

ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN FÜR DIE AUßENWERBUNG

AUSGABE 2020

1. Allgemeines:

Die „Allgemeinen Geschäftsbedingungen“ bilden einen integrierten Bestandteil jeder zwischen Auftraggeber und Ankünder bzw. seinen Tochtergesellschaften (Auftragnehmer) getroffenen Vereinbarung. Mit Auftragserteilung hat der Auftraggeber die „Allgemeinen Geschäftsbedingungen“ zur Kenntnis genommen und akzeptiert.

2. Auftragsbestätigung:

Aufträge werden nur in schriftlicher Form entgegengenommen. Die Annahme oder Ablehnung erfolgt schriftlich. Abänderungen von Aufträgen bedürfen ebenfalls der Schriftform. Der Auftragnehmer behält sich das Recht vor, Aufträge ohne Angabe von Gründen abzulehnen.

3. Werbeflächenbewertung:

Die Medien Plakat, City Light, Poster Light und Rolling-Board wurden nach den Leistungsparametern des Outdoor Server Austria (OSA) bewertet. Diese gemessenen Leistungswerte stellen die durch den Auftragnehmer zu erbringende Leistung in Form von Kontakten dar und schaffen die Grundlage für die Berechnung der Schaltkosten. Der Auftragnehmer garantiert mit der Auftragsbestätigung die zu erfüllenden Kontakte und die daraus resultierenden Preise. Bei der effektiven Anschlagmenge können sich jedoch Veränderungen ergeben.

Zudem werden die Plakattafeln auf Basis dieser Leistungswerte in die Kategorien A+, A, B, C, und D sowie die Medien City Light, Poster Light und Rolling Board in die Kategorien A+, A, B und C eingeteilt. Jede Kategorie wird zu einem unterschiedlichen Preis angeboten.

4. Gewährleistung:

Der Auftragnehmer gewährleistet die ordnungsgemäße und termingerechte Durchführung des Ankündigungsauftrages. Ersatzansprüche und allfällige Mängelrügen können nur während der Buchungsdauer geltend gemacht werden. Die Gewährleistungsfrist ist auf den Durchführungszeitraum beschränkt. Festgestellte Mängel sind unverzüglich nach Lieferung der vereinbarten Leistung und deren Abnahme schriftlich dokumentiert bekanntzugeben. Mängelrügen werden nur anerkannt, wenn sie reproduzierbare Mängel betreffen. Im Falle der Gewährleistung hat Nachbesserung jedenfalls Vorrang vor Preisminderung oder Wandlung. Bei gerechtfertigter Mängelrüge werden die Mängel in angemessener Zeit behoben.

Die Beweislastumkehr gemäß § 924 ABGB ist ausgeschlossen, das Vorliegen des Mangels im Übergabezeitpunkt ist vom Auftraggeber zu beweisen.

5. Haftung und Folgeschäden:

Leistungsstörungen durch höhere Gewalt, wie Naturkatastrophen, außergewöhnliche Witterungseinflüsse wie Stürme-, Kälte- und Regenperioden, Streik oder andere nicht in der Sphäre des Auftragnehmers liegenden Umstände, entbinden den Auftragnehmer von jeder Haftung. Wird durch die genannten Umstände die Leistung unmöglich oder unzumutbar, so wird der Auftragnehmer von der Leistungsverpflichtung unter Aufrechterhaltung des Entgeltanspruchs frei. Der Auftragnehmer wird den Auftraggeber nach Tunlichkeit unverzüglich auf die hier genannten Umstände hinweisen. Die Geltendmachung von Folgeschäden gilt als ausgeschlossen, ausgenommen den Fall vorsätzlicher oder grob fahrlässiger Fehlleistungen durch den Auftragnehmer im Rahmen der gesetzlichen Vorschriften. Dies gilt insbesondere für die Produktions- und Grafikkosten. Eine Haftung für einen bestimmten Werbeerfolg wird ausgeschlossen. Die Haftung für leichte Fahrlässigkeit ist ausgeschlossen. Das Vorliegen von grober Fahrlässigkeit hat der Geschädigte zu beweisen.

6. Betriebsdauer:

Der Auftragnehmer übernimmt keine Gewähr dafür, dass die mit den Ankündigungen versehenen Objekte während der vereinbarten Laufzeit ununterbrochen im Betrieb stehen und dass die Ankündigungen ununterbrochen sichtbar sind. Für eventuell beschädigte oder nicht rechtzeitig ausgetauschte Ankündigungen leistet der Auftragnehmer keinen Ersatz.

Einschränkungen oder Störungen vorübergehender Natur, welcher Art und aus welchem Grund auch immer, berühren den Ankündigungsauftrag nicht und berechtigen den Auftraggeber nicht, einen Teil des Ankündigungsentgeltes zurückzuverlangen bzw. sonstige Ersatzleistungen zu fordern oder eine Schadloshaltung zu verlangen.

7. Umsetzen von Plakaten:

Es ist dem Auftragnehmer gestattet, wegen besserer Ausnutzung der Anschlagflächen bzw. einer Optimierung der Standortqualität, die Standorte zu verändern und Umsetzungen vorzunehmen. Die Versetzung der Ankündigung darf jedoch nicht zu einer Verschlechterung der bestätigten Kontakte führen bzw. muss zumindest in der gleichen oder in einer höherwertigen Kategorie erfolgen, sofern die Versetzung nicht auf Grund von konkreten Problemen, wie Abbau bzw. Umbau der Werbefläche, kurzfristige Einschränkung der Sichtbarkeit etc. erfolgt. In diesem Fall werden nur die effektiv erfüllten Kontaktmengen bzw. Kategorien verrechnet.

8. Ersatzplakate:

Die zum Anschlag, zur Instandhaltung und zum Umsetzen notwendigen Plakate sind dem Auftragnehmer vom Auftraggeber zur Verfügung zu stellen. Bei allfälliger durch Mangel an Plakaten verursachter unvollkommener Plakatierung trägt der Auftragnehmer keine Verantwortung.

9. Laufzeit und Aushangdauer:

Eine Gewährleistung für die Durchführung der Plakatierung an einem bestimmten Tag kann nicht abgegeben werden. Jeder Plakatierungsauftrag wird zu den im jeweils aktuellen Plakatkalender, der integrierter Bestandteil der Allgemeinen Geschäftsbedingungen für Außenwerbung ist, genannten Terminen ausgeführt. Voraussetzung hierfür ist, dass gemäß Punkt 16 die Plakate inklusive einer 15%-igen Überlieferung 10 Arbeitstage vor Aushangbeginn bzw. zeitgerecht entsprechend den vereinbarten Lieferterminen angeliefert werden. Die derzeit übliche Aushangdauer beträgt 2 bis 4 Wochen. Der Auftragnehmer garantiert, dass jedes gebuchte Plakat mindestens die vereinbarte Aushangdauer, dzt. also 2 bis 4 Wochen, im Aushang verbleibt. Die Klebung der Plakate erfolgt ausschließlich durch Mitarbeiter des Auftragnehmers bzw. durch von ihm Beauftragte.

10. Farbveränderungen:

Für Veränderungen von Werbemitteln (analog und digital) in der Farbe infolge Verwendung bestimmter Druckfarben, infolge von Witterungseinflüssen oder anderer technischer Gründe wird seitens des Auftragnehmers keine Haftung übernommen.

11. Behördliche Vorschriften:

Die Verantwortung für Form und Inhalt der Ankündigung sowie für die Beachtung behördlicher Vorschriften trägt allein der Auftraggeber. Der Auftragnehmer ist berechtigt, von einem bereits angenommenen Auftrag zurückzutreten, wenn bei Annahme des Auftrages Form und Inhalt der Ankündigung dem Auftragnehmer unbekannt waren und diese gegen die guten Sitten, behördliche Vorschriften, privatrechtliche Vereinbarungen etc. verstoßen. In einem solchen Fall ist vom Auftraggeber dennoch die volle Auftragssumme zu bezahlen.

12. Ablehnung durch den Österreichischen Werberat:

Der Auftragnehmer behält sich vor, Werbemaßnahmen, die vom Österreichischen Werberat beanstandet wurden, nicht zu affizieren bzw. auszustrahlen (einschließlich des sofortigen Stopps einer bereits laufenden Werbekampagne). Aus diesem Grund ist sowohl die Ablehnung eines Werbeauftrages möglich als auch der Rücktritt von rechtsverbindlich angenommenen Aufträgen. Bei einem solchen Rücktritt des Auftragnehmers ist der Auftraggeber zum Storno gemäß Pkt. 29 mit den dort genannten Rechtsfolgen berechtigt. Die Möglichkeit der Lieferung eines Ersatzwerbemittels entsprechend den Terminen gemäß Pkt. 16 oder den vereinbarten Lieferterminen bleibt unberührt.

13. Beschlagnahme von Plakaten:

Bei Beschlagnahme von Plakaten, aus welchem Grunde auch immer, hat der Auftraggeber die volle Plakatierungsgebühr zu bezahlen. Allfällige Kosten für das Entfernen oder Überkleben der beschlagnahmten Plakate hat der Auftraggeber zu tragen.

14. Ablehnung durch Behörden bzw. Besitzer des Objektes:

Sollte die Anbringung oder das Verbleiben von Ankündigungen durch die zuständige Behörde oder durch die Besitzer des Objektes, aus welchem Grunde immer, abgelehnt bzw. eingestellt werden oder das Verfügungsrecht des Auftragnehmers über das Ankündigungsobjekt aufhören, so erlischt jedes diesbezügliche Übereinkommen. Der Auftraggeber hat keinerlei Recht auf Ersatzansprüche, doch wird ihm in einem solchen Fall - außer bei Beschlagnahme von Werbemitteln - der eventuell vorausbezahlte Teil der Auftragssumme rückvergütet.

15. Konkurrenzausschluss:

Ein Konkurrenzausschluss von Mitbewerbern kann nicht gewährt werden.

16. Plakatlieferung:

Die Lieferung der vereinbarten Zahl von Plakaten und Ersatzplakaten (15 % des Auftragsvolumens) hat 10 Arbeitstage vor Aushangbeginn bzw. zeitgerecht entsprechend den vereinbarten Lieferterminen frei Haus, verzollt und bei größeren Mengen auf Paletten an das Expedit des Auftragnehmers zu erfolgen. Bei verspäteter Lieferung wird die volle Laufzeit berechnet. In diesem Falle kann eine termingerechte und vollständige Auftragserfüllung nicht gewährleistet werden. Eine dadurch bedingte verspätete Klebung hat keine Verlängerung der Laufzeit zur Folge.

17. Wahlen und Volksbefragungen:

Der Auftragnehmer behält sich das Recht vor, bei Abhaltung von Wahlen (zum Gemeinderat, Landtag, Nationalrat etc.) bzw. bei Volksbefragungen oder Ähnlichem, erteilte Aufträge, soweit es unbedingt erforderlich ist, zu reduzieren bzw. zu stornieren, ohne dass hieraus der Auftraggeber Schadenersatzansprüche ableiten könnte.

18. Außerordentliche Kosten:

Kosten für besondere Leistungen, z.B. Verpackungsmaterial, Zoll, Versandkosten, Aufkleben von Streifen, Plakatierungen außerhalb des regelmäßigen Klebeganges, Rücksendungen nicht verbrauchter Plakate etc., hat der Auftraggeber zu tragen.

19. Weitergabe von Werbeflächen:

Eine Untervermietung oder Weitergabe gebuchter Werbeflächen an Dritte ist nicht gestattet.

20. Kollektivplakate:

Für Kollektivplakate (Plakate, die für mehrere Produkte und Marken oder Leistungen mehrerer Unternehmungen werben) kann ein Aufschlag bis zu 200 % verrechnet werden.

21. Plakatformate:

Für Plakate ab dem 14/1 Bg.-Format wird zur genauen Auftragsdurchführung eine Klebeskizze erbeten. Bei Plakatformaten, die nicht den Abmessungen oder Ö-Normen bzw. der Bestellung entsprechen, ist mit einem zusätzlichen Aufwand für Klebe- und Papierkosten zu rechnen.

Als Plakatformate gemäß Ö-Norm A 1001 gelten:

1/1 Bg. 84 x 59,5 cm

2/1 Bg. 119 x 84 cm

4/1 Bg. 168 x 119 cm

8/1 Bg. 238 x 168 cm

14/1 Bg. 231 x 314 cm

16/1 Bg. 238 x 336 cm

24/1 Bg. 238 x 504 cm

32/1 Bg. 238 x 672 cm

48/1 Bg. 238 x 1008 cm

72/1 Bg. 238 x 1512 cm

Sonderformate nach Vereinbarung

22. Zuschläge für Großplakate:

Für Plakate ab 8/1-Bogen, deren Teile kleiner als 2/1 Bg. sind oder welche Sonderklebungen bedingen, wird ein Zuschlag von 20 % berechnet. Plakate, die im Hochformat bestellt, jedoch im Querformat geliefert werden oder umgekehrt, können in der Regel aus Gründen der Einteilung nicht affiziert werden. Die Verrechnung der bestellten Plakate wird jedoch nach Auftrag vorgenommen.

23. Papierqualität:

Allen Plakataufträgen liegt die Standardpapierqualität eines holzfreien, einseitig glatten Plakatpapiers mit einem Gewicht von mindestens 100 und höchstens 115g/m² zugrunde. Bei durchscheinendem Plakatpapier werden Kosten für Unterlagspapier in Form von zusätzlichen Klebekosten verrechnet.

24. Nicht verwendete Plakate:

Die nicht verwendeten Plakate gehen, wenn nicht anders ausdrücklich schriftlich vereinbart, in das Eigentum des Auftragnehmers über.

25. Erhebung des Werbeaufwandes:

Der Auftragnehmer ist berechtigt, die Stückzahl der für den Auftraggeber zum Aushang gebrachten Plakate mit Angabe des Formates und der gebuchten Kontakte laut OSA bzw. Qualitätskategorien zum ausschließlichen Zweck der Werbeaufwanderhebung einschlägigen Instituten, die sich mit der Erhebung des Werbeaufwandes in sämtlichen klassischen Medien befassen, mitzuteilen.

26. Immaterialgüterrechte:

Das im Auftrag des Auftraggebers für einen werblichen Auftritt durch den Auftragnehmer entwickelte Werbekonzept sowie die zum Beispiel computergrafische Umsetzung eines Werbekonzepts sind geschützte Werke, insbesondere nach dem Urheberrechtsgesetz. Der Auftraggeber hat das Recht, gegen Zahlung einer in jedem Einzelfall schriftlich zu vereinbarenden Nutzungsgebühr diese Werke auch für den werblichen Auftritt in einem anderen Medium zu nutzen, sofern dieses Medium nicht in unmittelbarer Konkurrenz zum Auftragnehmer steht. Werbeinhalte und Werbemaßnahmen des Auftraggebers dürfen weder gegen gesetzliche noch gegen behördliche Bestimmungen verstoßen. Der Auftraggeber trägt alleine die Verantwortung für die rechtliche Zulässigkeit seiner Werbeinhalte und Werbemaßnahme und stellt den Auftragnehmer ausdrücklich von allen Ansprüchen Dritter frei, insbesondere durch Privatanklagen wegen übler Nachrede, Beleidigung oder Kreditschädigung, durch Verstöße gegen das Mediengesetz, Urheberrechtsgesetz sowie nach dem Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb. Bestehen wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form begründete rechtliche oder sittliche Bedenken gegen die Schaltung oder Fortsetzung der Werbemaßnahme, ist der Auftragnehmer berechtigt, die Schaltung nicht durchzuführen oder abzubrechen oder vom Vertrag zurückzutreten, ohne dass dies einen Einfluss auf die Zahlungspflicht des Auftraggebers hat.

27. Tarife:

Maßgeblich für die Berechnung sind die zur Zeit der Durchführung des Auftrages gültigen Tarife. Tarifänderungen sind immer vorbehalten. Alle Preise verstehen sich exkl. Umsatzsteuer und Werbeabgabe.

28. Zahlungsbedingungen:

Der Rechnungsbetrag ist nach erfolgter Rechnungslegung, spätestens mit einem Zahlungsziel von 14 Tagen ab Rechnungsdatum (einlangend auf das in der Rechnung ausgewiesene Konto des Auftragnehmers), ohne Abzug fällig. Der Auftragnehmer behält sich jedoch vor, bei Erstbestellung von Neukunden eine 100%ige Vorauszahlung des Gesamtauftragswertes zu verlangen, fällig bei Auftragserteilung. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden bankmäßige Verzugszinsen in Anrechnung gebracht. Bei Nichteinhaltung der Zahlungsbedingungen steht dem Auftragnehmer das Recht zu, den Auftrag nicht auszuführen bzw. die Ankündigung nach Setzung einer Nachfrist von 3 Tagen ohne weitere Mahnfrist sofort zu entfernen bzw. die Plakate zu überkleben, wobei das Entgelt für die Leistung, soweit sie erbracht wurde, sofort fällig ist. Der Auftraggeber verpflichtet sich, für den Fall des Zahlungsverzuges, dem Auftragnehmer den ihm hierdurch entstandenen Schaden, insbesondere die durch eine außergerichtliche Eintreibung entstandenen Kosten, zu ersetzen. Dem Auftragnehmer steht das Recht zu, den Auftrag nicht auszuführen bzw. die Ankündigung sofort zu entfernen bzw. die Plakate zu überkleben, wenn über das Vermögen des Auftraggebers ein Konkurs- oder Ausgleichsverfahren eröffnet oder ein Antrag auf Eröffnung eines Konkursverfahrens mangels kostendeckendem Vermögen abgewiesen wird, wobei das Entgelt für die Leistung, soweit sie erbracht wurde, sofort fällig ist.

29. Stornobedingungen:

Der Auftraggeber kann Aufträge, ganz oder teilweise, in schriftlicher Form (Post, Fax oder E-Mail) stornieren. Die Stornogebühr beträgt folgenden Prozentsatz jeweils der Bruttoauftragssumme ohne Werbeabgabe für den betroffenen Auftragsteil, wobei für die Fristberechnung das Einlangen beim Auftragnehmer gilt: Bis 10 Wochen vor Laufzeitbeginn 0 %, bis acht Wochen davor 10 %, bis fünf Wochen davor 30 %, ab dem ersten Tag der vierten Woche vor Laufzeitbeginn 100 %. Die Stornogebühr bei Auftragsrücktritten vor der vierten Woche vor Starttag wird gutgeschrieben, wenn der Auftrag nach Verfügbarkeit in gleichem Umfang zu den vereinbarten Konditionen auf dem identen Medium innerhalb von drei Monaten (jedoch im selben Kalenderjahr der diesbezüglichen erstmaligen Auftragserteilung) durchgeführt wird. Stornogebühren bei Auftragsrücktritten ab der vierten Woche vor dem Starttag werden nicht gutgeschrieben. Für die Rechtzeitigkeit gilt der Termin des Einlangens der Mitteilung beim Auftragnehmer. Falls der Auftrag erst innerhalb von vier Wochen vor Starttag gebucht wird, ist eine gebührenfreie Stornierung innerhalb von 48 Stunden ab Buchung möglich. Ein Auftragsrücktritt nach dieser Frist zieht die Verrechnung einer Stornogebühr von 100 % mit sich. Bereits entstandene Produktionskosten sind in allen Fällen vollständig zu bezahlen. Aufgabe oder Übertragung des Betriebes des Auftraggebers führen nicht zu einer vorzeitigen Beendigung des Vertrages mit dem Auftragnehmer und haben keinen Einfluss auf die Zahlungspflicht des Auftraggebers.

30. Vergebührung des Vertrages:

Eine eventuell gesetzlich vorgeschriebene Vergebührung des Vertrages geht zulasten des Auftraggebers.

31. Erfüllungsort:

Erfüllungsort und Gerichtsstand für sämtliche Verpflichtungen beider Teile ist der Sitz des Auftragnehmers.

32. Besonderheiten City Light:

Die Plakate haben das Format 118,5x175 cm, einteilig, die sichtbare Fläche 115x171 cm bzw. für nationale Aufträge 104 x 161,5 cm (Hochformat). Die Plakate müssen in einem Stück geliefert werden. Die Standardpapierqualität für ein City Light-Plakat ist ein gestrichenes Offsetpapier, weiß, matt, holzfrei, mit einem Gewicht von mindestens 120 und höchstens 140 g/m². Es können auch Filmfolien (Großdias), wenn sie der angegebenen Größe entsprechen, verwendet werden. Die Anlieferung der Plakate hat flach bzw. gerollt - keinesfalls gefaltet - zu erfolgen, und zwar 10 Arbeitstage vor Aushangbeginn bzw. zeitgerecht entsprechend den vereinbarten Lieferterminen. Die Laufzeit beginnt jeweils am Donnerstag.

33. Besonderheiten Digitale City Lights:

Die Ausspielung des Werbemittels erfolgt über digitale City Lights in einem Bildseitenverhältnis von 16:9 (Hochformat). Werbedaten sind nach den Vorgaben des Auftragnehmers (z.B. Formate, inhaltliche Struktur, Übertragungsart und sonstige technische Voraussetzungen etc.) vom Auftraggeber zur Verfügung zu stellen, welche aufgrund insbesondere technischer Entwicklungen vom Auftragnehmer angepasst werden können.

Für den rechtzeitigen Eingang einwandfreien Werbematerials ist der Auftraggeber verantwortlich. Die Werbevorlagen haben bis spätestens 10 Arbeitstage vor dem ersten Schaltertermin bzw. zeitgerecht entsprechend den vereinbarten Lieferterminen in der vereinbarten Form beim Auftragnehmer einzugehen. Über erkennbar ungeeignete oder beschädigte Vorlagen wird der Auftragnehmer den Auftraggeber möglichst unverzüglich unterrichten. Für den vereinbarten Zeitraum sind die Werbezeiten für den Auftraggeber fest reserviert. Werden Werbeunterlagen nicht, nicht rechtzeitig oder nicht wie vereinbart angeliefert oder liegt bei Abgabezeitpunkt ungeeignetes Werbematerial vor, wird der Auftragnehmer von der Leistungsverpflichtung frei. Der Auftraggeber bleibt jedoch zur Zahlung des vereinbarten Entgeltes verpflichtet. Die Anlieferung des Datenmaterials sowie die vorgeschriebenen technischen Voraussetzungen des Werbemittels sind der Preisliste bzw. dem der Auftragsbestätigung beigelegten Datenblatt zu entnehmen. Der Auftragnehmer verwahrt das Werbematerial/Datenmaterial des Auftraggebers bis längstens 12 Monate nach Beendigung der Werbemaßnahme, außer das Gesetz sieht eine längere Aufbewahrungsfrist vor. Hat der Auftraggeber bis zu diesem Zeitpunkt nicht schriftlich die Rückgabe gefordert, ist der Auftragnehmer zur Vernichtung der Unterlagen berechtigt.

34. Besonderheiten Transport Media:

Für mit Folien gestaltete Verkehrsmittelaußenwerbung beträgt die Mindestlaufzeit 1 Monat. Bei Gestaltungen im Totallook beträgt diese ein Jahr. Die Vorlage eines Gestaltungsentwurfes ist unerlässlich, da den betreffenden Verkehrsgesellschaften ein Ablehnungsrecht zusteht. Grundsätzlich können auf den Fahrzeugen der betreffenden Verkehrsbetriebe nur Werbefolien angebracht werden.

Die Druckdaten müssen dem Auftragnehmer bis spätestens 4 Wochen vor Auftragsbeginn übermittelt werden.

Die Vorgaben zur Druckdatenerstellung sind dem beigelegten Datenblatt zu entnehmen.

Zudem sind die Vorgaben der auf der Ankünder GmbH Website unter www.ankuender.com/produkte/transport-media aufrufbaren Produktionsskizzen zu beachten. Die Produktion sowie die Anbringung der Werbefolien können nur durch Mitarbeiter des Auftragnehmers bzw. durch vom Auftragnehmer beauftragte Unternehmen auf Kosten des Auftraggebers erfolgen. Der Auftraggeber wird – unbeschadet der fortlaufenden Entgeltzahlung – Werbefolien, die infolge Verwitterung oder sonstiger Ursachen unansehnlich geworden sind, auf Kosten des Auftraggebers erneuern lassen.

Sofern nicht anders schriftlich vereinbart, kann die Verklebung/Entfernung je nach Abwicklungsvolumen beim Auftragnehmer fünf Arbeitstage vor bzw. nach Auftragsbeginn erfolgen. Sperrfristen (Verklebung/Aushang nicht vor einem bestimmten Stichtag) müssen 14 Arbeitstage vor Auftragsbeginn schriftlich an den Auftragnehmer kommuniziert werden und können Sonderkosten verursachen. Die Verrechnung der Mietkosten erfolgt jeweils vierteljährlich im Voraus.

Bei betriebsbedingtem Nichteinsatz der Werbeträger (Fahrzeugstehzeiten) im Gesamtausmaß von mehr als 7 Tagen pro Monat verlängert sich die Laufzeit jedes davon betroffenen Werbeauftrages kostenlos um diese die 7 Tage pro Monat übersteigenden Nichteinsatztage. Nach Auftragsablauf wird der Auftragnehmer die Wiederherstellung der Fläche in den ursprünglichen Zustand veranlassen, wobei die Wiederherstellungskosten für die Folienentfernung, allfällige Lackausbesserungsarbeiten und die Anbringung einer Grundfolie entsprechend der zum Zeitpunkt der Entfernung gültigen Preise vom Auftraggeber zu tragen sind.

35. Datenschutz:

Der Schutz der personenbezogenen Daten der Vertragspartner hat für den Auftragnehmer oberste Priorität. Deswegen setzt der Auftragnehmer auf neueste Technologien und trifft strengste Sicherheitsvorkehrungen für den Datenschutz. Die aktuelle Datenschutzmitteilung zur Nutzung der Ankünder GmbH Website ist unter www.ankuender.com/datenschutz aufrufbar.

Der Auftraggeber willigt ausdrücklich in die Zusendung von Informationsmaterial im Wege elektronischer Post – einschließlich SMS, WhatsApp etc. – zum Zweck der Direktwerbung durch die Ankünder GmbH und ihre Tochtergesellschaften (Auftragnehmer), nämlich die City Light Ankünder GmbH FN39723t und die Werbeunion GmbH FN169623x, ein, wobei der Auftraggeber auch solchen Werbezusendungen zustimmt, die thematisch vom Tätigkeitsbereich der Auftragnehmer verschieden sind. Diese Einwilligung kann jeder Zeit schriftlich (Post, Fax oder E-Mail an datenschutz@ankuender.com) widerrufen werden.

36. Verwendung von Bild- und Datenmaterial/Referenzen:

Der Auftragnehmer erstellt zum Zwecke der Eigenwerbung und zur Darstellung seiner Referenzen in Produkt- und Kundenkatalogen, für eigene Imagefilme oder zur Darstellung seiner Aktivitäten und Leistungen in sozialen Netzwerken/Plattformen, Bild-, Bildton-, Film und Datenmaterial von seinen Werbeträgern und –mitteln; der Auftraggeber nimmt dazu zustimmend zur Kenntnis, dass die von ihm zur Verfügung gestellten oder für ihn produzierten Sujets für diese Zwecke vom Auftragnehmer verwendet werden dürfen. Diese Zustimmung kann vom Auftraggeber jederzeit widerrufen werden, wobei bereits vorhandene/produzierte Werbemittel nach dem Widerruf aufgebraucht werden können.

37. Besonderheiten Sonderwerbformen:

Die Umsetzung einer Sonderwerbform kann nur in Verbindung mit einer ergänzenden Streuung erfolgen. Für den Bereich Sonderwerbformen gelten gesonderte/ergänzende Geschäftsbedingungen.

Aus Gründen der Lesbarkeit wird darauf verzichtet, geschlechtsspezifische Formulierungen zu verwenden. Soweit personenbezogene Bezeichnungen nur in männlicher Form angeführt sind, beziehen sich diese auf Männer und Frauen in gleicher Weise.