

Geschäftsbedingungen

Allgemeine Geschäftsbedingungen betreffend die vertraglichen Beziehungen zwischen Werbekunden und der Somedia Promotion AG

A. ANWENDBARKEIT

1. Geschäftsbeziehungen zu Werbekunden

1.1. Die Geschäftsbedingungen regeln die vertraglichen Beziehungen zwischen der Somedia Promotion AG (nachfolgend SOPM genannt) und einem Werbekunden. Gegenüber SOPM handeln Werbe-, Media-, PR-, DM- und Webagenturen im Namen und auf Rechnung des Werbekunden. Vertragspartner ist in jedem Fall der Werbekunde.

1.2. Der Werbevertrag beinhaltet die Publikation und Schaltung (Einzelaufträge, Wiederholungsaufträge und Mengenabschlüsse) von Print-, Online-, Mobile-, Radio-, TV-Werbung, Werbebeilagen und andere bezahlten Veröffentlichungen durch SOPM, inkl. oder exkl. Beratung, Kreation und Produktion des Werbemittels, Erstellung von Mediaplänen oder administrativen Dienstleistungen. Gegenüber den Verlagen resp. Sendestationen übernimmt SOPM die Publikation und Schaltung des Werbemittels als ihre eigene Verpflichtung.

2. Geschäftsbedingungen der Werbekunden / Verhältnis zum RTVG

2.1. Diese Geschäftsbedingungen werden mit Vertragsabschluss Bestandteil des Werbevertrages. Gleichzeitig verzichtet der Werbekunde auf die Anwendung seiner eigenen Geschäftsbedingungen.

2.2. SOPM betrachtet die im Radio- und Fernsehgesetz (RTVG) festgehaltenen Punkte zu Werbung und Sponsoring als integralen Bestandteil dieser allgemeinen Geschäftsbedingungen.

B. VERTRAGSABWICKLUNG

3. Vertragsabschluss

3.1. Vorbehaltlich anderslautender individueller Vereinbarung kommt der Vertrag nur zustande durch das schriftliche Angebot zum Vertragsabschluss durch den Werbekunden entweder durch Zusendung oder Faxen des ausgefüllten und unterzeichneten Auftragsformulars, eines eigenständig formulierten und unterzeichneten Auftragstextes oder durch E-Mail und die Annahme des Auftrages von SOPM durch schriftliche Auftragsbestätigung, E-Mail oder durch die erfolgte Verbreitung der Werbung. Mündliche oder fernmündliche Bestätigungen sind rechtlich unverbindlich. SOPM nimmt die Aufträge von Agenturen nur für namentlich bezeichnete Kunden an. SOPM ist berechtigt, von Agenturen eine Handlungsvollmacht des Werbekunden zu verlangen. Ein von einer Agentur Vertreter Werbekunde kann sich gegenüber SOPM nur durch Zahlung an SOPM von seiner Zahlungsverpflichtung befreien.

4. Preise

4.1. Bezüglich Publikation und Ausstrahlung gelten die jeweils gültigen Tarife und Rabatte der Verlage resp. Sendestationen, zuzüglich MWST.

4.2. SOPM behält sich bei Offerten das Recht vor, offensichtliche Fehler, wie z.B. das Verwechseln von Tarifen, Rubriken etc. bei der Auftragserteilung zu berichtigen.

4.3. Bezüglich Beratungs-, Kurations-, Planungs-, Produktions- oder administrativen Dienstleistungen von SOPM gelten deren jeweils gültigen Dienstleistungstarife, zuzüglich MWST.

4.4. Änderungen der Tarife, Rabatte, Dienstleistungstarife und der MWST treten auch bei laufenden Publikationen und Ausstrahlungen sofort in Kraft.

4.5. Werbeagenturen und sonstige Werbevermittler sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preislisten von SOPM zu halten.

4.6. Bei Printwerbung ist für die Rechnungsstellung die in der betreffenden Zeitung gemessene Grösse von Trennlinie zu Trennlinie massgeblich. Bei Vollvorlagen und Rahmeninseraten können, abhängig von der Tarifgestaltung des einzelnen Titels, zur Abdruckhöhe 2 mm dazugerechnet werden.

5. Zusätzliche Kosten

5.1. Ausserordentliche Aufwendungen der Verlage resp. Sendestationen oder von SOPM, welche nicht in deren Produkte- oder Dienstleistungstarifen enthalten sind, werden zusätzlich verrechnet, zuzüglich MWST. Als solche gelten auf Seiten der Verlage resp. Sendestationen beispielsweise aufwändige Produktion und Bearbeitung des Werbemittels, DTP-Kosten, Produktionskosten von Radio- und TV-Spots, Expressgebühren, mehrfache Auftragsmutationen, nachträgliche Korrekturen von Rechnungen, Fremdleistungen, aufwändige Media-Planungen, aufwändige Belegerstellungen usw.

6. Mengenabschlüsse, Mengenrabatte

6.1. Für den Bezug von bestimmten Werbevolumen während einem bestimmten Zeitraum (Mengenabschluss) können die Tarife Mengenrabatte vorsehen.

6.2. Wird das vereinbarte Volumen in diesem Zeitraum übertroffen und dadurch eine höhere Rabattstufe erreicht, wird nach Ablauf des Abschlusses rückwirkend der höhere Rabatt vergütet.

6.3. Wird das vereinbarte Volumen in diesem Zeitraum nicht erreicht, wird der zu viel bezogene Rabatt rückbelastet. Dem Werbekunden wird dabei eine von den Verlagen resp. Sendestationen festgelegte Toleranz auf dem vereinbarten Volumen gewährt. Die nicht bezogenen Volumen können nicht auf das folgende Abschlussjahr übertragen werden.

6.4. Rabatt wird nur auf die reinen Media-Schaltungen gewährt; anfallende Sonderkosten, z. B. bei Änderungen des Werbemittels, sind davon ausgenommen.

7. Wiederholungsaufträge, Wiederholungsrabatte

7.1. Für Werbung, die an zum Voraus festgesetzten Daten unverändert erscheint (Wiederholungsaufträge), können die Tarife Wiederholungsrabatte vorsehen oder die Rabatte sind im Preis bereits berücksichtigt.

7.2. Das Werbemittel muss grundsätzlich unverändert erscheinen; in Ausnahmefällen, z. B. bei Inseraten mit Vollvorlagen in gleicher Grösse, können die Sujets gewechselt werden.

7.3. Rückwirkend wird ein höherer Rabatt gewährt, sofern der Wiederholungsauftrag vor dem letzten Erscheinungsdatum unter den gleichen Voraussetzungen erweitert und damit eine höhere Stufe erreicht wird.

7.4. Rabatt wird nur auf die reinen Media-Schaltungen gewährt; anfallende Sonderkosten, z. B. bei Änderungen des Werbemittels, sind davon ausgenommen.

8. Modalitäten Mengenabschlüsse bzw. Wiederholungsaufträge

8.1. Für jedes Werbeorgan muss ein separater Mengenabschluss bzw. Wiederholungsauftrag vereinbart werden.

8.2. Der Mengenabschluss bzw. Wiederholungsauftrag kann grundsätzlich nur von einem einzelnen Werbekunden getätigt werden. Konzernen und Holdinggesellschaften kann unter gewissen Voraussetzungen die Berechtigung zugesprochen werden, Konzernabschlüsse zu tätigen.

9. Rechte der Verlage resp. Sendestationen

9.1. Die Verlage resp. Sendestationen behalten sich vor, Änderungen der Werbebotschaft zu verlangen oder ohne Angabe von Gründen abzulehnen.

9.2. Die Verlage können aus technischen Gründen für bestimmte Daten vorgeschriebene, aber dem Inhalt nach nicht unbedingt termingebundene Werbebotschaften ohne vorherige Benachrichtigung um eine Ausgabe bzw. einen Tag vor- oder zurückverschieben. Bei Danksgagungen in den Printmedien gilt ein Verschiebungsrecht von bis zu 7 Werktagen.

9.3. Die vereinbarten Sendetermine werden von den Sendestationen nach Möglichkeit eingehalten. Es kann jedoch keine Gewähr für die Ausstrahlung zu einem bestimmten Zeitpunkt und in bestimmter Reihenfolge übernommen werden. Fällt eine Werbesendung aus programmlichen oder aus technischen Gründen aus, so wird sie gleichentags oder am

nächsten Werktag nachgeholt. Der Ausfall einzelner Sender des gesamten Sendernetzes der Sendestationen verpflichtet nicht zur Nachholung der Ausstrahlung.

9.4. Die Verlage resp. Sendestationen können die Werbemittellieferung mit dem Begriff Promotion, Werbung, Sponsoring oder einer ähnlichen Bezeichnung versehen, um sie vom redaktionellen Teil abzugrenzen.

9.5. Die Verlage resp. Sendestationen können grundsätzlich über die Platzierung bzw. über das Sendedefass bestimmen. Spezielle Platzierungswünsche des Auftraggebers können nur unverbindlich entgegengenommen werden. Für eingehaltene Platzierungsvorschriften wird der festgelegte Preis erhoben.

9.6. Veröffentlichungen im Textteil können bei Aufgabe von Anzeigen nicht zur Bedingung gemacht werden. Allfällige Publikationen im Textteil, welche Interessen von Inserenten verletzen, berechtigen zu keinerlei Ansprüchen gegenüber SOPM.

9.7. Aufträge für Werbebeilagen und Beihefter sind für die Verlage erst nach Genehmigung eines Musters bindend.

10. Chiffreinsätze

10.1. SOPM verpflichtet sich zur Wahrung des Chiffregeheimnisses. Vorbehalten bleiben namentlich folgende Fälle: SOPM kann in begründeten Fällen Justiz- oder Verwaltungsbehörden sowie Personen, die einem Chiffreinserenenten ihre Personendaten mitgeteilt haben und im Nachhinein wegen nicht zurückgesandter Unterlagen ihr Auskunftsrecht wahrnehmen wollen die Identität des Chiffreinserenenten bekannt geben.

10.2. SOPM braucht insbesondere Werbesendungen, Vermittlungs- und anonyme Angebote nicht an den Chiffreinserenenten weiterzuleiten. Zu diesem Zweck kann sie eingehende Angebote öffnen und überprüfen.

10.3. Für Chiffreinsätze wird pro Auftrag eine Gebühr erhoben. Ausserordentliche Aufwendungen werden zusätzlich verrechnet.

10.4. Die Verantwortung für die Rücksendung von Dokumenten obliegt dem Chiffreinserenenten.

11. Probeabzüge, -Spots, Gut zur Veröffentlichung

11.1. Auf Anfrage können Probeabzüge, -Spots und „Gut zum Online“ für Werbemittel geliefert werden, sofern die Informationen für die Erstellung des Werbemittels mindestens 3 Arbeitstage vor Veröffentlichung für Print- und Onlinewerbung, 7 Arbeitstage für Radio- und 15 Arbeitstage für TV-Werbung eintreffen.

11.2. Die Werbebotschaft wird auch dann an den festgelegten Daten veröffentlicht, wenn die Autorisierung durch den Auftraggeber noch aussteht.

12. Druckmaterial/Anzeigestaltung/Online-Banner/Spots

12.1. Ohne ausdrückliche Vereinbarung sind die Verlage resp. Sendestationen bzw. SOPM für geliefertes Werbemittel weder aufbewahrungs- noch rückgabepflichtig.

12.2. SOPM ist nicht an die Vorschriften des Werbekunden betreffend Produktion und Gestaltung des Werbemittels gebunden.

12.3. Bei Produktion und Gestaltung durch den Verlag resp. die Sendestation gelten die jeweiligen Regeln zur Rechtschreibung des entsprechenden Medienobjektes.

12.4. Bei Radio- und TV-Spots gehen sämtliche Herstellkosten für Bild- und Tonmaterial zu Lasten des Auftraggebers.

12.5. Bei Todesanzeigen, Danksagungen oder Trauerzirkularen ist der Auftraggeber für den Inhalt verantwortlich. Eine Kontrolle der Vor- und Nachnamen findet nicht statt. Die Gestaltung wird ohne expliziten Hinweis standardmässig layoutet. Offensichtliche Textfehler können durch den Verlag ohne Rücksprache korrigiert werden.

13. Zahlungskonditionen

13.1. SOPM kann für Werbung von bestimmten Produkten oder Rubriken Vorauszahlung/Barzahlung verlangen.

13.2. Für alle anderen Publikationen gilt eine Zahlungsfrist von 30 Tagen ohne Skontoabzug.

13.3. Auf verfallenen Rechnungen wird ein marktüblicher Verzugszins verrechnet.

13.4. Für Mahnungen werden die Kosten verrechnet.

13.5. Bei Betreuung, Nachlassstundung oder Konkurs entfallen Rabatte und Vermittlungsprovisionen.

14. Vorzeitige Vertragsauflösung

14.1. Stellt ein Werbeorgan während der Vertragsdauer seine Tätigkeit ein, kann SOPM ohne Ersatzverpflichtung vom Vertrag zurücktreten.

14.2. Dies entbindet den Werbekunden nicht von der Bezahlung der erschienenen Werbung.

14.3. Es werden keine Rabattnachbelastungen, aber Vergütungen vorgenommen, sofern zum Zeitpunkt der Vertragsauflösung eine höhere Rabattstufe erreicht wird.

14.4. SOPM kann bereits entstandene Aufwendungen dem Werbekunden in Rechnung stellen oder entgangene Gewinne zurückfordern.

15. Stornierung

15.1. Die Stornierung bedarf der Schriftform. Eine fernmündliche oder mündliche Stornierung ist nicht möglich. Bei Stornierung kann SOPM die folgenden Kosten verrechnen:

- Stornierung einer bestätigten Kampagne: 25 % der Kosten können verrechnet werden.
- Stornierung bis 7 Arbeitstage vor Start der Kampagne: 50 % der Kosten können verrechnet werden.
- Stornierung einer laufenden Kampagne: 100 % der Kosten können verrechnet werden.

16. Ausserordentliches Kündigungsrecht von SOPM

16.1. SOPM ist zur schriftlichen Kündigung insbesondere dann berechtigt, wenn der Werbekunde seiner Zahlungsverpflichtung trotz zweimaliger Mahnung nicht nachgekommen ist, der Werbekunde gegen wesentliche Bestimmungen dieser AGB verstösst oder der Werbekunde ein gegen Dritte gerichtetes Fehlverhalten begeht, indem er das Angebot von SOPM zu rechtswidrigen oder für Dritte belästigenden Zwecken einsetzt. Ebenfalls kann SOPM ohne Ersatzverpflichtung vom Vertrag zurücktreten, wenn ein Werbeorgan während der Vertragsdauer sein Erscheinen einstellt.

16.2. Im Falle der ausserordentlichen Kündigung kann SOPM mit sofortiger Wirkung die Schaltung der Werbemittel absetzen. Geschuldete Vergütungen für bereits erfolgte Leistungen von SOPM bleiben bestehen. Weitere Ansprüche bleiben vorbehalten.

16.3. Es werden keine Rabattnachbelastungen, aber es können Vergütungen vorgenommen werden, sofern zum Zeitpunkt der Vertragsauflösung eine höhere Rabattstufe erreicht wurde.

17. Konkurrenzausschluss

17.1. Die Verlage resp. Sendestationen können keinen Konkurrenzausschluss garantieren.

C. HAFTUNG DER SOMEDIA PROMOTION AG

18. Fehlerhaftes Erscheinen, Nichterscheinen

18.1. Reklamationen wegen fehlerhaftem Erscheinen oder Nichterscheinen sind innerhalb von 10 Tagen nach Publikation bei SOPM anzubringen.

18.2. Wird der Sinn oder die Wirkung der Werbebotschaft wesentlich beeinträchtigt oder ist eine termingebundene Werbebotschaft nicht erschienen, werden die Schaltkosten ganz oder teilweise erlassen oder in Form von Werberaum im betreffenden Medienobjekt nachgeholt. Bei telefonisch erteilten Aufträgen, bei fehlerhaften Übermittlungen von Werbemitteln zu SOPM oder zum Verlag resp. der Sendestation, bei Fehlern infolge von Übersetzungen fremdsprachiger Vorlagen, bei Datenverschiebungen (Ziff. 9.2. und 9.3.), bei nicht eingehaltenen Platzierungsvorschriften oder Sendedefässen, bei ungeeigneten Vorlagen, bei nicht signifikanten Passerdifferenzen und bei Abweichungen in der Farbe

Geschäftsbedingungen

Allgemeine Geschäftsbedingungen betreffend die vertraglichen Beziehungen zwischen Werbekunden und der Somedia Promotion AG

oder von typographischen Vorschriften sowie bei fehlenden Codebezeichnungen entfallen die genannten Ansprüche.

18.3. Sämtliche weitergehenden Ansprüche als die in Ziff. 18.2. genannten wegen fehlerhaftem Erscheinen, Nichterscheinen oder aus anderen Gründen sind ausgeschlossen.

D. HAFTUNG DES WERBEKUNDEN

19. Haftung bezüglich Inhalt

19.1. Der Werbekunde ist vollumfänglich für den Inhalt der von ihm an SOPM übermittelten Daten verantwortlich. SOPM lehnt jede Haftung für die Inhaltsgebung des Auftraggebers ab. Er erklärt, die einschlägigen gesetzlichen Bestimmungen und Branchenregeln einzuhalten und dafür SOPM und den Verlagen resp. Sendestationen verantwortlich zu sein. Er stellt SOPM und den Verleger 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.

18.2. Für die Einhaltung des Copyrights und von Lizenzrechten, wie z.B. solchen auf Schriften, Bildern, Grafiken, Namen usw. hat der Werbekunde vollumfänglich selber besorgt zu sein. Dieser haftet für sämtliche Kosten, die aus der Missachtung solcher Copyright-Bestimmungen entstehen.

20. Gegendarstellungsrecht

20.1. Bei einem Gegendarstellungsbegehren (Art. 28 ff ZGB) gegenüber Werberhalten informiert der Verlag resp. die Sendestation bzw. SOPM den Werbekunden 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 und die damit zusammenhängenden Modalitäten.

E. WEITERVERWENDUNG VON WERBEMITTELN

21. Verwendung von Daten für elektronische Datenbanken

21.1. Der Werbekunde erklärt sein Einverständnis, dass SOPM, die Werbemittel, wie beispielsweise Online- und Print-Inseratendaten oder Radio- und TV-Spots, inklusive den dazugehörenden Elementen, wie Texte, Grafiken, Bilder, Pläne, Töne, Filme etc., auf der Online-Plattform von SOPM sowie in weitere eigene oder fremde Online- und Offline-Dienste integrieren kann. Ein Anspruch auf Publikation innerhalb dieser Medien existiert nicht. SOPM kann die Publikation innerhalb des Publikationsmediums jederzeit, aus welchem Grund auch immer, ohne Kostenfolge unterbrechen, verändern oder gänzlich unterbinden. Ebenso kann SOPM die Daten für weitere eigene Zwecke und solche Dritter, wie beispielsweise die Erstellung von Statistiken, nutzen oder sonst wie veröffentlichen und zu diesem Zweck speichern und bearbeiten. Der Werbekunde stimmt der direkten und/oder indirekten Übergabe der für die Nutzung notwendigen Daten von der Applikation von SOPM sowie der Speicherung solcher Daten in deren Datenbank(en) ausdrücklich zu. 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.

21.2. Die nicht autorisierte und ohne gewichtige Eigenleistung erfolgende Bearbeitung und Verwertung von abgedruckten oder in elektronische Datenbanken eingespierten Daten durch Dritte ist unzulässig und wird vom Werbekunden untersagt. Dieser überträgt SOPM insbesondere das Recht, nach Rücksprache mit dem Verlag resp. der Sendestation mit geeigneten Mitteln dagegen vorzugehen.

22. Geistiges Eigentum

22.1. Der Werbekunde anerkennt das geistige Eigentum, insbesondere das Urheberrecht, von SOPM an allen von ihr selber kreierte Werbemittel mit individuellem Charakter. Soweit der Werbekunde seinen vertraglichen Verpflichtungen gegenüber SOPM nachkommt, ist ihm die Nutzung des geistigen Eigentums im Rahmen des ursprünglichen Verwendungszweckes auf unbeschränkte Zeit erlaubt.

F. ANWENDBARES RECHT, GERICHTSSTAND

23. Es gilt ausschliesslich schweizerisches Recht.

24. Ausschliesslicher Gerichtsstand ist Chur. Die vorliegenden Geschäftsbedingungen treten am 20.10.2015 in Kraft und ersetzen alle früheren Fassungen.