



PROUD

The Luxury & Lifestyle Magazine



**MEDIADATEN / ADVERTISING
2012**



MEDIADATEN

ANZEIGEN	FORMATE	PREISE IN CHF	PREISE IN €
Auftaktseite			
Superbanner	956 x 110 Pixel	500.00	420.00
Lower Superbanner	956 x 110 Pixel	400.00	340.00
Leaderboard	710 x 90 Pixel	350.00	300.00
Large Rectangle	632 x 580 Pixel	300.00	260.00
Wide Skyscraper	270 x 580 Pixel	250.00	220.00
Rectangle	270 x 290 Pixel	200.00	170.00
Rubriken			
Superbanner	956 x 110 Pixel	400.00	340.00
Lower Superbanner	956 x 110 Pixel	350.00	300.00
Leaderboard	710 x 90 Pixel	300.00	260.00
Large Rectangle	632 x 580 Pixel	250.00	220.00
Wide Skyscraper	270 x 580 Pixel	200.00	170.00
Rectangle	270 x 290 Pixel	100.00	90.00
Titelgeschichte		1500.00	1250.00
Publi-Reportage		1000.00	840.00
Logo Mediadaten		250.00	220.00
Hyperlink I		100.00	90.00
Hyperlink II		50.00	45.00

* Preise zuzüglich 8% MwSt.

Datenanlieferung

Formate: GIF, JPEG, HTML, JAVA

E-Mail: contact@proudmag.com

Rabatte

auf Anfrage

Bemerkungen

Basis Inserationspreise: 25 Tage

Minstdauer der Insertion: 5 Tage

Aufpreis Platzierungswünsche: + 20 Prozent

Anzeigenschluss: 5 Arbeitstage vor Publikation

Kontakt

PRADER MEDIA GmbH

Magazin „PROUD“

Haldenstrasse 1

CH-6340 Baar

Telefon: +41(0)41 511 02 56

Mobile: +41(0)78 757 58 64

contact@proudmag.com

www.proudmag.com

skype: proudmag

ADVERTISING RATES

TYPE OF ADVERT	FORMATS	PRICES IN CHF	PRICES IN €
Front page			
Superbanner	956 x 110 Pixel	500.00	420.00
Lower Superbanner	956 x 110 Pixel	400.00	340.00
Leaderboard	710 x 90 Pixel	350.00	300.00
Large Rectangle	632 x 580 Pixel	300.00	260.00
Wide Skyscraper	270 x 580 Pixel	250.00	220.00
Rectangle	270 x 290 Pixel	200.00	170.00
Categories			
Superbanner	956 x 110 Pixel	400.00	340.00
Lower Superbanner	956 x 110 Pixel	350.00	300.00
Leaderboard	710 x 90 Pixel	300.00	260.00
Large Rectangle	632 x 580 Pixel	250.00	220.00
Wide Skyscraper	270 x 580 Pixel	200.00	170.00
Rectangle	270 x 290 Pixel	100.00	90.00
Front story		1500.00	1250.00
Publication Reportages		1000.00	840.00
Logo Advertising Rates		250.00	220.00
Hyperlink I		100.00	90.00
Hyperlink II		50.00	45.00

* Prices plus 8% VAT

Data Delivery

Formats: GIF, JPEG, HTML, JAVA

E-Mail: contact@proudmag.com

Discounts

upon request

Notes

Basic advertising rate: 25 days

Minimum duration of advertising: 5 days

Surcharge for preferred position: + 20 percent

Press deadline: 5 working days before publication

Contact

PRADER MEDIA GmbH

„PROUD“ Magazine

Haldenstrasse 1

CH-6340 Baar/ZG

phone: +41 (0)41 511 02 56

mobile: +41 (0)78 757 58 64

contact@proudmag.com

www.proudmag.com

skype: proudmag

PROUD

The Luxury & Lifestyle Magazine

Superbanner 956 x 110 Pixel

Leaderboard 710 x 90 Pixel

Large Rectangle 632 x 580 Pixel

Wide Skyscraper 270 x 580 Pixel

Rectangle 270 x 290 Pixel

Lower Superbanner 956 x 110 Pixel

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, während 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 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 Abschlusserteilung nicht ein anderes Datum bestimmt wird: Sie beträgt mindestens 1 Monat, sofern bei Abschlusserteilung keine andere Laufdauer vereinbart wurde.

3.1 Tarif und Tarifänderungen

Ein Vertrag 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 entsprechende Anzahl Anzeigen (innerhalb von max. 12 Monaten) enthalten und gleichzeitig disponiert werden. Die Grösse darf nicht verändert werden, Texte oder Sujets nur 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 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 vorsieht.

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 spätestens 5 Tage vor der vereinbarten Publikation angenommen werden.

5.2 Vertragsauflösung durch den Verleger

Sollte während der Vertragsdauer die Publikation ihr Erscheinen einstellen, kann der Verleger ohne Ersatzverpflichtung vom Vertrag zurücktreten. Der Anzeigenkunde ist in diesem Fall nicht von der Pflicht entbunden, die bereits erschienenen 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% (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 Anzeigengestaltung, Textvorlagen, Übersetzungen, nachträgliche Änderungswünsche, 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.

8 Platzierungswünsche

Platzierungswünsche des Auftraggebers werden, sofern nicht ausdrücklich vereinbart, 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 Abbestellungen von Anzeigen erfolgen auf Gefahr des Anzeigenkunden. Eine weitere Haftung wird abgelehnt. Der Verlag gewährleistet eine technisch gute Wiedergabe der Anzeigen. Bedingung ist, dass der Auftraggeber für das jeweilige Produktionsverfahren einwandfreie Unterlagen liefert. Abweichungen vom verlangten Standard können dem Auftraggeber bekanntgegeben werden. Geringe Tonabweichungen sind im Toleranzbereich der Darstellungsverfahren begründet und berechtigen nicht zu Preisnachlässen.

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 Posten 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 das Magazin von Dritten haftbar gemacht, verpflichtet sich der Auftraggeber, das Magazin 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, sämtliche 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 der 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 Unterlagen

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 Endproduktes 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 / zur Publikation

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 erfordern, können nur angenommen werden, wenn die dafür notwendige Zeit zur Verfügung steht und der Inserent für die Kosten aufkommt.

15 Druckunterlagen/Datenmaterial

Für die termingerechte Lieferung der Druckunterlagen oder Beilagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Ohne ausdrückliche Vereinbarung ist der Verlag 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 Anrecht 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 Baar. Die Insertionsbedingungen gelten ab dem 1. Januar 2012.

ADVERTISING TERMS AND CONDITIONS

1 Definition of the advertising agreement

Unless specified otherwise in writing, the Advertising Terms and Conditions shall govern the confidential relationship between the advertiser or the advertising agency and the publisher. By entering into a written or oral advertising agreement, the publisher shall be obligated to publish one or several advertisements in the publication in question while the advertising customer shall pay the advertising costs.

2 Applicable legal norms

The agreement is primarily subject to the General Terms and Conditions and the provisions set forth in the Swiss Code of Obligations [Obligationenrecht, OR].

3 Advertisements and their runtime

The number of advertisements to be published must be known prior to the first advertisement scheduling but in any case prior to the publication of the first advertisement. Unless specified otherwise upon placement of the order, the runtime of the advertisements and any repeat orders shall commence no later than on the date of the first advertisement: it shall be at least 1 month unless otherwise specified at the time when the order was placed.

3.1 Rates and rate changes

For each publication an agreement shall be concluded at the basic rate. Any discounts applicable to certain advertising categories will be taken into account at the then effective rate. Changes in prices, discount rates and value added tax will be effective immediately and also apply to currently scheduled advertisements. The advertiser has the right to cancel the agreement within two weeks after the notification of the new price was given. In this case, the advertiser is only entitled to the discount applicable to the actual volume accepted according to the discount schedule.

4 Discounts

4.1 Discount for agreements in Swiss Franc amounts

The customer is entitled to specified discounts for agreements made in Swiss Franc amounts.

4.2 Retroactive discount

If the annual advertising volume exceeds the originally intended volume, the discount will be calculated based on the total volume, and the customer will receive a retroactive discount according to the discount schedule at the end of the billing cycle.

4.3 Repeat discount

The repeat discount will apply to orders that include the number of advertisements according to the discount schedule (within 12 months maximum) and are scheduled at the same time. The volume may not be changed, and texts or subjects may be changed only if they are full print materials. Additions to and renewals of repeat orders are possible if the order is placed prior to the publication of the last advertisement and corresponds to the above-mentioned form. The discount will be calculated based on the new total volume and/or the relevant discount level and will be retroactively granted whereas any discounts already paid will be deducted. Repeat orders shall be limited to those publications whose rates provide for such options.

4.4 Discount adjustments

The same discount will apply throughout the runtime.

4.5 Discount adjustment charge

If the volume at the end of the term does not reach the intended volume, the customer shall pay a discount adjustment charge according to the discount schedule. A discount adjustment charge is usually waived if the volume does not fall more than 3 percent below the originally intended volume.

5 Premature cancellation of the agreement

5.1 Suspension by the advertising customer

The cancellation or postponing of confirmed scheduled advertisements may be accepted no later than 5 days prior to the agreed publication date even upon good cause shown.

5.2 Cancellation of the agreement by the publisher

If the publication is cancelled during the term of the agreement, the publisher is entitled to cancel the agreement without any duty of replacement. The advertising customer will not be released from the obligation to pay for the advertisements published up to that point in time. In the case of premature cancellation by the publisher, the discount conditions based on the originally specified volume will remain.

6 Terms of payment

6.1 Period of payment

Unless specified otherwise, invoices are payable within 30 days, without discount. In the event of legal collection procedures, any right to discounts applicable to outstanding invoices will expire. Such discounts will subsequently be invoiced.

6.2 Interest on late payments

If invoices are not paid within 30 days, interest for late payment may be charged. The interest rate for late payments is 5% (Art. 104 OR).

6.3 Del credere risk

The advertising customer shall assume the del credere risk for a third party, i.e. the publisher's contractual partner will be obligated to make outstanding payments or otherwise fulfill the obligations of a third party referred to the publisher.

7 Additional services

Any additional expenses plus VAT will be charged according to rate schedules customary in the advertising industry. Included are services, such as advertising design, text templates, translations, subsequent change orders, media invoicing and analyses etc., which exceed the usual scope (e.g. simple distribution plans, calculation of costs etc.), as well as DTP costs, express fees, frequent order changes, subsequent regrouping of invoices, interim reports for currently scheduled advertisements, third party services etc.

8 Placement requests

Unless explicitly agreed, the customer's placement requests will be accepted without any obligations. No payment may be denied and no damages may be demanded if due to technical reasons the placement of the advertisement differs from the customer's request.

9 Complaints

Any incorrect publication that essentially affects the sense or the impact of an advertisement allows for damages in form of advertising space up to the size of the incorrect advertisement. Orders, changes or cancellations of advertisements over the phone are accepted at the customer's risk. No additional liability will be assumed. The publisher guarantees a technically good publication of the advertisement under the condition that the customer provides flawless material required for the relevant

production procedure. The customer may be advised of any deviations from the requested standard. Minor color deviations are due to the tolerance range of the illustration procedures and do not allow for price reductions.

Any claims must be asserted within one month after the receipt of the invoice. Claims will not be accepted after the expiration of this deadline. The contest of one or several invoice items does not release the customer from the obligation to pay the remaining balance of the invoice within the time period specified in the section "terms of payment."

10 Decline of advertisements

The publisher is entitled to decline any advertisements without giving any reasons. The publication of editorial articles may not be made a condition when advertisements are placed.

11 Compliance with legal provisions

The customer assumes full responsibility towards the publisher, authorities and readership for the content of the advertisements. If the magazine is held liable by third parties, the customer is obligated to hold the magazine harmless against any claims. Criminal and civil law: subject to the applicable provisions under the media law, the customer shall assume sole responsibility if the publication of the advertisement violates against any legal provisions; this includes the responsibility for any payments of costs involved. The customer shall be obligated to indemnify and hold the publisher harmless from and against any third party claims that are related to or in connection with the advertising content. Act Against Unfair Practices [UWG = Gesetz über den unlauteren Wettbewerb]: the advertising customer shall ensure that the advertisements are not in violation of the Act Against Unfair Practices. In the event that the act is violated against, the advertising customer shall assume full responsibility for possible consequences for the publisher. In particular, the advertising customer shall be obligated to pay any expenses that the publisher occurs resulting from a proceeding due to a violation against the Act Against Unfair Practices. Advertisements that may not be recognized as such due to their design will be identified by adding the note "advertising." The basic font of the magazine or the magazine's title (font and signet) may not be used for editorially designed advertisements.

12 Right of counterstatement

Pursuant to Art. 28 f et seqq. of the Swiss Civil Code, a person whose personality is affected by a representation of facts contained in periodically published media has the right to submit a counterstatement. However, the publisher may deny the counterstatement if it is obviously incorrect or if it is in violation of legal provisions or morality. The advertising customer who is the originator of the contested claim of facts shall be obligated to bear any costs resulting from the exercise of the right of counterstatement.

13 Immaterial provision of materials

No liability shall be assumed for data provided by the customer (via data carrier, modem or ISDN) that are incorrect or incomplete. Further, the publisher shall not be liable if a standard processing or utilization of the delivered data is not possible which may result in defects in the quality of the final product. Any additional efforts resulting therefrom will be charged based on actual efforts required. The publisher's liability shall be limited to errors caused by the publisher's negligence.

14 Print/publication ready

Only in cases where we created the advertisement (charged separately) based on provided artwork that may be reproduced, the advertiser will receive a proof prior to printing indicating the deadline until which corrections may be accepted. If the publisher does not receive any response within the deadline, the publisher may assume that the advertisement is "print ready." Corrections that deviate from the proof and

require revisions will only be accepted if sufficient time remains to make the changes and if the advertiser bears the costs.

15 Print/data material

The customer shall be responsible for the timely delivery of the material to be printed or attached. Unless explicitly agreed, the publisher is not obligated to keep and/or return the delivered print and data material.

16 Change of rates

The rates are subject to change; changes become effective for all advertisers at the same time. However, the advertiser has the right to cancel the agreement within 2 weeks after the receipt of a written notice pertaining to the new rates. In this case, the advertiser is only entitled to the discount applicable to the actual volume accepted according to the discount schedule.

17 Legal venue

The legal venue is the court that has jurisdiction at the business location of the company that entered into the advertising agreement. In this case, the legal venue is Baar. The Advertising Terms and Conditions shall be effective as of January 1st, 2012.