | Mittwoch<br><b>21.10.26</b> | Freitag<br><b>25.09.26</b>    | Mittwoch<br><b>30.09.26</b> |
| <b>Ausgabe 7</b> | Mittwoch<br><b>16.12.26</b> | Freitag<br><b>20.11.26</b>    | Mittwoch<br><b>25.11.26</b> |

**Fokusthemen**

**Service & Technik**

- Technik: Antrieb, Fahrwerk, Elektronik.
- Service-, Ersatz- und Verschleisteile.
- Tools, Ausrüstung und Ausbildung.

**Räder & Reifen**

- Produktneuheiten, Reifentests, RDKS.
- Räderhotels; Montage und Entsorgung.
- Felgen: Nachrüstung und Reparatur.

**Waschen & Pflegen**

- Waschanlagen: Produkte und Betrieb.
- Car Care: Reinigungs-/Pflegechemie.
- Fahrzeugaufbereitung/ -präsentation.

**Occasionen**

- Aufbereitung, Management und Ankauf.
- Marktentwicklung, Ankauf, Kalkulation.
- Digitale Marktplätze und Re-Marketing.

**Räder & Reifen**

- Produktneuheiten, Reifentests, RDKS.
- Räderhotels; Montage und Entsorgung.
- Felgen: Nachrüstung und Reparatur.

**Nutzfahrzeuge & Flotten**

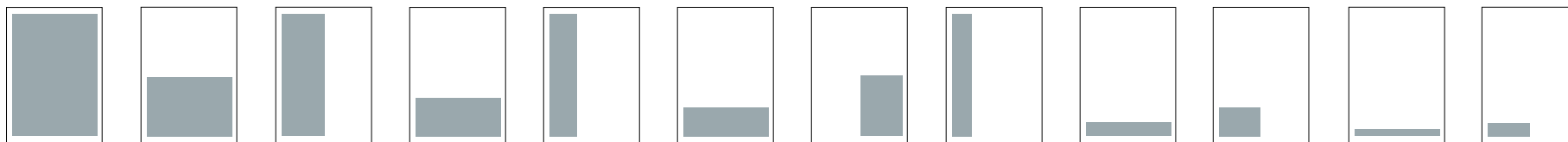
- Nutzfahrzeuge: News, Technik, Service.
- Aus-/Aufbauten; Fuhrparkmanagement.
- Flottenkunden gewinnen und managen.

**Werkstattkonzepte & -technik**

- Vorstellung von Werkstattkonzepten.
- Werkstatt- und Business-Ausrüstung.
- Kundenpflege und Zusatzgeschäfte.



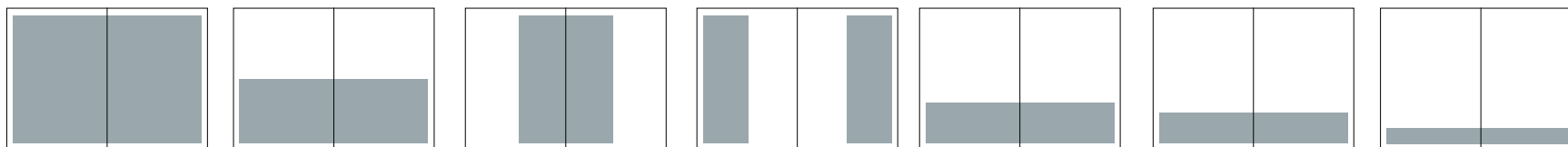
**Standardformate**



| Format, Seite:       | 1/1       | 1/2 quer  | 1/2 hoch  | 1/3 quer  | 1/3 hoch | 1/4 quer | 1/4 hoch  | 1/4 hoch-hoch | 1/8 quer | 1/8 hoch | 1/16 quer | 1/16 hoch |
|----------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|----------|----------|-----------|---------------|----------|----------|-----------|-----------|
| Satzspiegel in mm    | 187 x 266 | 187 x 131 | 91 x 266  | 187 x 85  | 59 x 266 | 187 x 63 | 91 x 131  | 43 x 266      | 187 x 29 | 91 x 63  | 187 x 15  | 91 x 29   |
| Randabfallend in mm* | 210 x 297 | 210 x 146 | 104 x 297 | 210 x 101 | 72 x 297 | 210 x 78 | 104 x 147 | 56 x 297      | 210 x 44 | 104 x 79 | 210 x 31  | 104 x 44  |
| Brutto-Preis in CHF  | 5185.-    | 2665.-    | 2665.-    | 1800.-    | 1800.-   | 1400.-   | 1400.-    | 1400.-        | 730.-    | 730.-    | 385.-     | 385.-     |

\* Plus je 3mm Beschnittzugabe auf allen 4 Seiten

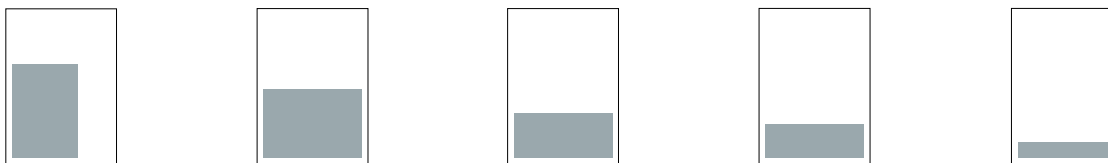
**Panoramaformate**



| Format, Seite:       | 2/1       | 1/2 quer  | 1/1 Bundmitte | 2/2 R + L aussen | 1/3 quer  | 1/4 quer | 1/8 quer |
|----------------------|-----------|-----------|---------------|------------------|-----------|----------|----------|
| Satzspiegel in mm    | 394 x 266 | 394 x 131 | 202 x 266     | 91 x 266         | 394 x 85  | 394 x 63 | 394 x 29 |
| Randabfallend in mm* | 420 x 297 | 420 x 146 | 202 x 297     | 104 x 297        | 420 x 101 | 420 x 78 | 420 x 44 |
| Brutto-Preis in CHF  | 9885.-    | 6117.-    | 5271.-        | 5271.-           | 3950.-    | 3075.-   | 1610.-   |

\* Plus je 3mm Beschnittzugabe auf allen 4 Seiten

**Reklameanzeigen/ Textanschluss**



| Format, Seite:       | Junior Page | 1/2 quer  | 1/3 quer  | 1/4 quer | 1/8 quer |
|----------------------|-------------|-----------|-----------|----------|----------|
| Satzspiegel in mm    | 123 x 177   | 187 x 131 | 187 x 85  | 187 x 63 | 187 x 29 |
| Randabfallend in mm* | 136 x 193   | 210 x 146 | 210 x 101 | 210 x 78 | 210 x 44 |
| Brutto-Preis in CHF  | 3635.-      | 3065.-    | 1965.-    | 1550.-   | 810.-    |

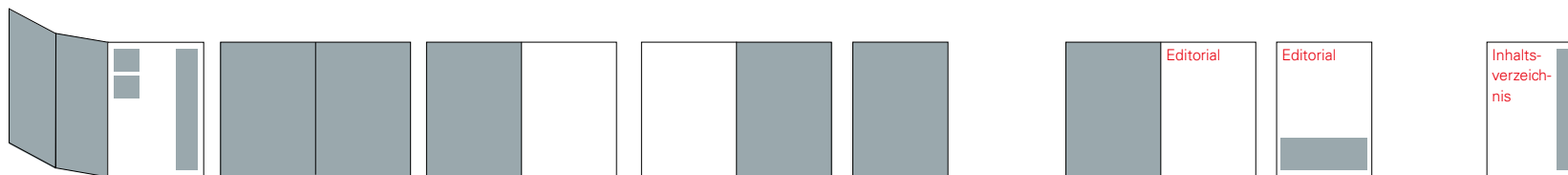
\* Plus je 3mm Beschnittzugabe auf allen 4 Seiten

**Konditionen:** Wiederholungsrabatt für alle Arten von Anzeigen: Ab 5 Frequenzen = 5%. Beratungskommission 10% / Preisänderungen vorbehalten. Alle Preise beinhalten die deutsche und französische Ausgabe zusammen.

**Anlieferung:** Druckvorlagen (Deutsch / Französisch) gemäss jeweiligem **Druckvorlagenschluss** (Seite 9 bis 11) liefern an: [vermarktung@agvs-ups.ch](mailto:vermarktung@agvs-ups.ch)

**Brauchen Sie Hilfe bei der Erstellung Ihrer Werbemittel?** Wir erstellen Ihre Werbemittel gegen eine Dienstleistungsgebühr. Preis auf Anfrage.

**Spezialplatzierung**



| Format, Seite:       | Gate-Folder | Panorama 2. US + S. 3 | 2. US     | 3. US     | 4. US     | 1/1 Seite vis-à-vis Editorial | 1/4 quer unter dem Editorial | 1/3 hoch neben Inhaltsverzeichnis |
|----------------------|-------------|-----------------------|-----------|-----------|-----------|-------------------------------|------------------------------|-----------------------------------|
| Satzspiegel in mm    | 394 x 266   | 394 x 266             | 187 x 266 | 187 x 266 | 187 x 266 | 187 x 266                     | 187 x 63                     | 59 x 266                          |
| Randabfallend in mm* | 420 x 297   | 420 x 297             | 210 x 297 | 210 x 297 | 210 x 297 | 210 x 297                     | 210 x 78                     | 72 x 297                          |
| Brutto-Preis in CHF  | 14070.–     | 10920.–               | 5850.–    | 5400.–    | 5970.–    | 5720.–                        | 1545.–                       | 1970.–                            |

\* Plus je 3mm Beschnittzugabe auf allen 4 Seiten

**Kleber auf Titelseite**



|                                                |                                         |
|------------------------------------------------|-----------------------------------------|
| Format:                                        | 76 x 76 mm (andere Formate auf Anfrage) |
| Platzierung:                                   | Titelseite                              |
| Werbewert brutto in CHF:                       | CHF 4050.–                              |
| <b>Kosten Klebeproduktion:</b>                 | <b>auf Anfrage</b>                      |
| Techn. Kosten für Aufspenden 12800 Ex. in CHF: | 1895.–                                  |
| Anzahl anzuliefernde Kleber, auf Rolle:        | Deutsch 9600, Französisch 3200          |

**Brauchen Sie Hilfe bei der Erstellung Ihrer Werbemittel?** Wir erstellen Ihre Werbemittel gegen eine Dienstleistungsgebühr. Preis auf Anfrage.

**Konditionen:** Wiederholungsrabatt: Ab 5 Frequenzen = 5%, Beratungskommission 10%, Preisänderungen vorbehalten. Alle Preise beinhalten die deutsche und französische Ausgabe.

**Anlieferung:** Druckvorlagen (Deutsch / Französisch) gemäss jeweiligem **Druckvorlagenschluss** (Seite 9 bis 11) liefern an: [vermarktung@agvs-upsa.ch](mailto:vermarktung@agvs-upsa.ch)

**Brauchen Sie Hilfe bei der Erstellung Ihrer Werbemittel?** Wir erstellen Ihre Werbemittel gegen eine Dienstleistungsgebühr. Preis auf Anfrage.

ERZÄHLEN SIE IHRE GESCHICHTE!

SPONSORED CONTENT

**10 Tipps: So arbeitet Corporate Language für Sie**

Manent, was genau ist «Corporate Language»? Corporate Language ist eine sorgfältig festgelegte Unternehmenssprache. Sie sorgt dafür, dass Ihr Unternehmen einheitlich auftritt, unverwundbar und professionell aussieht und so auch einen Mehrwert bringt.

**Tipps:**

- 1. Ein Ziel festlegen:** Unternehmenssprache sollte einen Zweck haben, der mit den Geschäftszielen übereinstimmt.
- 2. Ein Team bilden:** Ein Team aus verschiedenen Abteilungen sollte die Corporate Language entwickeln.
- 3. Ein Leitfaden erstellen:** Ein Leitfaden sollte die Regeln für die Verwendung der Corporate Language festlegen.
- 4. Ein Schulungsprogramm entwickeln:** Alle Mitarbeiter sollten über die Corporate Language informiert werden.
- 5. Ein Feedback-Mechanismus einrichten:** Mitarbeiter sollten die Möglichkeit haben, Feedback zu geben.
- 6. Ein Audit durchführen:** Regelmäßige Audits können sicherstellen, dass die Corporate Language eingehalten wird.
- 7. Ein Schulungsprogramm entwickeln:** Alle Mitarbeiter sollten über die Corporate Language informiert werden.
- 8. Ein Feedback-Mechanismus einrichten:** Mitarbeiter sollten die Möglichkeit haben, Feedback zu geben.
- 9. Ein Audit durchführen:** Regelmäßige Audits können sicherstellen, dass die Corporate Language eingehalten wird.
- 10. Ein Schulungsprogramm entwickeln:** Alle Mitarbeiter sollten über die Corporate Language informiert werden.

Sponsored Content



| Format, Seite:             | 2/1-Seite                            | 1/1 Seite                            | 1/2 Seite quer                     |
|----------------------------|--------------------------------------|--------------------------------------|------------------------------------|
| Satzspiegel (BxH) in mm    | 394 x 266                            | 187 x 266                            | 187 x 131                          |
| Randabfallend (BxH) in mm* | 420 x 297                            | 210 x 297                            | 210 x 146                          |
| Brutto-Preis in CHF (D+F)  | 11 025.–                             | 5840.–                               | 3045.–                             |
| Anlieferung in D und F     | max. 5000 Zeichen                    | max. 2500 Zeichen                    | max. 1200 Zeichen                  |
|                            | inkl. Leerschlägen, max. 3 Bilder ** | inkl. Leerschlägen, max. 2 Bilder ** | inkl. Leerschlägen, max. 1 Bild ** |

\* Bei Anlieferung von Volldruckmaterial sind auch randabfallende Platzierungen möglich. In dem Fall bitte plus je 3 mm Beschnittzugabe auf allen 4 Seiten dazugeben

\*\* Bilder mind. 300 dpi

Anlieferung: 3 Möglichkeiten für einen Sponsored Content-Beitrag

- 1) Sie liefern die fertige Anzeige – als druckfertiges PDF – gemäss obengenannten Grössen auf **Deutsch und Französisch** an.
- 2) Sie liefern den Text (Zeichen entsprechend Wunschgrösse) in **Deutsch und Französisch** an, inkl. Bild(er), und wir gestalten für Sie – Kosten nach Aufwand, ab CHF 180.00.
- 3) Sie nehmen Kontakt auf mit unseren Redaktorinnen und Redaktoren, liefern Informationen und wir schreiben den Beitrag für Sie und gestalten gegen einen Aufpreis auf Deutsch und Französisch – auf Anfrage, ab CHF 680.00.

Vor der Veröffentlichung erhalten Sie eine kostenlose Korrekturschleife. Jede weitere Korrekturschleife wird kostenpflichtig.

Die Umsetzung der redaktionell gestalteten Sponsored-Content-Werbeformate erfolgt nach den inhaltlichen und gestalterischen Vorgaben von Verlag und Redaktion.

RUBRIKEN-SPONSORING

**TECHPOOL** **+++ TechPool präsentiert: Fokus Technik +++**

**Bei Emissionen, Wirkungsgrad und Reichweite unschlagbar**

Das Jahr 2020 bringt für die Automobilindustrie eine herausfordernde Challenge: Wie am besten mit steigender strengerer Normen, Hybrid-, Plug-in-Hybrid- und batterieelektrischer Fahrzeuge umgehen, sodass eine hohe CO2-Abbau. Auch die Diesel bleibt wichtig.

**Die Zukunft des Dieselmotors**

Die Dieselmotoren werden durch noch weiteren emissionsreduzierenden Maßnahmen (wie z.B. Abgasreinigung, Abgasrückführung, etc.) weiter optimiert. Dies ermöglicht es, die CO2-Emissionen zu senken und gleichzeitig die Reichweite zu erhöhen.

**Die Dieselmotoren werden durch noch weiteren emissionsreduzierenden Maßnahmen (wie z.B. Abgasreinigung, Abgasrückführung, etc.) weiter optimiert. Dies ermöglicht es, die CO2-Emissionen zu senken und gleichzeitig die Reichweite zu erhöhen.**

**Die Dieselmotoren werden durch noch weiteren emissionsreduzierenden Maßnahmen (wie z.B. Abgasreinigung, Abgasrückführung, etc.) weiter optimiert. Dies ermöglicht es, die CO2-Emissionen zu senken und gleichzeitig die Reichweite zu erhöhen.**

Rubriken-Sponsoring

Fokus Technik: Umfang des Sponsorings:

Anliefern:

Brutto-Preis in CHF (D+F):

Presented by Rubriken sind jeweils Doppelseiten Firmenlogos im Seitenkopf sowie am Ende des Beitrages mit URL

Logo anliefern als vektorisierte EPS Datei, 4farbig (CMYK) und URL per E-Mail an [vermarktung@agvs-upsa.ch](mailto:vermarktung@agvs-upsa.ch)

2640.–

Sie haben die Expertise, wir das Fachpublikum. Ihr Logo demonstriert Ihr technisches Know-How im Umfeld der fundierten Fachartikler unserer Technikexperten.

## BEILAGEN / BEIHEFTER / BEIKLEBER

### Lose Beilagen

#### Preise Gesamtauflage D + F, 13500 Ex. exkl. MWST

| Umfang            | 1 – 4 Seiten  | 4 – 6 Seiten  | 6 – 8 Seiten   |
|-------------------|---------------|---------------|----------------|
| Werbewert         | 5300.–        | 6620.–        | 9285.–         |
| Technische Kosten | 430.–         | 430.–         | 430.–          |
| Porto             | 1375.–        | 1630.–        | 1880.–         |
| <b>Total CHF</b>  | <b>7105.–</b> | <b>8680.–</b> | <b>11595.–</b> |

### Beihefter

|                   |               |               |                |
|-------------------|---------------|---------------|----------------|
| Werbewert         | 5620.–        | 7025.–        | 9825.–         |
| Grundkosten       | 185.–         | 185.–         | 185.–          |
| Technische Kosten | 995.–         | 995.–         | 995.–          |
| <b>Total CHF</b>  | <b>6800.–</b> | <b>8205.–</b> | <b>11005.–</b> |

### Beikleber

|                   |               |               |                |
|-------------------|---------------|---------------|----------------|
| Werbewert         | 5620.–        | 7025.–        | 9825.–         |
| Grundkosten       | 185.–         | 185.–         | 185.–          |
| Technische Kosten | 645.–         | 645.–         | 645.–          |
| <b>Total CHF</b>  | <b>6450.–</b> | <b>7855.–</b> | <b>10655.–</b> |

Alle Preise beinhalten die deutsche und französische Ausgabe.

### Beilagen-Muster

Bitte lassen Sie uns vorab 5–10 Muster-Exemplare zur Abklärung zukommen.  
AGVS-Medien, Vermarktung, Flurstrasse 50, 8048 Zürich

### Warenmuster und andere Formate auf Anfrage

## FORMATVORGABEN

### Beilagen

Loses Auflegen (rückseitig mit Heft foliert)  
Maximalformat 210 × 297 mm (A4), Minimalformat 74 × 105 mm (A7)

Loses Einstecken (ohne Platzvorschrift)  
Maximalformat 205 × 292 mm, Minimalformat 74 × 105 mm (A7), max. 100g

### Beihefter in der Heftmitte

420 × 297 mm (A3) +3 mm Beschnitt = 426 × 303 mm  
(offenes Format für 4 Seiten), max. 50g

### Beikleber

Maximalformat 205 × 292 mm, Minimalformat 74 × 105 mm (A7), max. 50g

### Anlieferung

Bitte beachten Sie, dass Ihre Lieferung mit einem Lieferschein und dem Vermerk zur Ausgabe (z.B. AUTOINSIDE 3/2025) sowie zu allfälligen Platzierungsvereinbarungen versehen sein muss. Bitte die Beilagen offen auf Paletten abgestapelt und nicht verschränkt und nicht in Schachteln verpackt anliefern.

Die Beilagen dürfen frühestens am 15. und müssen spätestens am 20. des Vormonats der Erscheinung angeliefert werden. Die entsprechenden Termine werden Ihnen mit der Buchung bestätigt.

Anzuliefernde Auflagen: Deutsch 9400, Französisch 3000

### Lieferadresse

Galledia Print AG, Michael Rottmeier, Burgauerstrasse 50, CH-9230 Flawil  
Telefon +41 (0)58 344 97 44, [michael.rottmeier@galledia.ch](mailto:michael.rottmeier@galledia.ch)

### Gestalten / Produktion / Drucken von Beilagen / Beihefter / Beikleber

Wir texten und gestalten Ihre Beilage/Beihefter/Beikleber – Preis auf Anfrage.

# AUTOINSIDE

## TECHNISCHE ANGABEN



### Heftformat

A4 hoch / 210 x 297 mm (Breite x Höhe)

### Druck

Bogenoffset, 100er-Raster, 4/4-farbig, Euroskala (keine Pantone-Farben)

### Papier

Umschlag: 170 g/m<sup>2</sup>, Inhalt 90 g/m<sup>2</sup>, hochweiss gestrichen, matt, holzfrei, FSC-zertifiziert

### Druckunterlagen

Druckfertige digitale Vorlagen  
High-End-PDF/X-4 (Einstellungen unter [www.pdf-ready.ch](http://www.pdf-ready.ch))  
Alle Schriften, Bilder und Grafiken müssen eingebettet sein  
Bildauflösung: 300 dpi  
Schriften: Postscript-Typ-1-Schriften, OpenType-Schriften, keine TrueType-Schriften  
Schnittzeichen nicht vergessen  
Verbindlicher Farbdruk nur mit geliefertem Qualitäts-Proof

### Randangeschnittene Inserate

+3 mm Beschnittzugabe auf allen 4 Seiten. Texte und Bildelemente, die nicht angeschnitten werden dürfen, müssen 6 mm vom Formatrand entfernt sein.

### Logos und Grafiken

Illustrator (als EPS gespeichert, Texte in Pfade konvertiert, Farben CMYK)

### Bilder

Photoshop (als JPEG, EPS oder TIFF gespeichert, separiert in CMYK)  
Strichbilder mind. 1200 dpi, Farb- und Schwarz-Weiss-Bilder 300 dpi

### Druckerei

galledia ag, Burgauerstrasse 50, CH-9230 Flawil

### Beratung und Verkauf

Giuseppina Spadola, Tel. +41 (0)43 499 19 83, [gspadola@agvs-upsa.ch](mailto:gspadola@agvs-upsa.ch)

### Datenübermittlung via E-Mail

[vermarktung@agvs-upsa.ch](mailto:vermarktung@agvs-upsa.ch)

### Konditionen

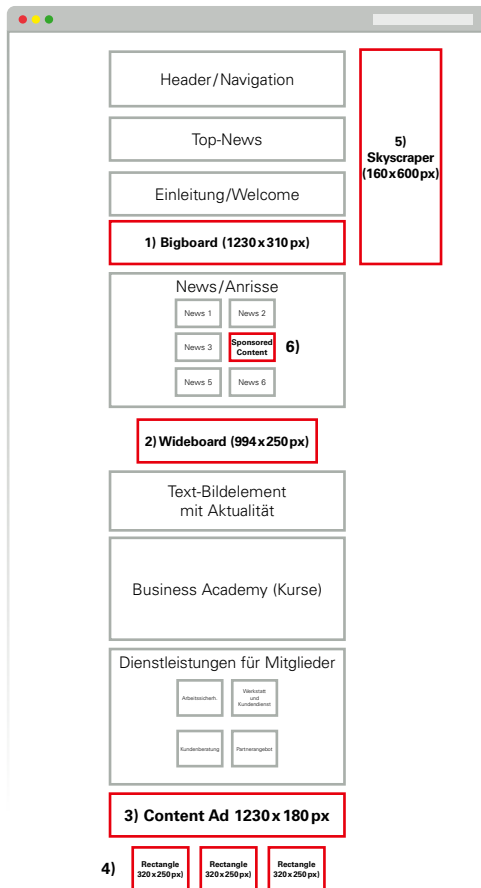
Wiederholungsrabatt: Ab 5 Frequenzen = 5 %, Beraterkommission 10 %.  
Preisänderungen vorbehalten.

# ONLINE-WERBUNG

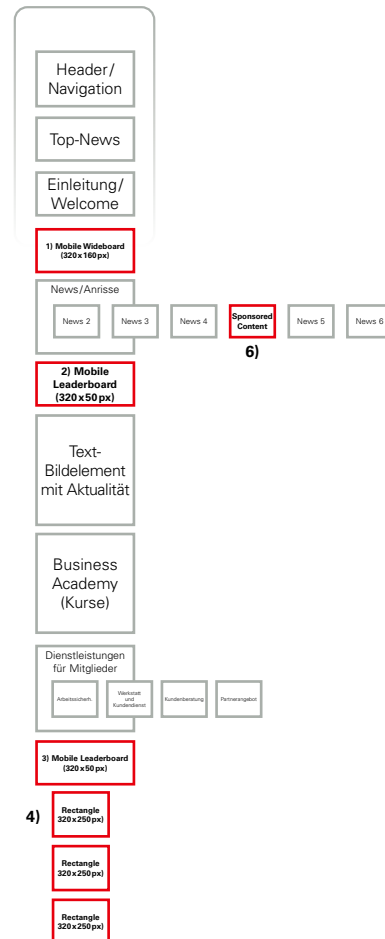
## BANNERFORMATE UND PREISE



### Desktop



### Mobile



### Desktopformate

Platzierung auf Start- und allen Inhaltsseiten («Run of Site»), in allen drei Sprachen: Deutsch, Französisch und Italienisch. Exklusive Fixplatzierungen können für die Laufzeit von einem Monat gebucht werden.

| Bezeichnung Desktop | Platzierung                                         | Masse Desktop | Bezeichnung Mobile | Masse Mobile      | Preis per Monat |
|---------------------|-----------------------------------------------------|---------------|--------------------|-------------------|-----------------|
| 1) Bigboard         | Startseite und alle Unterseiten                     | 1230x310 px   | Mobile Wideboard   | 320x160 px        | 6380.00         |
| 2) Wideboard        | Startseite und News & Medien                        | 994x250 px    | Mobile Leaderboard | 320x50px          | 5350.00         |
| 3) Content Ad       | Startseite und Unterseiten (am Ende des Textblocks) | 1230x180 px   | Mobile Leaderboard | 320x50 px         | 3500.00         |
| 4) Rectangle        | nach Content Ad (nebeneinander)                     | 300x250 px    | Rectangle          | 300x250 px        | 2310.00         |
| 5) Skyscraper       | rechte Seite (bleibt stehen beim Scrollen)          | 160x600 px    |                    | Keine Erscheinung | 4620.00         |
| 6) SPC Teaser oder  | mit Verlinkung auf Inhaltseite (Content des Kunden) | 1920x1080 px  | Sponsored Content  | 1920x1080 px      | 5665.00         |
| 6) Text Ad          | mit Verlinkung auf Kundenwebsite                    | 853x480px     | Sponsored Content  | 853x480 px        | 5170.00         |

### Datenanlieferung

5 Arbeitstage vor Aufschaltung inkl. Verlinkung in DE/FR und IT an: [vermarktung@agvs-upsa.ch](mailto:vermarktung@agvs-upsa.ch)

### Werbemittel-Herstellung

Wir erstellen Ihre Werbemittel gegen eine Dienstleistungsgebühr. Preis auf Anfrage.

# SPONSORED CONTENT FORMAT UND PREIS

## Sponsored Content Teaser auf Startseite und Content auf Inhaltsseite (Pos. 4) CHF 5665.–

Fixplatzierung im News-Bereich der Startseite mit Link auf Inhaltsseite mit 1 Monat Laufzeit. Die Umsetzung von Sponsored Content erfolgt nach den inhaltlichen und gestalterischen Vorgaben von Verlag und Redaktion. Werbekundinnen und -kunden liefern die Bilder und das Manuskript als Textentwurf in Deutsch, Französisch und Italienisch an.

### Spezifikationen Sponsored Content Teaser auf Startseite

- Bild:** 1920x1080 Pixel, max. 1 MB, JPG oder PNG
- Rubrik:** Sponsored Content (FIX)
- Titel:** max. 65 Zeichen inkl. Leerschlägen
- Lead Startseite:** max. 160 Zeichen inkl. Leerschlägen
- Link:** auf Ihre Inhaltsseite auf der AGVS-Website mit Ihrem Sponsored Content

### Spezifikationen Inhaltsseite

- Bilder:** 1–2 Bilder, mindestens 1920x1080 px. max. 1 MB, als JPG, PNG
- Titel:** max. 65 Zeichen inkl. Leerschlägen
- Lead:** max. 160 Zeichen inkl. Leerschlägen
- Text:** 2000–4000 Zeichen inkl. Leerschlägen
- Optionen:** YouTube-Video, Bildgalerie (1920x1080 Pixel, JPG, max. 1 MB, max 5 Bilder)

### Anlieferungstermin der Vorlagen

Jeweils 10 Arbeitstage vor Aufschaltung. **Sprachen:** Vorlagen in den Sprachen Deutsch, Französisch und Italienisch für alle aufgeführten Werbemittel.

### Werbemittel-Herstellung

Wir erstellen auch Ihre Werbemittel für Sie – Preis auf Anfrage.

### Konditionen

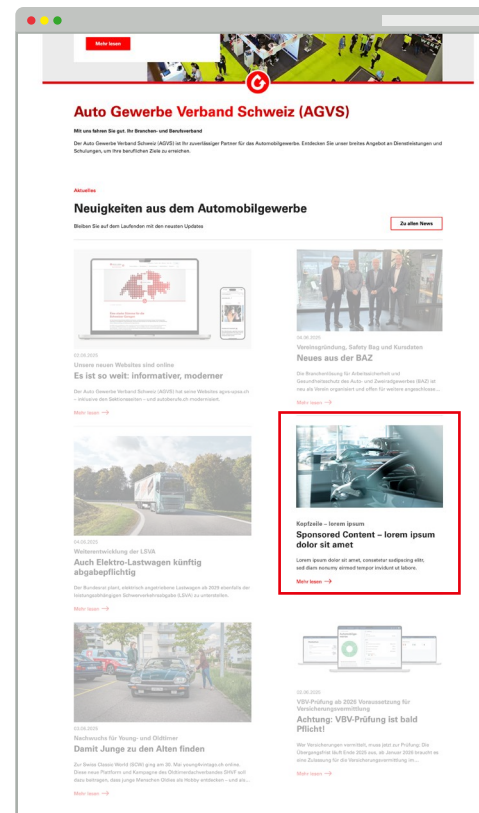
Wiederholungsrabatt: Ab 3 Monate = 5% 5 Monate = 10%, Beratungskommission 10%, exkl. MWST, Preisänderungen vorbehalten.

### Spezifikationen TextAd auf Startseite (Pos. 4)

- Bild:** 1920x1080 Pixel, max. 1 MB, JPG oder PNG
- Rubrik:** Sponsored Content (FIX)
- Titel:** max. 65 Zeichen inkl. Leerschlägen
- Lead Startseite:** max. 160 Zeichen inkl. Leerschlägen
- Link:** auf Ihre Webseite

CHF 5170.–

## Sponsored Content Teaser (Pos. 4)



## Inhaltsseite



# ONLINE VIDEO

Machen Sie Ihre Werte und Stärken den Online-Usern mit einem Video bekannt, das Sie auch für Ihre eigene Website nutzen können. Wir konzipieren und produzieren Ihr Video nach Ihren Wünschen und Vorstellungen.

Kontaktieren Sie uns für ein Beratungsgespräch.  
Giuseppina Spadola, gspadola@agvs-ups.ch,  
Tel. 043 499 19 83

**🔔**

Liebe AGVS-Mitglieder,  
liebe LeserIn, lieber Leser

Folgende Themen bewegen das Schweizer Autogewerbe diese Woche:

- Ralph Paroff: Garagisten, teilw Kopf- statt Bauherrenschädel!
- 87,2 Prozent: Was hinter dieser erfreulichen Zahl steckt
- Erlös-Tagung: Vielte Müll gut, aber noch nicht alles
- Umfrage: Welche Rolle spielt Social Media für Arbeitsgebende?
- Neuer Partner: ACS übernimmt AGVS Assistance
- Under Construction: Das myVBY-Portal ist temporär offline
- AGVS Didaktikmodul: Wie Berufsbildende Jüngere aus der Krise helfen

Wir wünschen Ihnen viel Vergnügen beim Lesen!  
Ihr AGVS-Newsdesk

**Auto Gewerbe Verband Schweiz (AGVS)**



Ralph Paroff will Garagisten wachschlafen

**«Da bringt selbst ein voller Vorplatz wenig»**

Am Tag der Schweizer Garagen spricht Transformationsexperte Ralph Paroff über verlässliche Kooperationspartner. Seine Manager-Garagenbetriebe helfen ihre Entscheidungen zu oft aus dem Bauch statt aus dem Kopf heraus. Paroff erklärt dabei, worauf es ankommt.

**Was Paroff zu den Händlern sagt**



**Coming soon: Automatenöl ATF und CVT**

Das synthetische Universal-Automatenöl ROXOR ATF DEX 6 CVT ist ab 2026 neu in unserem Sortiment. Es überzeugt mit exzellentem Tieftemperaturverhalten und gewährleistet einwandfreies Schalten – auch in stufenlosen CVT-Getrieben. Ideal für Automatikgetriebe, CVT und Sonderanforderungen vieler Marken.

**Mehr erfahren**



Erfrischende Erfolgsgeschichte in den technischen Grundbildungen

**So haben die Lernenden abgeschnitten**

87,2 Prozent – so lautet die Quote jener, die in den technischen Grundbildungen in diesem Jahr die Fähigkeitsprüfung bestanden haben. Konkret sind das 1987 neuer Fachkräfte für das Aufgabengebiet AGVS-Bildungsberatung. Amnesti Schöpfer hecht dennoch auch den Matrikelträger.

**Was es mit dem Hinweis auf sich hat**



**Was erfolgreiche Garagisten anders machen – diese zwei Sessions zeigen es**

Diese Woche starten die neuen automata Live-Sessions. In nur 30 Minuten erhalten Garagisten wertvolle Einblicke, wie sie mit Media Exposure und digitalen Tools die Sichtbarkeit erhöhen und mehr qualifizierte Leads generieren. Die Sessions sind kostenlos – ideal für alle, die ihre Fahrzeugvermarktung gezielt weiterentwickeln möchten.

**Jetzt Platz sichern**



**Leaderboard\***



**Maxi-Leaderboard Pos. 1\*\* / Pos. 2\*\*\***



**Sponsored Content\*\*\*\***



Sponsored Content

**Coming soon: Automatenöl ATF und CVT**

Das synthetische Universal-Automatenöl ROXOR ATF DEX 6 CVT ist ab 2026 neu in unserem Sortiment. Es überzeugt mit exzellentem Tieftemperaturverhalten und gewährleistet einwandfreies Schalten – auch in stufenlosen CVT-Getrieben. Ideal für Automatikgetriebe, CVT und Servolenkungen vieler Marken.

**Mehr erfahren**

# AGVS-NEWSLETTER

## BANNER-FORMATE UND PREISE

**Banner**

| Format:            | Kopf-Leaderboard* | Maxi-Leaderboard Pos. 1** | Maxi-Leaderboard Pos. 2*** |
|--------------------|-------------------|---------------------------|----------------------------|
| Pixel (BxH):       | 728 x 90          | 728 x 180                 | 728 x 180                  |
| Preis pro Versand: | CHF 966.–         | CHF 998.–                 | CHF 935.–                  |

Gilt für alle Formate: KB 300. Vorlage: HTML5/GIF/JPEG/Richmedia

**Sponsored Content\*\*\*\***

|            |                                       |
|------------|---------------------------------------|
| 1 Versand: | CHF 1300.–                            |
| Bild:      | 600x300 Pixel (B x H), GIF, JPEG, PNG |
| Titel:     | Max. 50 Zeichen inkl. Leerzeichen     |
| Text:      | Max. 360 Zeichen inkl. Leerzeichen    |
| Button     | Max. 30 Zeichen inkl. Leerzeichen     |

Werbemittel werden proportional der Newsletterbreite respektive dem Endgerät angepasst.

**Anlieferung**

Banner sollen mindestens 5 Arbeitstage (Deutsch / Französisch / Italienisch) vor Aufschaltung inkl. Verlinkung angeliefert werden an: [vermarktung@agvs-upsa.ch](mailto:vermarktung@agvs-upsa.ch)

**Brauchen Sie Hilfe bei der Erstellung Ihrer Werbemittel?**

Wir erstellen Ihre Werbemittel gegen eine Dienstleistungsgebühr. Preis auf Anfrage.

# AGVS-CROSSMEDIA

Eine spezielle Form von redaktioneller Werbung (**Sponsored Content**), womit Werbekundinnen und -kunden die Möglichkeit haben, sich mit ihrem fach- und themenspezifischen Know-how bei den Garagen, Carrosserien und betriebsinternen Flottenwerkstätten nachhaltig als Experten und Problemlöser zu positionieren.

Diese Werbeform wird von der Leserschaft nicht primär als klassische Werbung oder Sponsored Content, sondern als Hilfestellung und kostenlose Unterstützung für das Daily-Business im Autogewerbe wahrgenommen.

Das crossmediale Paket besteht aus einer halbseitigen, einer oder zwei Printseiten im AGVS-Magazin AUTOINSIDE, einer von den Printseiten abgeleiteten Onlineseite inkl. einem Teaser in Form einer Text-Ad auf der AGVS-Startseite (siehe Seite 18) sowie einem Sponsored Content in zwei Versänden des AGVS-Newsletters (siehe Seite 20). Die Laufzeit der Onlineversion ist ein Monat fix platziert analog der gewählten Printausgabe von AUTOINSIDE.

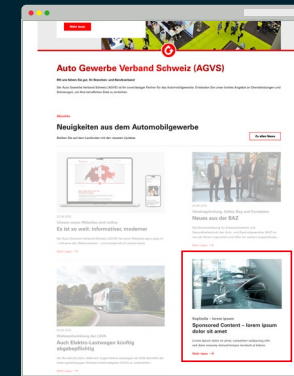
| Umfang                            | 1/2 Seite      | 1/1 Seite       | 2/1 Seiten      |
|-----------------------------------|----------------|-----------------|-----------------|
| 1 Ausgabe Print Sponsored Content | 3045.–         | 5840.–          | 11 025.–        |
| 1 Monat Online                    | 3850.–         | 5730.–          | 5665.–          |
| 2 Versände Newsletter             | 2600.–         | 2600.–          | 2600.–          |
| <b>Total brutto</b>               | <b>9495.–</b>  | <b>14 170.–</b> | <b>19 290.–</b> |
| Crossmedia-Rabatt (10%)           | - 949.50       | - 1417.–        | - 1929.–        |
| <b>Total netto CHF</b>            | <b>8545.50</b> | <b>12 753.–</b> | <b>17 361.–</b> |

In der Onlineversion kann anstelle des Bildes aus der Printversion auch ein Video eingebunden werden.

**Anlieferung:** Texte, Bilder, Logos und Videos gemäss nebenstehenden Angaben rechts, jeweils in Deutsch und Französisch (Print), jeweils Deutsch, Französisch und Italienisch (Online und Newsletter) bis spätestens zu den monatlichen Buchungs-/Redaktionsschlüssen (siehe Seite 9) anliefern an: [vermarktung@agvs-upsa.ch](mailto:vermarktung@agvs-upsa.ch).

**Brauchen Sie Hilfe bei der Erstellung Ihrer Werbemittel?** Auf Wunsch erstellen wir Ihre Print- oder Onlineinhalte, konzipieren und produzieren Ihr Video nach Ihren Wünschen und Vorstellungen. Preise auf Anfrage.

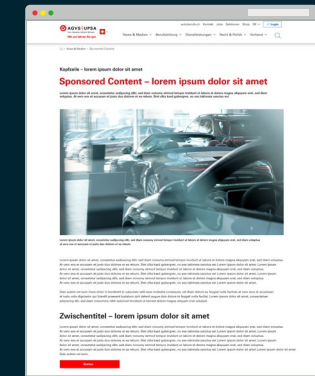
## Teaser (TextAd auf Startseite)



### Spezifikationen TextAd auf Startseite

**Titel:** Max. 65 Zeichen inkl. Leerschlägen  
**Lead Startseite:** max. 160 Zeichen inkl. Leerschlägen  
**Bild:** 1920 x 1080 Pixel, max. 1 MB, JPG oder PNG  
**Sprachen:** Deutsch und Französisch

## 1 Monat Online



### Spezifikationen Inhaltsseite

**Titel:** Max. 65 Zeichen inkl. Leerschlägen  
**Lead:** Max. 160 Zeichen inkl. Leerschlägen  
**Text:** 2000–4000 Zeichen inkl. Leerschlägen  
**Bilder:** 1–2 Bilder, mindestens 1920x1080px, Max. 1 MB, als JPG, PNG  
**Logo:** 300 x 300 Pixel (JPG) oder (SVG)  
**QR-Code:** 300 x 300 Pixel  
**Sprachen:** Deutsch und Französisch

Anstelle des grossen Bilds kann ein kundenseitiges Video eingebettet werden. Dazu benötigen wir den entsprechenden Embed-Code

## 1 Ausgabe Print



### Spezifikationen Printseite

**Titel:** Max. 60 Zeichen inkl. Leerschlägen  
**Lead:** Max. 300 Zeichen inkl. Leerschlägen  
**Text:** Max. 2500 Zeichen inkl. Leerzeichen  
**Bilder:** 20 x 15 cm, 300 dpi  
**Logo:** AI, EPS oder SVG (Vektordaten)  
**QR-Code:** Angabe der URL  
**Sprachen:** Deutsch und Französisch

## 2 Versände Newsletter



### Spezifikationen Newsletter

**Titel:** Max. 50 Zeichen inkl. Leerschlägen  
**Text:** Max. 360 Zeichen inkl. Leerzeichen  
**Button:** Max. 30 Zeichen inkl. Leerzeichen  
**Bild gross:** 1 x 600 x 300 Pixel mind. 300 dpi (JPG, PNG)  
**Sprachen:** Deutsch und Französisch

# AGVS-ONLINE

## GENERELLE SPEZIFIKATIONEN ONLINEWERBEMITTEL

### Anlieferung der Werbemittel

Werbemittel als \*.zip- / \*.rar-Datei und technische Fragen per E-Mail an [vermarktung@agvs-upsa.ch](mailto:vermarktung@agvs-upsa.ch). Bei der Anlieferung von Werbemitteln müssen grundsätzlich Name der Kundin oder des Kunden, Kampagnennamen, Auftragsnummern und Buchungszeitraum angegeben werden.

### Übergabe der Werbemittel an AGVS-Medien

Die Standardwerbemittel (Leaderboard, Skyscraper, Rectangle etc.) müssen mindestens fünf Werkzeuge vor der Schaltung angeliefert werden. Alle Standardwerbemittel müssen dem IAB-Standard entsprechen.

Genauere Informationen erhalten Sie unter: [iabswitzerland.ch/standardsundleitfaeden/werbemittelstandards/werbeformate/](http://iabswitzerland.ch/standardsundleitfaeden/werbemittelstandards/werbeformate/). Die Ziel-URL einer Anzeige muss ordnungsgemäss funktionsfähig sein und zu einer (zum Kampagnenstart) funktionsfähigen Website führen. Sie darf nicht zu einer E-Mail-Adresse oder einer Datei führen. Die Anzeigen dürfen keine Downloads von Software auf dem Computer vom Nutzenden auslösen, ohne dass die Nutzenden zuvor eindeutig und in auffälliger Weise über Installation, Betrieb und Entfernung der Software informiert werden und Gelegenheit haben, nach dieser Information die Installation der Software abzulehnen.

Bitte beachten Sie, dass Fake-Werbemittel (z.B. Windowsfehlermeldungen oder nicht funktionierende Auswahlboxen) nicht angenommen werden. Wenn die Anzeigen nicht den technischen Spezifikationen oder den inhaltlichen Grundsätzen entsprechen, kann sich dadurch das Anfangsdatum für eine bestimmte Platzierung und/oder Kampagne verzögern.

Sollte ein Anzeigeninhalt verspätet eintreffen oder nicht den technischen Spezifikationen entsprechen, behalten sich die AGVS-Medien das Recht vor, die Kampagne um die Anzahl der verzögerten Abgabe entsprechenden Tage zu verschieben, um die vertraglich vereinbarten Impression-/Klickziele zu erreichen.

Sollte eine ausserplanmässige Pausierung der Auslieferung während der Kampagnenlaufzeit aufgrund von Wartungs-/Umbauarbeiten an der Zielseite oder bedingt durch einen Werbemittelwechsel nötig sein, so ist rechtzeitig darauf hinzuweisen.

### Medienformate

- **Image:** GIF / JPEG / JPG
- **Rich Media:** HTML5 / Javascript (weitere Formate auf Anfrage)

Die Standardformate können Sie uns als Redirect oder als physisches Werbemittel zur Verfügung stellen.

### Redirects / Third-Party-Tags

Als Redirects werden Ads bezeichnet, die nicht physisch auf dem AdServer von AGVS-Medien vorhanden sind, sondern von einem anderen AdServer ausgeliefert werden. AGVS-Medien bucht somit im Prinzip einen «Verweis» auf den fremden AdServer ein. Bitte beachten Sie für die Auslieferung von Ads als Redirects Folgendes:

- Redirects / Third-Party-Tags müssen bei der Anlieferung zu Testzwecken freigeschaltet sein.
- Wenn in einer Anzeige Third-Party-Tags (Adform Mediamind, Flashtalking, Adition etc.) verwendet werden, fügen Sie bitte spezifische Trafficking-Anweisungen (Klickzählung) bei, ebenso einen

Ansprechpartner bei dem Drittpartner.

- Layer als Redirects müssen durch ggf. zu ergänzende URLParameter oder Javascript Variablen frei positionierbar sein.
- Expandierende Werbemittel und Layer als Redirect müssen Selectboxen, die überdeckt werden, ausschalten und später wieder einschalten.
- Bei expandierenden Werbemitteln dürfen nach dem Schliessen bzw. Einklappen keine transparenten Flächen verbleiben.

### HTML5

HTML5-Werbemittel (inkl. CSS 3) können nur eingeschränkt eingesetzt werden, da die verwendeten Funktionalitäten aktuell nicht von allen Browsern (z. B. IE7/8) unterstützt werden. Aus diesem Grund müssen die verwendeten Techniken auf Browserkompatibilität getestet und die lauffähigen Browser inkl. Betriebssystem bei Anlieferung bzw. Planung bekanntgegeben werden, damit ein entsprechendes Targeting von den AGVS-Medien eingestellt werden kann. Bibliotheken, wie sie z. B. Adobe Edge oder Google Swiffy Converter exportieren, können nur eingeschränkt eingesetzt werden und müssen vor Kampagnenstart getestet werden. Die physische Anlieferung ist nur für Standardformate (Leaderboard, Skyscraper, Medium Rectangle, Halfpage Ad, Billboard) möglich. Hierfür benötigen wir eine Zip-Datei, die alle Elemente des Werbemittels enthält. Bitte vermeiden Sie das Referenzieren von oder auf externen Objekten. Es muss zudem eine index.html-Datei als Startpunkt enthalten sein. Alle eingebundenen Skripte sowie alle in der Zip-Datei enthaltenen Elemente sind mit relativer Pfadreferenzierung einzubinden. Bitte nutzen Sie für das Hosting und

die Erstellung der Redirect Tags die Tools von Rich-Media-Dienstleistern wie z. B. AdForm, DoubleClick, Flashtalking, Mediamind. Weitere Rich-Media-Dienstleister müssen auf Anfrage vorab getestet werden.

Wird ein Third-Party-Redirect-Script bereitgestellt, gelten die Voraussetzungen für die Anlieferung von Third-Party-Tags. Die Agentur bzw. der Werbemittel-Host ist dann für die ordnungsgemässe Implementierung, ggf. Positionierung und Funktionalität der gesamten Werbeform auf den Seiten verantwortlich.

### Video Ad Package (V.A.P)

Die Erstellung der Werbemittel erfolgt über einen Drittanbieter. STUDIO-Templates stellen wir Ihnen gerne auf Anfrage zur Verfügung.

- Anlieferung: mind. fünf Werkzeuge vor Schaltung der Werbemittel
- Ton/Audio: nur on Click zuschaltbar.
- Autostart: nur Video ohne Ton möglich; wird das Video auf Klick gestartet, kann der Ton mitstarten.
- Wiederholung: max. 1 x loopen (d.h. 2 x abspielen).
- Dateigewicht: Das initialgeladene Dateigewicht muss den Vorgaben des Formats bzgl. KB-Grösse entsprechen. Über geeignete Nachladeverfahren kann nach vollständigem Laden der Seite bis zu maximaler Dateigrösse von 2,5 MB nachgeladen werden.
- Bandbreitenoptimierung: Wird das Video nicht bandbreitenoptimiert ausgeliefert, erfolgt eine Begrenzung der Auslieferung an Nutzer mit Breitbandzugang.
- Dateiformate/Anlieferung: H.264 / MPEG-4 Codec.

- Die Videoformate müssen folgende Steuerungsmöglichkeiten beinhalten: fix oder bei mouse over.
- «Stop»-, «Pause/Play»-, sowie einen «Ton an/aus»-Button.

#### Video Ad Package (V.A.P)

Das Gewicht des initialen Ladens entspricht der zugrundeliegenden Werbeform. Nach dem Initialload muss ein Werbemittelinhalt dargestellt sein (keine weisse Fläche). Das Nachladen darf erst nach dem Laden der Website gestartet werden, nicht sofort im Anschluss an den Initialload.

#### Tracker

Die Statistik wird ausschliesslich durch unser AdServer-System oder mittels Auswertung von Google-Analytics-Zahlen generiert (keine Integration von Zählpixeln).

#### Zusätzliche Kosten

Adaptionen/Mehraufwand CHF 200/h.

#### Wichtige Hinweise

- Damit seitens AGVS-Medien ein termingerechter Kampagnenstart garantiert werden kann, muss die Anlieferung unbedingt entsprechend der genannten Vorlaufzeiten erfolgen.
- Die anliefernde Kreativagentur ist verantwortlich, dass die Onlinewerbemittel reibungslos funktionieren. Wenn die Umsetzung auf einer externen Testseite funktioniert, bedeutet dies nicht unbedingt, dass dies auch auf AGVS-Online der Fall ist.

- Wenn die angelieferten Werbemittel nicht den AGVS-Onlinespezifikationen entsprechen, hat AGVS-Medien das Recht, die Kampagne zurückzuhalten, bis die entsprechenden Richtlinien korrekt umgesetzt wurden. Allfällige Schäden und Kosten müssen in solchen Fällen vollumfänglich von der Kreativagentur, welche die Spezifikationen nicht eingehalten hat, übernommen werden.

#### Wichtig für HTML5 Werbemittel

Damit der Klick im AdServer korrekt registriert werden kann und der User auf die entsprechende Ziel-URL weitergeleitet wird, fügen Sie dem Werbemittel folgendes Click-Handling hinzu

#### For simple hyperlink tags:

```
<html>
<head>
<script>
function mytag()
{
window.open(clicktag,"_blank")
}
</script>
</head>
<body>
<a href="#" onclick="mytag();" >
<div id="container1" style="
width: 300px; height: 250px">
</div>
</a>
</body>
</html>
```

#### Or:

```
<html>
</head>
<body>
<a href="#"clicktag" id="clicktag" target="_
blank">
<div id="container1" style="width: 300px;
height: 250px">
</div>
</a>
<script>
document.getElementById(clicktag').setAttribute
(,href', clicktag);
</script>
</body>
</html>
```

#### For hyperlinks via script such as javascript function:

```
function xyz()
{
window.open(clicktag,"_blank")
}
</script>
```

Unsere AGB finden Sie im Anschluss und unter [agvs-upsa.ch/de/agvs-medien/mediadaten](https://www.agvs-upsa.ch/de/agvs-medien/mediadaten).

# AGVS

## ALLGEMEINE WERBEBEDINGUNGEN

### A. ANWENDBARKEIT

#### 1. Geschäftsbeziehungen zu Werbeaufraggebern

**1.1.** Der Auto Gewerbe Verband Schweiz (nachfolgend «AGVS») ist Verleger und Herausgeber des Magazins AUTOINSIDE und Eigentümer wie Betreiber der Websites agvs-upsa.ch und autoberufe.ch. Die vorliegenden Werbe-/ Geschäftsbedingungen regeln die vertragliche Zusammenarbeit zwischen dem AGVS und einem Werbeaufraggeber.

**1.2.** Die Viva AG für Kommunikation (nachfolgend «Viva AG») als national tätige Agentur für die Vermarktung der Werbeangebote des AGVS vertritt den AGVS exklusiv beim Abschluss von Werbe- und Publikationsverträgen und schliesst damit namens des AGVS diese Verträge mit den Werbeaufraggebern ab.

**1.3.** Der Werbevertrag beinhaltet die Publikation (Einzelaufträge, Wiederholungsaufträge u.ä.) von Werbeformaten wie Anzeigen, Bannern, Beilagen, Beiheftern, Beiklebern und bezahlten redaktionellen Werbeformaten (Sponsored Content/ Advertorial) im Zusammenhang mit dem Magazin AUTOINSIDE, den Websites agvs-upsa.ch und autoberufe.ch sowie allfällig neuen Print- und Online-Medien des AGVS. Die Viva AG kann den Werbe-kunden bei Werbeangeboten ergänzend die Beratung, Kreation von Werbeformaten, Erstellung von Media-plänen oder administrativen Dienstleistungen gegen Berechnung des Aufwands anbieten.

#### 2. Geschäftsbedingungen der Werbeaufraggeber

**2.1.** Die vorliegenden Werbebedingungen werden mit Vertragsschluss Bestandteil des betreffenden Werbevertrages, subsidiär zu diesen Werbebedingungen gilt das Schweizerische Obligationenrecht. Gleichzeitig verzichtet der Inserent auf die Anwendung der eigenen Geschäftsbedingungen.

### B. VERTRAGSABWICKLUNG

#### 1. Preise

**1.1.** Bezüglich der Publikation gelten die jeweils gültigen Werbetarife und Konditionen der AGVS-Publikationen, zuzüglich MwSt..

**1.2.** Bezüglich Beratungs-, Kurations-, Planungs- oder administrativen Dienstleistungen des AGVS oder der Viva AG gelten deren jeweils gültigen Dienstleistungstarife, zuzüglich MwSt..

**1.3.** Änderungen der Werbetarife, Konditionen, Dienstleistungstarife und der MwSt. treten auch bei laufenden Publikationen sofort in Kraft. Der Inserent hat das Recht, innerhalb von zwei Wochen seit Bekanntgabe der neuen Werbetarife und Konditionen vom Vertrag zurückzutreten. In diesem Fall hat er jeweils Anrecht auf die Konditionen, die gemäss Skala der effektiv abgenommenen Menge entspricht.

#### 2. Zusätzliche Kosten

**2.1.** Ausserordentliche Aufwendungen, welche nicht in deren Werbe- oder Dienstleistungstarifen enthalten sind, werden nach vorgängiger schriftlicher Kostenabsprache zusätzlich in Rechnung gestellt, zuzüglich MwSt.. Als solche gelten auf Seiten des AGVS resp. der Viva AG beispielsweise aufwändige Bearbeitungen von Werbevorlagen.

#### 3. Konditionen für Wiederholungsaufträge

**3.1.** Für Werbeformate, die an im Voraus festgesetzten Daten unverändert erscheinen (Wiederholungsaufträge), können die Werbetarife günstigere Konditionen vorsehen.

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

**3.3.** Rückwirkend wird ein günstigerer Preis gewährt, sofern der Wiederholungsauftrag vor Erscheinen des letzten Werbeformates unter den gleichen Voraussetzungen erweitert und damit eine höhere Stufe erreicht wird.

**3.4.** Werden die vereinbarten Erscheinungen innert 12 Monaten ab der ersten Erscheinung nicht erreicht, wird der zu günstig gewährte Tarif nachbelastet. Die nicht bezogenen Erscheinungen können nicht auf folgende Wiederholungsaufträge übertragen werden.

#### 4. Modalitäten Mengenabschlüsse bzw. Wiederholungsaufträge

**4.1.** Für jeden Werbeaufraggeber muss ein separater Mengenabschluss bzw. Wiederholungsauftrag vereinbart werden.

**4.2.** Der Mengenabschluss bzw. Wiederholungsauftrag kann grundsätzlich nur von einem einzelnen, rechtlich selbständigen Werbeaufraggeber, firmenübergreifenden Gruppen, Holdings und Einkaufsorganisationen getätigt werden.

**4.3.** Die Laufdauer der Wiederholungsaufträge beträgt 12 Monate ab der ersten Erscheinung. 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.

**4.4.** Grundsätzlich gelten für die ganze Laufdauer die gleichen Konditionen und Tarife.

#### 5. Verlegerrecht

**5.1.** Der AGVS behält sich vor, Änderungen der Werbeinhalte zu verlangen oder Werbemittel ohne Angabe von Gründen abzulehnen.

**5.2.** Der AGVS kann aus technischen Gründen für bestimmte Daten vorgeschriebene, aber dem Inhalt nach nicht unbedingt termingebundene Werbemittel ohne vorherige Benachrichtigung um eine Ausgabe vor- oder zurückverschieben.

**5.3.** Der AGVS kann Werbemittel wie Anzeigen, Banner und bezahlte redaktionelle Werbeformate mit der Bezeichnung «Anzeige», «Promotion» oder «Sponsored Content» u.ä. versehen, um sie vom redaktionellen Teil abzugrenzen.

**5.4.** Der AGVS kann grundsätzlich über die Platzierung der Werbemittel bestimmen. Platzierungswünsche des Auftraggebers können nur unverbindlich entgegengenommen werden. Mit Platzierungszuschlag gebuchte und von Viva AG entsprechend bestätigte Werbemittel müssen eingehalten werden und dürfen nur nach schriftlicher Abstimmung mit dem Werbeauftraggeber verändert werden.

**5.5.** Aufträge für Werbebeilagen, Beikleber und Beihefter sind für den AGVS erst nach Genehmigung eines Musters bindend.

#### 6. Probeabzüge

**6.1.** Auf Anfrage können Probeabzüge für kommerzielle Werbeformate in elektronischer Form (PDF) geliefert werden, sofern die Druckunterlagen mindestens 10 Kalendertage vor Annahmeschluss eintreffen.

**6.2.** Für Vollvorlagen wird kein Probeabzug geliefert.

#### 7. Druckmaterial

Ohne ausdrückliche Vereinbarung ist der AGVS resp. die Viva AG für herkömmlich oder digital geliefertes Druck- und Datenmaterial (Reinzeichnungen, Filme, Fotos usw.) weder aufbewahrungs- noch rückgabepflichtig. Für die termingerechte Lieferung der Druckunterlagen oder Beilagen ist der Inserent verantwortlich.

## 8. Zahlungskonditionen

**8.1.** Für die Publikation von Gelegenheitsanzeigen gilt eine Zahlungsfrist von 10 Kalendertagen.

**8.2.** Für die Publikation aller übrigen Werbeformate gilt eine Zahlungsfrist von 30 Kalendertagen.

**8.3.** Der Inserent fällt nach Ablauf der Zahlungsfristen gemäss 12.1 bzw. 2.2 umgehend in Verzug. In der Folge erhebt der AGVS resp. die Viva AG einen Verzugszins von 5%. Zudem kann der AGVS resp. die Viva AG für alle zukünftigen Aufträge Vorauszahlung verlangen, bis alle gebuchten Werbeformate bezahlt worden sind.

**8.4.** Fällt der Inserent nach 12.3 in Verzug, so werden ihm für das zweite und letzte Erinnerungsschreiben des AGVS resp. der Viva AG CHF 50.- in Rechnung gestellt.

**8.5.** Bei Betreibung, Nachlassstundung oder Konkurs entfallen Vergünstigungen und allfällige Beratungs- und Vermittlungsprovisionen.

**8.6.** Der Inserent verzichtet auf das Verrechnungssrecht gemäss Art. 126 Obligationenrecht.

## 9. Vorzeitige Vertragsauflösung

**9.1.** Stellt eine AGVS-Publikation während der Vertragsdauer sein Erscheinen ein, kann der AGVS resp. die Viva AG ohne Ersatzverpflichtung vom Vertrag zurücktreten.

**9.2.** Dies entbindet den Werbeauftraggeber nicht von der Bezahlung der erschienenen Werbeformate.

**9.3.** Es werden keine Konditionen nachbelastet, aber Vergütungen vorgenommen, sofern zum Zeitpunkt der Vertragsauflösung eine höhere Stufe erreicht wurde.

## C. HAFTUNG DER WERBEVERMARKTUNGSGESELLSCHAFT

### 1. Fehlerhaftes Erscheinen, Nichterscheinen

**1.1.** Reklamationen wegen fehlerhaften Erscheinens oder Nichterscheinens sind innerhalb von 10 Kalendertagen nach Publikation beim AGVS resp. der Viva AG anzubringen.

**1.2.** Wird der Sinn oder die Wirkung des Werbeformats wesentlich beeinträchtigt oder ist ein Terminwerbeformat nicht fristgerecht erschienen, werden die Einschaltkosten teilweise erlassen oder in Form von Werberaum in der betreffenden Publikation kompensiert. Bei telefonisch erteilten Aufträgen, bei fehlerhaften digitalen Übermittlungen von Produktionsvorlagen für Werbeformate an den AGVS oder an die Viva AG, 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.

**1.3.** Sämtliche weitergehenden Ansprüche als die in Ziff. 12.2 genannten wegen fehlerhaften Erscheinens, Nichterscheinens oder aus anderen Gründen sind ausgeschlossen.

## D. HAFTUNG DES WERBEAUFTRAGGEBER

### 1. Haftung bezüglich Inhalt der Werbeformate

Der Inserent ist für den Inhalt der Werbeformate verantwortlich. Er erklärt, die einschlägigen gesetzlichen Bestimmungen und Branchenregeln einzuhalten und dafür dem AGVS resp. der Viva AG verantwortlich zu sein. Er stellt den AGVS, die Viva AG 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.

### 2. Gegendarstellungsrecht

Bei einem Gegendarstellungsbegehren (Art. 28 ff. ZGB) gegenüber Werbeformaten informiert der AGVS resp. die Viva AG den Werbeauftraggeber über den Eingang des Begehrens und bespricht mit ihm das Eintreten auf das Begehren bzw. seine Abweisung oder Gutheissung sowie das Vorgehen bei einer allfälligen Publikation von Gegendarstellungen und die damit zusammenhängenden Modalitäten.

## E. WEITERVERWENDUNG VON WERBEFORMATEN

### 1. Verwendung von Werbeformaten für elektronische Datenbanken

**1.1.** Der Inserent erklärt sein Einverständnis, dass der AGVS resp. die Viva AG die Werbeformate 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.

**1.2.** Die nicht autorisierte und ohne gewichtige Eigenleistung erfolgende Bearbeitung und Verwertung von abgedruckten oder in elektronische Datenbanken eingespierten Werbeformaten durch Dritte ist unzulässig und wird vom Werbeauftraggeber untersagt.

### 2. Geistiges Eigentum an Werbeformaten / Nutzungsrecht

**2.1.** Der Inserent anerkennt das geistige Eigentum, insbesondere das Urheberrecht, des AGVS resp. der Viva AG an allen von ihr selber kreierte Werbeformaten und Inhalten mit individuellem Charakter. Soweit der Inserent seinen vertraglichen Verpflichtungen gegenüber der Vermarktungsgesellschaft nachkommt, ist ihm die Nutzung des geistigen Eigentums im Rahmen des ursprünglichen Verwendungszweckes auf unbeschränkte Zeit erlaubt.

**2.2.** Der Inserent überträgt dem AGVS sämtliche für die Nutzung seiner Werbung im AUTOINSIDE sowie in seinen Online-Medien erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, Bearbeitung, Speicherung in und Abruf aus einer Datenbank, und zwar zeitlich, örtlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrages erforderlichen Umfang. Vorgenannte Rechte berechtigen zur Schaltung mittels aller bekannten technischen Verfahren sowie aller bekannten Formen der Online-Medien. Der AGVS kann an den eingeräumten Rechten die für die vereinbarte Werbeschaltung erforderlichen Unterlizenzen in beliebiger Anzahl einräumen, sowie die eingeräumten Rechte auf Dritte übertragen.

## F. WEITERVERWENDUNG VON DATEN

**1.1.** Der Inserent erteilt dem AGVS resp. der Viva AG hiermit ausdrücklich das Recht, seine Daten in eine Datenbank einzuspeisen und dort anzusammeln, zu verwalten, zu nutzen, zu verändern und auszuwerten, sowie diese Daten während und auch über das Vertragsverhältnis hinaus, zu Werbe-, Sponsoring- und Marketingzwecken zu verwenden.

**1.2.** Der AGVS resp. die Viva AG behält sich überdies das Recht vor, die in der Datenbank gespeicherten Daten ggf. an Dritte weiterzugeben resp. weiterzuverkaufen.

## G. ANWENDBARES RECHT, GERICHTSSTAND

**1.** Auf den Werbevertrag findet ausschliesslich schweizerisches Recht Anwendung. Das Wiener Kaufrecht (CISG) wird ausgeschlossen.

**2.** Ausschliesslicher Gerichtsstand ist das zuständige Gericht am Ort der Geschäftsstelle des AGVS (Bern), sofern das Gesetz keinen zwingenden Gerichtsstand vorsieht.

Die vorliegenden Werbebedingungen treten am 01.01.2021 in Kraft und ersetzen alle früheren Fassungen. Diese allgemeinen Geschäftsbedingungen sind jederzeit veränderbar. Die jeweils aktuelle Fassung findet sich auf [www.agvs-upsa.ch](http://www.agvs-upsa.ch).

### Hinweis:

Zur besseren Lesbarkeit wird in diesen Werbebedingungen die männliche Form verwendet. Diese versteht sich als alle Geschlechter abbildend.

# KONTAKTE

## Herausgeber und Verlag

Auto Gewerbe Verband Schweiz (AGVS), Wölflistrasse 5, CH-3006, Bern,  
Telefon +41 (0)31 307 15 15, E-Mail [verlag@agvs-upsa.ch](mailto:verlag@agvs-upsa.ch), [www.agvs-upsa.ch](http://www.agvs-upsa.ch)

## Druckerei

Galledia Print AG,  
Burgauerstrasse 50, CH-9230 Flawil  
Michael Rottmeier, Telefon +41 (0)58 344 97 44  
E-Mail [michael.rottmeier@galledia.ch](mailto:michael.rottmeier@galledia.ch)

## Abonnemente

|              |    |          |     |       |
|--------------|----|----------|-----|-------|
| Jahresabo    | 7  | Ausgaben | CHF | 70.–  |
| 2-Jahres-Abo | 14 | Ausgaben | CHF | 120.– |



## Gesamtverantwortung und Aboverwaltung



### Yves Schott

Redaktion und Verlag  
Telefon +41 (0)31 307 15 15  
Direkt +41 (0)31 307 15 43  
E-Mail [yves.schott@agvs-upsa.ch](mailto:yves.schott@agvs-upsa.ch)

## Auto Gewerbe Verband Schweiz (AGVS)

Wölflistrasse 5,  
CH-3006 Bern  
Telefon +41 (0)31 307 15 15  
[www.agvs-upsa.ch](http://www.agvs-upsa.ch)

**Vermarktung Print / Online****Cécile Wolfisberg**

Sales Administration Managerin  
 Direkt +41 (0)43 499 19 73  
 Mobile +41 (0)79 581 98 32  
 E-Mail [vermarktung@agvs-upsa.ch](mailto:vermarktung@agvs-upsa.ch)

**AGVS-Medien**

Flurstrasse 50, CH-8048 Zürich  
 Telefon +41 (0)43 499 19 81  
[vermarktung@agvs-upsa.ch](mailto:vermarktung@agvs-upsa.ch)  
[www.agvs-upsa.ch](http://www.agvs-upsa.ch)

**Redaktion und Newsdesk****Timothy Pfannkuchen**

Leitender Redaktor Newsdesk  
 Direkt +41 (0)43 499 19 85  
 Mobile +41 (0)78 751 62 25  
 E-Mail [newsdesk@agvs-upsa.ch](mailto:newsdesk@agvs-upsa.ch)

**Jürg A. Stettler**

Leitender Redaktor Mobilität  
 Direkt +41 (0)43 499 19 72  
 Mobile +41 (0)79 466 94 86  
 E-Mail [newsdesk@agvs-upsa.ch](mailto:newsdesk@agvs-upsa.ch)

**Gestaltung****Robert Knopf**

Head of Design & Productions  
 Direkt +41 (0)43 499 19 77  
 E-Mail [newsdesk@agvs-upsa.ch](mailto:newsdesk@agvs-upsa.ch)

**AGVS-Medien**

Flurstrasse 50, CH-8048 Zürich  
 Telefon +41 (0)43 499 19 81  
[newsdesk@agvs-upsa.ch](mailto:newsdesk@agvs-upsa.ch)  
[www.agvs-upsa.ch](http://www.agvs-upsa.ch)

**Administration****Monique Baldinger**

Administration Online  
 Telefon +41 (0)31 307 15 15  
 Direkt +41 (0)31 307 15 26  
 E-Mail [monique.baldinger@agvs-upsa.ch](mailto:monique.baldinger@agvs-upsa.ch)

**Event-Sponsoring****Irene Schüpbach**

Vermarktung Events  
 Telefon +41 (0)31 307 15 15  
 Direkt +41 (0)31 307 15 11  
 E-Mail [sponsoring@agvs-upsa.ch](mailto:sponsoring@agvs-upsa.ch)

**Olivia Jeckelmann**

Dienstleistungen & Kundenberatung  
 Telefon +41 (0)31 307 15 15  
 Direkt +41 (0)31 307 15 41  
 E-Mail [sponsoring@agvs-upsa.ch](mailto:sponsoring@agvs-upsa.ch)

**Auto Gewerbe Verband Schweiz (AGVS)**

Wölflistrasse 5,  
 CH-3006 Bern  
 Telefon +41 (0)31 307 15 15  
[www.agvs-upsa.ch](http://www.agvs-upsa.ch)