

Allgemeine Geschäftsbedingungen Digital Out of Home

Stand: Oktober 2014

1. Definitionen

1.1

Screens: Elektronische Screens (beinhaltet alle dafür notwendigen Hard- und Softwareinstallationen), die von einem Medienpartner in ganz Österreich installiert und betrieben werden.

1.2

Screen-Netzwerk: Alle Screens, die von einem Medienpartner angeboten werden.

1.3

Screen-Package: Zusammenstellung von einzelnen Screens oder Screen-Netzwerken anhand von vordefinierten und dem Kunden bekannt gegebenen Auswahlkriterien (zB Standort, Zielgruppe).

1.4

Digitaler Werberaum: Die gesamte für Werbung nutzbare Sendezeit auf den Screens, die während den Betriebszeiten bereit steht. Dazu gehören auch redaktionelle Inhalte, Sponsorings und Ähnliches. Ergänzt werden kann dieser digitale Werberaum, nach Rücksprache mit und Genehmigung durch den Medienpartner, auch durch für Werbung verfügbare Flächen im nahen Umkreis des Screen z.B. ergänzende Marketingkampagnen wie Promotions, Samplings- und Bemusterungsaktionen.

1.5

Medienpartner: Screen-Anbieter, deren Medien von Goldbach Media vermarktet oder vermittelt werden. Liste der aktuellen Medienpartner siehe Website (www.goldbachmedia.com/de-at/medien/digital-out-of-home/unsere-partner).

1.6

Media-Agenturen: Werbe- oder Mediaagenturen, die im Auftrag einer werbenden Firma/Organisation/Person Werbekampagnen plant und/oder ausführt.

1.7

Werbeauftraggeber: Alle Personen/Firmen/Organisationen die Aufträge erteilen für die Publikation von Werbung auf den Screens.

1.8

Plays: Anzahl der Ausstrahlungen der Werbemittel auf den digitalen Werbeflächen.

1.9

Sendezeit: Summe der Plays mal die Ausstrahlungsdauer je Werbemittel.

1.10

Promotions: Zeitlich befristete Aktivitäten zur Verkaufsförderung mit Aktionscharakter zur Aktivierung der Werbeauftraggeber.

2. Allgemeine Bestimmungen, Vertragspartner**2.1**

Goldbach Media Austria GmbH (in Folge kurz „Goldbach Media“ oder „GBM“) vermarktet Werberaum auf Screens, die von den Medienpartnern betrieben werden. Der Vertrag über die Ausführung des Werbeauftrages kommt durch Vermittlung von GBM direkt zwischen dem Werbeauftraggeber und den Medienpartnern auf Basis dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen zustande. GBM handelt hierbei als direkter Stellvertreter des Medienpartners. Die in diesen Bedingungen GBM zugewiesenen Aufgaben, Rechte und Pflichten werden ebenfalls im Namen und auf Rechnung des jeweiligen Medienpartners ausgeführt und wahrgenommen.

2.2

Gegenstand dieser allgemeinen Geschäftsbedingungen (in Folge kurz „AGB“) sind Rahmenbedingungen zur Planung, Buchung und Schaltung von Werbung im Werberaum.

2.3

Für Verträge über die Schaltung von Werbung im Werberaum der Screens gelten ausschließlich diese allgemeinen Geschäftsbedingungen. Abweichende Bedingungen des Werbeauftraggebers, die GBM nicht ausdrücklich schriftlich anerkennt, sind unverbindlich, auch wenn sie im Auftragschreiben des Werbeauftraggebers genannt sind.

2.4

Eine Untervermietung oder jede sonstige Weitergabe der gebuchten Werbeflächen an Dritte ist nur mit vorheriger schriftlicher Zustimmung der GBM möglich. Ändert sich der Werbeauftraggeber, so ist dies bis sieben Tage vor Ausstrahlung bekannt zu geben, widrigenfalls GBM zum Vertragsrücktritt berechtigt ist. Ein möglicher Neuabschluss des Vertrags und der Preise bleibt GBM vorbehalten.

2.5

Angebote sind bis zur schriftlichen Auftragsbestätigung durch GBM unverbindlich.

3. Auftrag und Buchungen**3.1**

Zwischen Auftrags- und Vorführungstermin müssen mindestens zehn Arbeitstage liegen. Die vorführfertigen Daten sind mindestens zehn Arbeitstage vor Schaltbeginn, mit den erforderlichen technischen Merkmalen zu übermitteln. Die Herstellung dieser Daten obliegt dem Werbeauftraggeber.

Werden die Daten nicht rechtzeitig beigestellt, so entbindet das den Werbeauftraggeber nicht von der Zahlungsverpflichtung.

3.2

Die für den Auftrag geplanten Programmtermine werden an den Werbeauftraggeber mit der Auftragsbestätigung übermittelt. Sollten diese Termine erheblich von den Buchungswünschen des Werbeauftraggebers abweichen, ist der Werbeauftraggeber zum Rücktritt vom Vertrag berechtigt.

3.3

Die minimale Spotlänge ist je nach Medium unterschiedlich und dem jeweiligen Produktblatt zu entnehmen.

3.4

Bei Buchung von Screen-Packages ist GBM berechtigt, die einzelnen Screens oder Screen-Netzwerke zu selektieren und zu optimieren, um die Kampagne optimal abzubilden.

3.5

Ein Konkurrenzausschluss von Mitbewerbern wird nicht gewährt.

4. Werbeinhalte

4.1

Die digitalen Werbeflächen sowie der gesamte Werberaum stehen für wahrheitsgemäße Ankündigungen wirtschaftlicher Art zur Verfügung. Informationen müssen den guten Geschmack und alle auf die Werbung Bezug habenden gesetzlichen Bestimmungen wahren sowie das Gesetz gegen unlauteren Wettbewerb und das Medienstrafrecht einhalten. GBM und die jeweiligen Medienpartner haften nicht im Falle eines Verstoßes der Werbeinhalte gegen gesetzliche oder sonstige Vorschriften. Die dargestellten Informationen dürfen insbesondere nicht irreführen oder den Interessen der Verbraucher schaden.

4.2

GBM ist gegenüber dem Werbeauftraggeber nicht verpflichtet, die rechtliche Zulässigkeit des Inhalts der Werbung zu prüfen. Der Werbeauftraggeber ist verpflichtet, besondere Kennzeichnungs- oder Hinweispflichten zu deklarieren.

4.3

Die Anfrage und der Auftrag eines Werbeauftraggebers wird von GBM innerhalb einer Frist von fünf Arbeitstagen geprüft und kann von GBM in dieser Zeit ohne Angabe von Gründen abgelehnt werden. Auch bei angenommenen Aufträgen behält sich GBM vor, Werbungen zurückzuweisen, sofern diese gegen Bestimmungen der AGB oder gegen ein Gesetz verstoßen.

4.4

Insbesondere folgende Werbung wird nicht ausgespielt:

Werbung, die Diskriminierungen nach Religion, Geschlecht, Rasse, Alter, Behinderung oder Nationalität enthält oder Verhaltensweisen fördert, die Gesundheit, Sicherheit oder Umwelt gefährden.

Werbung unter der Wahrnehmungsgrenze und Werbung, die an den Aberglauben appelliert oder die Menschenwürde oder Grundrechte anderer verletzt, sowie Werbung, die gegen Gesetze verstößt oder rechtswidriges Verhalten gutheißt oder fördert.

Werbung, die religiöse oder politische Grundsätze verletzt oder gegen das Wiederbetätigungsgesetz verstößt.

Werbung, die gegen den Anstand verstößt oder Gewalt verharmlost, wie beispielsweise Kriegsspielzeug, gewalttätige oder -verharmlosende PC-Spiele oder Ähnliches.

Werbung für den Ankauf von Gold, privaten Geldverleih, Teleshopping oder Heiratsanzeigen.

Inhalte, die den Umgang mit Alkohol oder Auswirkungen von Alkohol verharmlosen, sowie Alkoholwerbung im Zusammenhang mit Kindern, Jugendlichen oder Kraftfahrern.

Werbung, die Minderjährigen körperlichen oder seelischen Schaden zufügen könnte.

4.5

Spots für intime persönliche Gegenstände bedürfen einer expliziten Freigabe.

4.6

Inhalte über therapeutische Behandlungen, ärztlich verschreibungs- oder verordnungspflichtige Medizinprodukte sowie Inhalte über rezeptpflichtige Arzneimittel können nach den entsprechenden gesetzlichen Bestimmungen und nach Abstimmung mit GBM vorgeführt werden.

4.7

Produkte oder Dienstleistungen wie Glücksspiel oder Bankwesen können besondere gesetzliche Bestimmungen, Beschränkungen und Auflagen bedingen. Es ist die Verantwortung des Werbeauftraggebers, GBM vor Ausstrahlung mitzuteilen, ob und unter welchen Auflagen für diese Produkte oder Dienstleistungen geworben werden kann.

4.8

Werbung muss „FSK ab 0 freigegeben“ entsprechen. Ausnahmen davon sind mit GBM je Screen-Netzwerk abzustimmen.

4.9

Rechtlich erforderliche Hinweise und Angaben werden zur Spotlänge hinzugerechnet und unterliegen der gleichen Preiskalkulation wie die Werbung.

4.10

Das Werbemittel wird im Loop, das ist eine sich wiederholende Programmschleife, ausgespielt. Im Loop können redaktionelle Inhalte des Medienpartners, Werbung, Uhrzeit und sonstige Inhalte enthalten sein. Die Länge des Loops ist bei jedem Medium verschieden und dem Angebot und/oder Produktblatt zu entnehmen bzw. für jedes Teilnetzwerk extra anzufragen.

5. Verantwortlichkeiten der Vertragspartner

5.1

Der Werbeauftraggeber trägt allein die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der Werbung und wird GBM und die Medienpartner gegenüber allen Ansprüchen, die im Zusammenhang mit der betreffenden Werbevorführung gegenüber GBM und dem Medienpartner geltend gemacht werden könnten, schad- und klaglos halten.

5.2

Der Werbeauftraggeber erklärt, über alle Rechte, vor allem Urheber-, Leistungsschutz- und persönlichkeitsrechtliche Einwilligungen und Nebenrechte zur Ausstrahlung und Produktion, insbesondere die Vervielfältigung, öffentlichen Auf- und Vorführung und die Verbreitung betreffend, zu verfügen. Der Werbeauftraggeber hat für anfallende Produktionskosten und die Abgeltung aller Urheber-, Leistungsschutz- und Persönlichkeitsrechte aufzukommen.

5.3

Der Werbeauftraggeber trägt die Verantwortung dafür, dass die von ihm beauftragten Werbefilme hinsichtlich Inhalt, Gestaltung und Personen im Einklang mit den Regeln, die diese Mitwirkenden gegenüber ihren Verbänden oder sonstigen Einrichtungen zu beachten haben, stehen. GBM und die Medienpartner treffen diesbezüglich keine Prüfungspflicht und keine Haftung.

5.4

Die vorgeführte Werbung kann keinen Ton wiedergeben. Zur Steigerung der Aufmerksamkeit der Zielgruppen können im unteren Bereich des Werbespots Inhalte wie Informationen, Nachrichten und Ähnliches eingeblendet werden. Dies wird dem Werbeauftraggeber bis zehn Tage vor der Ausstrahlung mitgeteilt.

5.5

Es besteht kein Anspruch auf einen exakten Programmtermin oder ein redaktionelles Umfeld. Bei Inbetriebnahme weiterer digitaler Werbeflächen, die in die Buchung des jeweiligen Gebietes passen, kann GBM dem Werbeauftraggeber die Auspielung von Werbung an diesen Standorten zu den jeweils gültigen Listenpreisen anbieten.

5.6

Es besteht weiters kein Anspruch auf Informationen zu technischen Details (bspw Verteilung der Spots auf die einzelnen Screens, Auswahl des einzelnen Standorts) der im Screen-Package definierten Einzel-Netzwerke, sofern diese Informationen über die im jeweiligen Screen-Package definierten Arten und Standorte der Screens hinausgehen.

5.7

Die Anzahl der gebuchten Screens kann um bis zu minus zehn Prozent abweichen. Das bedeutet, dass die Ausspielung auf 90% der Screens zugesichert wird. Ausfälle von Screens sowie zu gering ausgelieferte Plays und Sendezeiten unter diesem Prozentsatz werden automatisch über eine Verlängerung der Kampagne oder eine Erhöhung der Plays oder Sendezeiten auf anderen Screens kompensiert. Relevant ist immer die zugesicherte Summe der Anzahl der Sendezeiten im jeweiligen Gesamtnetz.

5.8

Der Werbeauftraggeber nimmt zur Kenntnis, dass GBM bei der Ausspielung von dritten Medienpartnern abhängt und daher eine unterbrechungs- und mängelfreie Schaltung der vereinbarten Werbung nicht garantiert werden kann. Für den Fall einer mangelhaften Schaltung, die den Wert oder die Tauglichkeit der Werbemaßnahme aufhebt oder wesentlich mindert, ist der Kunde zunächst berechtigt, eine ersatzweise Schaltung zu verlangen, sofern der mit der Werbung verfolgte Zweck noch erreichbar ist.

5.9

GBM ist berechtigt, Änderungen bei der Auswahl der Screen-Netzwerke vorzunehmen zur Erreichung der Zielwerte im Rahmen der optimalen Abbildung der gebuchten Kampagne. Bei Screen-Packages nach Umfeldern (zB. BAHNHOF Screens, DOC Screens) gilt als Zielwert die Gesamtanzahl der Plays; bei Screen-Packages nach Audiences (zB. Audience MEN, Audience 20-49) gilt der Tausendkontaktpreis.

5.10

Der Vertragspartner hat Mängel bei der Werbeschaltung innerhalb von sieben Tagen nach Bekanntwerden zu rügen. Dies bei sonstigem Verlust seiner Gewährleistungs- und Schadenersatzrechte.

5.11

Soweit in diesen AGB nicht anderweitig geregelt, haftet GBM für etwaige Schäden nur bei Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit. Weiters ist die Haftung für mittelbare oder Folgeschäden sowie für entgangenen Gewinn ausgeschlossen.

6. Änderungen seitens GBM, Rücktrittsrecht

6.1

In Fällen höherer Gewalt, Störungen des Online- oder Mobilfunkverkehrs, bei Stromausfällen, Bauarbeiten, Wartungsarbeiten, einer betrieblichen Zwangslage, bei Anlässen besonderer Aktualität oder aus technischen Gründen wird die Schaltung wenn möglich einvernehmlich nachgeholt, oder der für die entfallene Schaltung bezahlte Betrag wird rückerstattet. Darüber hinausgehende Ansprüche, insbesondere Schadensersatzansprüche, sind ausgeschlossen.

6.2

Bei Verschiebungen der Ausspielzeiten behält sich GBM vor, vom Auftrag zurückzutreten. Ein solches Vorhaben wird vor dem geplanten Schaltungstermin bekannt gegeben, sofern dies zeitlich möglich ist.

6.3

GBM ist berechtigt, den Vertrag aus wichtigen Gründen mit sofortiger Wirkung aufzulösen. Ein wichtiger Grund liegt insbesondere vor, wenn der Werbeauftraggeber fortgesetzt trotz schriftlicher Abmahnung mit einer Nachfristsetzung von sieben Tagen gegen wesentliche Verpflichtungen aus diesem Vertrag, wie z. B. die Zahlung eines fällig gestellten Betrags oder Mitwirkungspflichten, verstößt.

7. Änderungen seitens des Werbeauftraggebers

7.1

Änderungen des Auftrags und des Einschaltplans durch den Werbeauftraggeber sind bis mindestens zehn Arbeitstage vor dem Tag der geplanten Schaltung möglich. Spätere Änderungen können aus produktionstechnischen Gründen nicht mehr berücksichtigt werden.

7.2

Der Werbeauftraggeber kann bis 6 Wochen vor Start der gebuchten Werbeschaltung vom Vertrag zurücktreten. Tritt der Werbeauftraggeber weniger als sechs Wochen vor Start vom Vertrag zurück, so wird eine Stornogebühre von 100% des vereinbarten Werbevolumens fällig.

8. Preise und Zahlung

8.1

Die angegebenen Preise sind in € (Euro) und verstehen sich exklusive Werbeabgabe und exklusive gesetzlicher Umsatzsteuer. Satz- und Druckfehler sowie Änderungen und Fehler sind vorbehalten.

8.2

Die Gültigkeit der Preise und Angebote beträgt 14 Tage ab Angebotslegung.

8.3

Maßgeblich sind die in der Auftragsbestätigung genannten Preise zuzüglich der bei Rechnungslegung geltenden Werbeabgabe und USt. Die vereinbarte Vergütung wird bei Beginn der Werbemaßnahme in voller Höhe in Rechnung gestellt und ist innerhalb der in der Rechnung gesetzten Frist, in Ermangelung einer solchen Frist binnen 8 Tagen nach Erhalt der Rechnung vom Kunden zu bezahlen. Für die Rechtzeitigkeit der Zahlung ist der Tag des Geldeingangs entscheidend.

8.4

Bei Verträgen mit einer Laufzeit länger als zwölf Monate behält sich GBM Preisanpassungen vor. Diese werden einen Monat vor Wirksamwerden mitgeteilt. Der Werbeauftraggeber ist in diesem Fall zum Rücktritt vom Vertrag berechtigt.

8.5

Die Rechnungslegung und das Inkasso erfolgt durch GBM.

8.6

Der Werbeauftraggeber ist nicht berechtigt, den Forderungen durch GBM Gegenforderungen entgegenzuhalten, es sei denn, diese wurden bereits gerichtlich festgestellt oder wurden von GBM anerkannt.

8.7

Bei erstmaliger Beauftragung sind GBM die UID-Nummer und die Rechnungsanschrift mitzuteilen. Bei Änderungen dieser Angaben ist GBM unverzüglich zu informieren. Eventuell anfallende Vertragsgebühren sind, auch nachträglich, vom Werbeauftraggeber zu entrichten.

8.8

Neue Werbeauftraggeber (Neukunden) für GBM und ausländische Werbeauftraggeber sind verpflichtet, die anfallende Vergütung grundsätzlich im Voraus zu leisten. In diesem Fall ist die Vergütung 7 Tage vor der geplanten Erstausstrahlung der Werbesendung zur Zahlung fällig. Bei Zahlungsverzug ist GBM berechtigt, die Durchführung des Sendeauftrages zu verweigern oder zurückzustellen, ohne dass dadurch ein Ersatzanspruch des Auftraggebers entsteht.

8.9

Soweit der Werbeauftraggeber sog. „Verbundwerbung“ einbuchen möchte, d.h. dass die Werbesendung neben den Marken, Namen, Waren, Dienstleistungen oder sonstigen Tätigkeiten des Auftraggebers noch weitere Marken, Namen, Waren, Dienstleistungen oder sonstige Tätigkeiten eines Dritten beinhaltet, so bedarf dies der vorherigen schriftlichen Zustimmung von GBM. GBM behält sich das Recht vor, bei derartiger Drittintegrationen einen Preisaufschlag auf den geltenden Preis zu verlangen. Dieser Aufschlag wird dem Werbeauftraggeber im Voraus bekannt gegeben. Sofern über eine Drittintegration hinaus weitere Marken, Namen, Waren, Dienstleistungen oder sonstigen Tätigkeiten eines Vierten in die Werbesendung des Auftraggebers integriert werden sollen, erhöhen sich die genannten Preisaufschläge entsprechend der Anzahl der integrierten Parteien.

9. Datenschutz - Zustimmungserklärung

9.1

Der Werbeauftraggeber erklärt sich ausdrücklich damit einverstanden, dass GBM die vom Werbeauftraggeber bekannt gegebenen Daten (Name, Adresse, E-Mail, Kreditkartendaten, Daten für Kontoüberweisung) für Zwecke der Vertragserfüllung und Betreuung des Werbeauftraggebers sowie zur Zusendung von Werbung über sonstige Dienstleistungen der GBM automationsunterstützt ermittelt, speichert und verarbeitet. Der Werbeauftraggeber ist ebenso einverstanden, dass ihm elektronische Post zu den genannten Informationszwecken zugesendet wird. Diese Zustimmung kann der Werbeauftraggeber jederzeit per E-Mail an info@goldbachmedia.at widerrufen.

9.2

Reporting an Focus: Der Auftraggeber stimmt zu, dass GBM den Bruttomediawert des Auftrags lt. Listenpreis an die Media FOCUS Research Ges.m.b.H. berichten kann.

10. Schlussbestimmungen

10.1

Erfüllungsort ist Wien. Es gilt österreichisches Recht. Als ausschließlicher Gerichtsstand wird das für GBM sachlich zuständige Gericht in Wien vereinbart.

10.2

Werbeauftraggeber haben GBM wegen sämtlicher Ansprüche Dritter in Zusammenhang mit einem nach diesen allgemeinen Geschäftsbedingungen erteilten Auftrag schad- und klaglos zu halten. Dazu zählen auch die Kosten der Rechtsverteidigung und sonstige Kosten, die in diesem Zusammenhang anfallen.

10.3

Änderungen und/oder Ergänzungen eines erteilten Auftrags sowie Abweichungen dieser AGB bedürfen der Schriftform. Mündliche Nebenabreden wurden nicht getroffen.

10.4

Sollten einzelne Bestimmungen dieser AGB oder des Vertrags unwirksam oder undurchführbar sein oder werden, so berührt dies die Gültigkeit der übrigen Bestimmungen dieser allgemeinen Geschäftsbedingungen nicht. Unwirksame oder undurchführbare Bestimmungen werden seitens GBM durch neue Bestimmungen ersetzt, die den in den unwirksamen oder undurchführbaren Bestimmungen enthaltenen Regelungen in rechtlich zulässiger Weise gerecht werden. Das gilt auch für Regelungslücken. Die GBM verpflichtet sich zur Behebung der Lücke auf eine Art und Weise, die dem am nächsten kommt, was sie nach Sinn und Zweck des Auftrags bestimmt hätte, wenn der Punkt bedacht worden wäre.

10.5

Fallen gesetzlich vorgeschriebene Vergebühren des Vertrags an, so gehen diese zu Lasten des Werbeauftraggebers. GBM ist berechtigt, diese Gebühren gesondert in Rechnung zu stellen. Die in Rechnung gestellte Gebühr ist in jedem Fall sofort und ohne Abzug nach Rechnungslegung fällig.