

Auszug Taschenplaner

Preise und Konditionen 2019

Aussenwerbung – Innovativ. Digital. Bewährt.



Das APG|SGA Preissystem nach SPR+ MobNat

Plakat-Kontaktwerte

SPR+ bietet transparente Kontaktwerte – auf jede einzelne Fläche genau. Der individuelle SPR+ Plakat-Kontaktwert ist deshalb der entscheidende Faktor für die Preisfestlegung der analogen Strassen- und Bahnhofflächen. Um diesen Wert zu erheben, werden die Personen-Passagen pro Plakat erfasst und mit folgenden Sichtbarkeitsfaktoren gewichtet:

- Durchgangswinkel
- Passagegeschwindigkeit
- Tageszeit
- Häufung (Anzahl Flächen pro Plakatstelle)
- Wechsler (Anzahl Sujets)

SPR+ MobNat verfügt über ein nationales Mobilitätsmodell inklusive Personenfrequenzen für jeden Strassenabschnitt der Schweiz. Berücksichtigt wird, wie viele Personen in der Schweiz leben, wer sie sind, wo sie wohnen und arbeiten und wie viele von ihnen wann, wo und zu welchem Zweck unterwegs sind. Diese Mobilität der Schweizer Bevölkerung wird in Beziehung gesetzt zu sämtlichen Plakatflächen der Schweiz.

Aus praktischen Gründen hat die APG|SGA bestimmte Kontakt-Bandbreiten in sechs Flächenkategorien zusammengefasst:

Kontaktkategorien

| Gewichtete Plakatkontakte pro Woche | APG SGA Preiskategorie | Anteil am Flächen-Gesamtangebot |
|-------------------------------------|------------------------|---------------------------------|
| >240 000 | Prime | 2% |
| 160 001–240 000 | 1 | 4% |
| 95 001–160 000 | 2 | 14% |
| 45 001–95 000 | 3 | 35% |
| 20 001–45 000 | 4 | 26% |
| <=20 000 | 5 | 19% |

Weitere Faktoren der Preisbestimmung

Zusätzlich zur SPR+ MobNat Leistungsbasis kommen preisbestimmend für jede Plakatfläche drei weitere Faktoren hinzu.

Der Nachfragefaktor unterscheidet die Nachfrage in den 9 grössten Kernstädten von den übrigen Zielgebieten. Zudem wird die effektive Nachfrage pro Fläche zur Preisbestimmung berücksichtigt.

Der Formatfaktor trägt der Grösse der Werbefläche Rechnung und differenziert zwischen dem 2 Quadratmeter Hochformat F200, dem 3 Quadratmeter Breitformat F12 und dem 7 Quadratmeter Grossformat F24.

Der Aufmerksamkeitsfaktor spiegelt die Qualität der Flächenpräsentation mit der Unterscheidung Rollingstar-, hinter-/angeleuchtete Flächen und Normalplakate.

Einkaufszentren, Parkings

Für Plakatflächen in Einkaufszentren und Parkings liegen noch keine individuellen SPR+ Plakat-Kontaktwerte vor. Die dort installierten Flächen werden aufgrund von Format, Frequenz und Standortmerkmalen einzeln bewertet, abgestuft nach Objektklassen (Preise siehe Seite 103).

Die Plakatwährung: SPR+ MobNat

Die Swiss Poster Research Plus AG ist das wissenschaftliche, neutrale, transparente Schweizer Forschungsinstitut für Out of Home Media und Mobilität. Sie untersucht die Mobilität der Schweizer Bevölkerung und setzt diese in Beziehung zu einzelnen Plakatflächen. So wird unter anderem gemessen, wie viele nach Sichtbarkeit gewichtete Kontakte eine Fläche generiert. Auf Basis der ausgewiesenen Kontaktwerte ist es möglich, die Leistung einer Plakatkampagne bereits im Vorfeld zu beurteilen und so das Budget optimal einzusetzen.

2016 wurde eine Nacherhebung zur bestehenden Studie SPR+ durchgeführt, welche SPR+ MobNat heisst: **Mobilitätsnacherhebung und Nationales Modell**. Sie liefert aktualisierte, detaillierte Leistungswerte für alle Strassen- und Bahnhofflächen in der ganzen Schweiz und belegt damit die Stärken der Aussenwerbung.

Die Vorteile von SPR+ MobNat sind:

Vollständige Leistungswerte: SPR+ MobNat liefert einen komplett aktualisierten Leistungsnachweis für Plakate in der ganzen Schweiz – erstmals auch für Gemeinden ausserhalb der Agglomerationen. Zudem werden mit der sogenannten Interagglomerationsmobilität auch Plakatkontakte von Personen berücksichtigt, die zwischen den Agglomerationen pendeln.

Flexible Zielgebietswahl: Neben dem Leistungsnachweis auf nationaler Ebene bietet SPR+ MobNat gerade auch für Lokalkunden die Möglichkeit zur individuellen Zielgebiets-Definition, also für Leistungsnachweise von Plakatkampagnen in frei gewählten Gemeinde-Konstellationen oder entlang von Einzugsgebieten und Filialstandorten.

Intermedia-Vergleiche: Durch die Aktualisierung der Daten und die konsequente Gewichtung der Sichtbarkeitsfaktoren weist SPR+ MobNat harte Leistungswerte aus, die im strategischen Intermedia-Vergleich genutzt werden können. Seit der Integration von SPR+ MobNat in die Intermedia Studie MA Strategy Consumer ist neu auch der Nachweis von Plakat-Reichweiten und Affinitäten für spezifische Zielgruppen möglich. So erhalten Agenturen und Kunden ein realistisches Abbild und ein nützliches Instrument für den Intermedia-Vergleich.

Weitere Details zur Plakatleistungs-Bewertung:
www.spr-plus.ch

Weitere Details zur MA Strategy:
www.wemf.ch/de/medienstudien/ma-strategy



Cityformat F200 (Strasse, Bahnhof)

Preise in CHF, pro Fläche, brutto

| Preis- kategorie | F200 / F200E | | | F200L / F200LR | | |
|--|--------------|---------|---------|----------------|---------|---------|
| | 7 Tage | 14 Tage | 21 Tage | 7 Tage | 14 Tage | 21 Tage |
| Zürich, Basel, Genève, Bern, Lausanne, Winterthur, St. Gallen, Luzern, Biel/Bienne | | | | | | |
| 1 | 665 | 1 190 | 1 717 | 832 | 1 474 | 2 114 |
| 2 | 501 | 861 | 1 221 | 626 | 1 058 | 1 493 |
| 3 | 372 | 604 | 834 | 466 | 738 | 1 010 |
| 4 | 288 | 435 | 587 | 362 | 529 | 698 |
| 5 | 243 | 346 | 447 | 302 | 414 | 526 |
| Prime | 851 | 1 558 | 2 269 | 1 061 | 1 932 | 2 803 |
| Übrige Städte und Gemeinden inkl. Touristik | | | | | | |
| 1 | 505 | 902 | 1 300 | 631 | 1 117 | 1 602 |
| 2 | 379 | 651 | 923 | 475 | 801 | 1 131 |
| 3 | 281 | 458 | 632 | 353 | 557 | 765 |
| 4 | 220 | 333 | 442 | 273 | 401 | 529 |
| 5 | 182 | 261 | 340 | 231 | 313 | 398 |
| Prime | 644 | 1 180 | 1 719 | 804 | 1 464 | 2 124 |

Flächenpreise

Strasse und Bahnhof: Preise basierend auf den SPR+ MobNat-Leistungswerten, Zielgebiet Universum, Grundgesamtheit Wohnbevölkerung 15+



Breitformat F12 (Strasse, Bahnhof)

Preise in CHF, pro Fläche, brutto

| Preis- kategorie | F12/F12E | | | F12L/F12LR | | |
|--|----------|---------|---------|------------|---------|---------|
| | 7 Tage | 14 Tage | 21 Tage | 7 Tage | 14 Tage | 21 Tage |
| Zürich, Basel, Genève, Bern, Lausanne, Winterthur, St. Gallen, Luzern, Biel/Bienne | | | | | | |
| 1 | 741 | 1 350 | 1 958 | 924 | 1 662 | 2 400 |
| 2 | 555 | 982 | 1 406 | 694 | 1 201 | 1 708 |
| 3 | 412 | 694 | 978 | 516 | 846 | 1 172 |
| 4 | 322 | 511 | 701 | 401 | 615 | 827 |
| 5 | 269 | 408 | 547 | 339 | 487 | 636 |
| Prime | 943 | 1 759 | 2 571 | 1 179 | 2 173 | 3 166 |
| Übrige Städte und Gemeinden inkl. Touristik | | | | | | |
| 1 | 559 | 1 022 | 1 484 | 701 | 1 260 | 1 816 |
| 2 | 420 | 744 | 1 064 | 526 | 910 | 1 294 |
| 3 | 311 | 526 | 741 | 391 | 640 | 888 |
| 4 | 244 | 387 | 531 | 302 | 467 | 627 |
| 5 | 206 | 308 | 414 | 256 | 369 | 483 |
| Prime | 717 | 1 331 | 1 947 | 894 | 1 647 | 2 399 |

Flächenpreise

Strasse und Bahnhof: Preise basierend auf den SPR+ MobNat-Leistungswerten, Zielgebiet Universum, Grundgesamtheit Wohnbevölkerung 15+

Digital

City eBoard und Rail eBoard > Seite 111



Grossformat F24 (Strasse, Bahnhof)

Preise in CHF, pro Fläche, brutto

| Preis- kategorie | F24 | | | F24E | | |
|---------------------|--------|---------|---------|--------|---------|---------|
| | 7 Tage | 14 Tage | 21 Tage | 7 Tage | 14 Tage | 21 Tage |

Zürich, Basel, Genève, Bern, Lausanne, Winterthur, St. Gallen, Luzern, Biel/Bienne

| | | | | | | |
|---|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 1 | 1 331 | 2 447 | 3 564 | 1 598 | 2 898 | 4 199 |
| 2 | 1 001 | 1 786 | 2 570 | 1 200 | 2 104 | 3 006 |
| 3 | 744 | 1 271 | 1 798 | 892 | 1 487 | 2 078 |
| 4 | 579 | 938 | 1 300 | 691 | 1 088 | 1 484 |
| 5 | 486 | 756 | 1 025 | 585 | 868 | 1 152 |

| | | | | | | |
|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Prime | 1 699 | 3 184 | 4 668 | 2 040 | 3 782 | 5 523 |
|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|

Übrige Städte und Gemeinden inkl. Touristik

| | | | | | | |
|---|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 1 | 1 009 | 1 854 | 2 699 | 1 211 | 2 195 | 3 181 |
| 2 | 758 | 1 353 | 1 946 | 909 | 1 594 | 2 278 |
| 3 | 561 | 963 | 1 363 | 674 | 1 126 | 1 574 |
| 4 | 436 | 713 | 987 | 525 | 823 | 1 124 |
| 5 | 368 | 571 | 776 | 440 | 656 | 873 |

| | | | | | | |
|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Prime | 1 287 | 2 412 | 3 536 | 1 545 | 2 865 | 4 184 |
|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|

Flächenpreise

Strasse und Bahnhof: Preise basierend auf den SPR+ MobNat-Leistungswerten, Zielgebiet Universum, Grundgesamtheit Wohnbevölkerung 15+



Mobility F4

Preise in CHF, pro Fläche, brutto

| Preiskategorie | 7 Tage | 14 Tage |
|----------------|--------|---------|
| 1 | – | – |
| 2 | 73.50 | 110.50 |
| 3 | 58.50 | 87.00 |
| 4 | 53.50 | 79.00 |
| 5 | – | – |
| 6 | 48.50 | 71.50 |
| 7 | 43.00 | 64.00 |
| 8 | 47.50 | 70.00 |
| 9 | 38.50 | 54.00 |

Flächenpreise

- Gemäss Mietpreiskategorien (MPK)
- Ausnahmen aufgrund von Vorgaben aus dem Konzessionsvertrag:
Zürich MPK 8 statt MPK 1
Bern MPK 9 statt MPK 3

MPK Gemeinde (Mobility F4)

| | |
|---|---|
| 1 | – |
| 2 | Basel, Genève |
| 3 | Lausanne |
| 4 | Winterthur, St. Gallen, Luzern, Biel/Bienne |
| 5 | – |
| 6 | Gemeinden mit 10 000–40 000 Einwohnern |
| 7 | Alle übrigen |
| 8 | Zürich |
| 9 | Bern |

City Lokal F4

Preise in CHF, pro Fläche, brutto

| Preiskategorie | 7 Tage | 14 Tage |
|----------------|--------|---------|
| 1 | 156.50 | 293.50 |
| 2 | 145.50 | 269.50 |
| 3 | 133.50 | 246.50 |
| 4 | 123.00 | 223.00 |
| 5 | 111.50 | 200.00 |
| 6 | 101.00 | 178.00 |
| 7 | 87.00 | 153.00 |
| 8 | 68.50 | 115.50 |
| 9 | 57.50 | 91.50 |
| 10 | 43.00 | 64.00 |

Flächenpreise

Einzelflächenbewertung aufgrund der Standortqualität

Angebote

Individuell nach Stadt/Gemeinde

Shoppingcenter, Parking¹

Preise in CHF, pro Fläche, brutto

| Preis-kategorie | Objektklasse | 7 Tage | 14 Tage | 21 Tage | 1 Jahr |
|-----------------|--------------|--------|---------|---------|--------|
| F200/F200E | | | | | |
| 1 | A | 281 | 458 | 632 | 9000 |
| 2 | A B | 220 | 333 | 442 | 6000 |
| 3 | A B C | 182 | 261 | 340 | 4700 |
| F200L | | | | | |
| 1 | A | 353 | 557 | 765 | 11 000 |
| 2 | A B | 273 | 401 | 529 | 7 200 |
| 3 | A B C | 231 | 313 | 398 | 5 600 |

| | | | | | |
|----------|-------|-----|-----|-----|--------|
| F12/F12E | | | | | |
| 1 | A | 311 | 526 | 741 | 10 000 |
| 2 | A B | 244 | 387 | 531 | 6 900 |
| 3 | A B C | 206 | 308 | 414 | 5 500 |

| | | | | | |
|------|-------|-----|-----|-----|--------|
| F12L | | | | | |
| 1 | A | 391 | 640 | 888 | 13 000 |
| 2 | A B | 302 | 467 | 627 | 8 400 |
| 3 | A B C | 256 | 369 | 483 | 6 600 |

Flächenpreise

Einzelflächenbewertung aufgrund von Frequenz und Standortmerkmalen, abgestuft nach Objektclassen

¹ Gültig für alle Flächen im Shoppingcenter- und Parking-Bereich. Für Flächen im Strassen- und Bahnhofbereich gelten die Tarife auf Basis der SPR+ MobNat-Leistungswerte.

Digital

Shopping ePanel > Seite 106–109

Einzelflächen analog

Schwimmbad

Preise in CHF, pro Fläche, brutto

| Preis- kategorie | Objekt- klasse | Saison ¹ F200 | F12 | F4 |
|---------------------|-------------------|-----------------------------|-------|-----|
| 1 | A | 1 576 | 1 576 | 971 |
| 2 | A B | 1 270 | 1 270 | 772 |
| 3 | A B C | 1 026 | 1 026 | 529 |
| 4 | A B C | – | 813 | 269 |

Flächenpreise

Einzelflächenbewertung aufgrund der Frequenz, abgestuft nach Objektklassen

Frequenzen

Unterteilung der Schwimmbäder aufgrund der

Anzahl Eintritte pro Saison:

A = 150 000+

B = 50 000+

C = 50 000–

¹ Hallenbad: Saisondauer 1 Jahr

Messen

Flächenpreise

Einzelflächenbewertung aufgrund der Standortqualität, Angebote und Preise auf Anfrage

Digital

Event ePanel > Seite 110

Rabatte analoges und digitales Angebot

**Richtig bestellen – Kosten sparen:
Profitieren Sie von unseren Rabatten.**
Unterschiedliche Bestellungsarten ermöglichen Ihnen, Ihren Einkauf sowohl qualitativ als auch preislich zu optimieren. Die einzelnen Rabattarten sind nicht miteinander kumulierbar.

Unsere Preise verstehen sich wie folgt:

Preisangabe brutto

– Rabatt (KSR, Last-minute, JURA/Konzernrabatt)

= **Netto**

– Beraterkommission (BK)

+ Dienstleistungen

= **Netto/netto**

+ MwSt.

= **Fakturabetrag**

Beraterkommission (BK)

Agenturen erhalten 5% Beraterkommission auf den Nettopreis (siehe Reglement Beraterkommission).

www.apgsa.ch/agb

Kampagnen-Staffel-Rabatt (KSR)

Der KSR wird für homogene, produktbezogene Kampagnen mit einer Laufzeit von maximal 10 Wochen gewährt.

KSR analog/BK Strasse, Bahnhof, Shoppingcenter, Touristik¹

| Aushangwert in CHF brutto | KSR in % | Werbudget in CHF netto | BK in % | Kosten total in CHF netto/netto |
|---------------------------------|-------------|------------------------------|------------|---------------------------------------|
| 2 000 000 | 46 | 1 080 000 | 5 | 1 026 000 |
| 1 200 000 | 42 | 696 000 | 5 | 661 200 |
| 800 000 | 39 | 488 000 | 5 | 463 600 |
| 460 000 | 28 | 331 200 | 5 | 314 640 |
| 250 000 | 18 | 205 000 | 5 | 194 750 |

KSR digital/BK Strasse, Bahnhof, Shoppingcenter, Event

| Aushangwert in CHF brutto | KSR in % | Werbudget in CHF netto | BK in % | Kosten total in CHF netto/netto |
|---------------------------------|-------------|------------------------------|------------|---------------------------------------|
| 150 000 | 23 | 115 500 | 5 | 109 725 |
| 100 000 | 18 | 82 000 | 5 | 77 900 |
| 50 000 | 13 | 43 500 | 5 | 41 325 |

KSR digital plus/BK Strasse, Bahnhof, Shoppingcenter, Event

| Aushangwert in CHF brutto | KSR in % | Werbudget in CHF netto | BK in % | Kosten total in CHF netto/netto |
|---------------------------------|-------------|------------------------------|------------|---------------------------------------|
| 150 000 | 33 | 100 500 | 5 | 95 475 |
| 100 000 | 28 | 72 000 | 5 | 68 400 |
| 50 000 | 23 | 38 500 | 5 | 36 575 |

Der KSR digital plus (+10% auf die digitalen Produkte) wird gewährt, wenn in einer Kampagne je eine Stufe KSR analog und eine Stufe KSR digital erreicht wird.

¹ Ausgenommen Premium Branding und F4

Last minute Rabatt

Ausgewählte, analoge Einzeladressen, ab *Liste freier Flächen*, Rabatt 20%, ab 5 Wochen vor Aushangbeginn.

Jahresumsatzrabatt (JURA/Konzernrabatt)

Sie haben die Möglichkeit, von einem Jahresumsatz- bzw. Konzernrabatt¹ zu profitieren. Die Rabatthöhe bemisst sich nach dem Umfang des gesamten, im Vorjahr bei APG|SGA getätigten Nettoumsatzes der analogen Standardformate F200, F12, F400, F24 und F4 sowie der digitalen Produkte City ePanel, City eBoard, Rail ePanel, Rail eBoard, Shopping ePanel, Escalator ePanel und Event ePanel. Ebenfalls kann eine Vereinbarung aufgrund des für das laufende Jahr vorgesehenen Budgets abgeschlossen werden. Der Rabatt ist nicht kumulierbar. Empfänger sind entweder Einzelkunden (eine Rechnungsadresse) oder Konzerne (mehrere Rechnungsadressen).

| Werbebudget in CHF, netto | JURA in % | BK in % |
|------------------------------|-----------|---------|
| 5 000 000 | 35 | 5 |
| 3 500 000 | 30 | 5 |
| 1 400 000 | 25 | 5 |
| 1 100 000 | 22.5 | 5 |
| 825 000 | 20 | 5 |
| 550 000 | 17.5 | 5 |
| 275 000 | 15 | 5 |
| 100 000 | 12.5 | 5 |
| 10 000 | 10 | 5 |

¹ Ausgenommen Premium Branding, F4, Messen und Ausstellungen, Jahresverträge, Saisonbuchungen und langfristige Aufträge

Carline und Profitline

Aushangqualität zu Top-Konditionen – unsere Budgetlinie. Angebotsbeschreibung: Seite 35.

Spezialaktionen

Beachten Sie die aktuellen Angebote und Promotionen auf unserer Website:

www.apgsga.ch/specials

Politische Plakatierung

Pauschal 25% für Politik und 5% Beraterkommission (nicht mit anderen Rabatten kumulierbar). Ausgenommen Premium Branding und F4.

www.apgsga.ch/wahlen

ZEWO Rabatt

Gemeinnützige Institutionen/Organisationen mit dem ZEWO-Label erhalten auf alle Buchungen einen Rabatt von 50% (inkl. Beraterkommission). Ausgenommen: Premium Branding, Spezialaktionen, F4-Produkte, langfristige Aufträge/Verträge, Lokaldispo-Produkte.

Zu beachten

Für Angebote der Segmentmarken gelten separate Konditionen.
> ab Seite 124

Dienstleistungen

| Angebot | | Kosten |
|--|---|---|
| APG SGA WebGIS | Visualisierung der Aussenwerbekampagne auf einer interaktiven Karte | inbegriffen |
| APG SGA OoH Targeting | Plakatkampagnen nach Point of Interest (POI) planen und Flächen im gewünschten Umfeld selektionieren | inbegriffen |
| APG SGA PosterDirect | Online-Buchungstool für Aussenwerbung | gratis |
| APG SGA PosterPerformance Index PPI ¹ | Posttest für nationale Plakatkampagnen. Umfrage zu Erinnerung, Markenzuordnung und Gefallen Plakatkampagnen ab CHF 250 000 netto Integration von Zusatzfragen | pauschal CHF 5 500 inbegriffen nach Aufwand |
| Aushangnachweis Plakat | Adressliste der Standorte aller ausgehängten Plakate | inbegriffen |
| Ausstrahlungsnachweis digitale Werbeträger | Anzahl Ausstrahlungen pro gebuchten Standort | inbegriffen |
| Expressline | Zuschlag für schweizweite Plakatierungen innert fünf Arbeitstagen | CHF 22 550 |
| Fotodokumentation digitale Werbeträger | Fotos des Aushangs in den Big5 Cities Kampagne ausserhalb Big5 Cities Kampagne ab CHF 45 000 netto Big5 Cities | CHF 25/Foto nicht möglich auf Anfrage |
| Fotodokumentation Plakat | Fotos des Plakataushangs in den Big5 Cities Fotos des Plakataushangs in anderen Gebieten Plakatkampagnen ab CHF 250 000 netto | CHF 25/Foto nach Aufwand auf Anfrage |
| Kampagnentour | Persönliche Besichtigung der Kampagne mit APG SGA Mitarbeitenden | inbegriffen |
| Mehraufwand administrativ | Nachträgliche Rechnungskorrekturen auf Kundenwunsch | pauschal CHF 30/ Mutation |
| Poster of the Month | Schweizer Online-Plakatwettbewerb. Hier entscheidet das kritische Auge des Konsumenten, welches Plakat zum Poster of the Month gewählt wird. | gratis |
| Produktion digitale Werbemittel | Angebot Spotproduktion über unseren Partner | CHF 190 bis 490 |
| Spezialumsetzungen | Ganzheitlicher Zusatzservice, Kosten additiv zum Mediapreis | nach Aufwand |
| Strategie und Konzept | Markt- und Zielgruppenanalyse aufgrund des Briefings Rückerstattung der Kosten ab Buchungen über CHF 50 000 | CHF 220/Stunde |
| Swiss Poster Award | Der bedeutendste Plakatwettbewerb der Schweiz. Er unterstreicht die Bedeutung des Plakats im Intermediawettbewerb und honoriert die hohe Qualität der gestalterischen Arbeit. | gratis |
| Synchronschaltung eBoard/ePanel | Gleichzeitige Ausstrahlung von Spots auf gebuchten eBoards und ePanels | CHF 300/Bahnhof |

¹ Programm: siehe www.apgsga.ch/ppi

Tools

Eine Vielzahl von Tools erleichtert die Planung und Abwicklung Ihrer Kampagnen. Übersicht Seite 146.

Zusatzangebote Aushang

Preise in CHF, pro Fläche, netto

| Angebot | F200 | F200L | F200LR | F12 | F12L | F12LR | F400LT | F24 | F4 |
|---|------|-------|--------|-----|------|-------|--------|-----|-----|
| Sujetwechsel innerhalb Takt | 40 | 40 | 40 | 60 | 60 | 60 | 80 | 120 | 20 |
| Sujetwechsel ausserhalb Takt ¹ | 160 | 160 | – | 180 | 180 | – | 180 | 240 | 140 |
| Tekturen innerhalb Takt | 20 | – | – | 20 | – | – | – | 20 | 20 |
| Tekturen ausserhalb Takt | 140 | – | – | 140 | – | – | – | 140 | 140 |
| Unterlagebogen | 40 | – | – | 60 | – | – | – | 120 | 20 |

Temporäres Trägermaterial

Preise in CHF, pro Träger, netto²

| Mietdauer | 1–3 Träger F4 | F200 ³ | F12 ³ | Ab 4 Trägern F4 | F200 ³ | F12 ³ |
|-----------|------------------|-------------------|------------------|--------------------|-------------------|------------------|
| 1 Woche | 300 | 400 | 520 | 230 | 320 | 430 |
| 2 Wochen | 400 | 500 | 640 | 310 | 400 | 530 |
| 3 Wochen | 500 | 600 | 760 | 390 | 480 | 630 |
| 4 Wochen | 600 | 700 | 880 | 470 | 560 | 730 |
| 5 Wochen | 700 | 800 | 1 000 | 550 | 640 | 830 |

¹ Auf Anfrage, im Rahmen der betrieblichen Möglichkeiten, Preise gleich wie für Nachkleben bei zu spät gelieferten Plakaten

² Full Service: Plakatträger beklebt, geliefert und abgeholt (keine Beraterkommission)

³ Ab einem Radius von 25 km ab APGJSGA Auslieferungsbetrieb erfolgt für die Formate F200 und F12 folgender Zuschlag: CHF 2.00 pro gefahrenem Kilometer ab APGJSGA Auslieferungsbetrieb
CHF 120.00 pro geleisteter Arbeitsstunde pro Mitarbeiter