

Allgemeine Geschäftsbedingungen der MEDIA PARKING GmbH

Stand: Jänner 2011

1. Allgemeines

Die "Allgemeinen Geschäftsbedingungen" bilden einen integrierten Bestandteil jeder zwischen Auftraggeber und dem Auftragnehmer MEDIA PARKING GMBH, im Folgenden MEDIA PARKING bezeichnet, 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. MEDIA PARKING behält sich das Recht vor, Aufträge ohne Angabe von Gründen abzulehnen.

3. Plakat

3.1. Haftung und Folgeschäden

MEDIA PARKING gewährleistet die ordnungsgemäße und termingerechte Durchführung der Plakatierung laut Plakatkalender. Ersatzansprüche und allfällige Mängelrügen können nur während der Dauer des Anschlages geltend gemacht werden. Höhere Gewalt wie Naturkatastrophen, außergewöhnliche Witterungseinflüsse wie Stürme-, Kälte- und Regenperioden etc. entbinden MEDIA PARKING von jeder Haftung. Wird durch die genannten Umstände die Leistung unmöglich oder unzumutbar, so wird MEDIA PARKING von der Leistungsverpflichtung unter Aufrechterhaltung des Entgeltanspruchs frei. Der Kunde kann hieraus keine Schadenersatzansprüche ableiten. MEDIA PARKING wird den Kunden von derartigen Umständen binnen angemessener Frist benachrichtigen. Die Geltendmachung von Folgeschäden gilt als ausgeschlossen, ausgenommen den Fall vorsätzlicher oder grob fahrlässiger Fehlleistungen durch MEDIA PARKING. Dies gilt insbesondere für die Produktionskosten von Plakaten. Eine Haftung für einen bestimmten Werbeerfolg wird ausgeschlossen.

3.2. Betriebsdauer

MEDIA PARKING übernimmt keine Gewähr dafür, dass die nach dem Auftrag mit den Ankündigungen versehenen Objekte während der vereinbarten Laufzeit ununterbrochen im Betriebe stehen und dass die Ankündigungen ununterbrochen sichtbar sind. Für eventuell beschädigte oder nicht rechtzeitig ausgetauschte Ankündigungen leistet MEDIA PARKING 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.

3.3. Ersatzplakate

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

3.4. Laufzeit und Aushangdauer

Eine Gewährleistung für die Durchführung der Plakatierung an einem bestimmten Tag kann nicht abgegeben werden. Jeder Plakatierungsauftrag wird zu dem im Plakatkalender der MEDIA PARKING genannten Termine durchgeführt. Der Plakatkalender wird jeweils jährlich im Vorhinein von MEDIA PARKING erstellt und ist integrierter Bestandteil der Allgemeinen Geschäftsbedingungen. Voraussetzung hierfür ist, dass die Plakate inklusive einer mindestens 15%igen Überlieferung zeitgerecht entsprechend den vereinbarten Lieferterminen des Plakatkalenders angeliefert werden. Die derzeit übliche Aushangdauer beträgt 2 Wochen. Die Plakatierungsunternehmen garantieren, dass jedes gebuchte Plakat mindestens die vereinbarte Aushangdauer, dzt. 2 Wochen im Aushang verbleibt. Die Klebung der Plakate erfolgt ausschließlich durch Mitarbeiter von MEDIA PARKING bzw. durch von MEDIA PARKING Beauftragte.

3.5. Farbveränderungen

Für Veränderungen von Plakaten in der Farbe infolge Verwendung bestimmter Farben und Drucktechniken (z . B. Digitaldruck) oder infolge von Witterungseinflüssen wird keine Haftung übernommen.

3.6. Behördliche Vorschriften

Die Verantwortung für Form und Inhalt der Plakate sowie für die Beachtung behördlicher Vorschriften trägt allein der Auftraggeber. MEDIA PARKING ist berechtigt, von einem bereits angenommenen Auftrag zurückzutreten, wenn bei Annahme des Auftrages Form und Inhalt des Plakates MEDIA PARKING unbekannt waren und diese gegen die guten Sitten, behördliche Vorschriften, etc. verstoßen. In einem solchen Fall ist vom Auftraggeber dennoch die volle Plakatierungsgebühr zu bezahlen.

3.7. 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.

3.8. Ablehnung durch Behörden

Sollten 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 von MEDIA PARKING 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 Plakaten - der eventuell vorausbezahlte Teil des Ankündigungsentgeltes rückvergütet.

3.9. Ablehnung durch den Österreichischen Werberat

MEDIA PARKING behält sich vor, Werbemaßnahmen, die vom Österreichischen Werberat beanstandet wurden, nicht zu affichieren (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.

3.10. Plakatlieferung

Die Lieferung der vereinbarten Zahl von Plakaten und Ersatzplakaten (mindestens 15 % des Auftragsvolumens) hat entsprechend den Terminen des Plakatkalenders frei Haus, verzollt und bei größeren Mengen auf Paletten an das Expedit von MEDIA PARKING 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. Sonderklebekosten, die durch die verspätete Anlieferung anfallen, sind vom Auftraggeber zu tragen.

3.11. 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.

3.12. Weitergabe von Werbeflächen

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

3.13. Kollektivplakate

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

3.14. Plakatformate

Für Plakate ab dem 16-Bogen-Format ist zur genauen Auftragsdurchführung eine Klebeskizze erforderlich. 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-Bogen 59,5 x 84 cm

2-Bogen 84 x 119 cm

4-Bogen 168 x 119 cm

8-Bogen 238 x 168 cm

16-Bogen 238 x 336 cm

24-Bogen 238 x 504 cm

Sonderformate nach Vereinbarung.

Die Teilung der Plakate entspricht einem 2- oder 4- Bogenraster. Bei Plakatformaten deren Unterteilung nicht dem 2- oder 4-Bogenraster entspricht ist mit zusätzlichen Papier- und Klebekosten zu rechnen.

3.15. Zuschläge für Sonderformate

Für Plakate ab 8-Bogen, deren Teile nicht 2-Bogen Hochformat oder 4-Bogen Querformat entsprechen, 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.

3.16. Papierqualität

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

3.17. Nicht verwendete Plakate

Die nicht verwendeten Plakate gehen, wenn nichts anderes ausdrücklich schriftlich vereinbart wurde, in das Eigentum von MEDIA PARKING über und können jederzeit entsorgt werden.

3.18. Erhebung des Werbeaufwandes

MEDIA PARKING ist berechtigt, die Stückzahl der für den Auftraggeber zum Aushang gebrachten Plakate mit Angabe des Formates und der gebuchten Qualitätskategorie laut PWÖ zum ausschließlichen Zweck der Werbeaufwanderhebung einschlägigen Instituten, die sich mit der Erhebung des Werbeaufwandes in sämtlichen klassischen Medien befassen, mitzuteilen.

3.19. Datenschutz

Der Kunde nimmt zur Kenntnis, dass seitens MEDIA PARKING die kundenspezifischen Daten, die im Zusammenhang mit der Geschäftsbeziehung zwischen Auftraggeber und MEDIA PARKING benötigt werden, wie Titel, Firma/Name, Anschrift, Branche, etc. zum Zwecke einer Kundenevidenz und Zusendung von Informationsmaterial und für das Rechnungswesen gespeichert werden. Der Kunde genehmigt die künftige Zusendung von Informationsmaterial auch auf elektronischem Wege (E-Mail, etc.).

3.20. Verwendung von Bildmaterial

MEDIA PARKING macht zum Zwecke der Marktkommunikation und Werbung Fotos und Filme von ihren Werbeträgern. Der Kunde nimmt zur Kenntnis, dass in diesem Zusammenhang die affichierten Sujets für diese Zwecke mitverwendet werden.

3.21. Tarife

Maßgeblich für die Berechnung sind die zur Zeit der Durchführung des Auftrages gültigen Tarife. Tarifänderungen sind immer vorbehalten. Alle Preise verstehen sich exkl. Mehrwertsteuer und Werbeabgabe, zahlbar im Vorhinein, netto Kassa ohne Skonto. Es werden nur an MEDIA PARKING direkt geleistete Zahlungen anerkannt. MEDIA PARKING behält sich eine Anpassung der Tarife lt. Verbraucherpreisindex vor.

3.22. Zahlungsbedingungen

MEDIA PARKING behält sich vor, eine 100%ige Vorauszahlung des Gesamtauftragswertes zu verlangen, fällig bei Auftragserteilung. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden bankmäßige Verzugszinsen in Anrechnung gebracht. Zahlungsbedingungen steht MEDIA PARKING 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, MEDIA PARKING den ihm hierdurch entstandenen Schaden, insbesondere die durch eine außergerichtliche Eintreibung entstandenen Kosten, zu ersetzen. MEDIA PARKING 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 kostendeckenden Vermögens abgewiesen wird, wobei das Entgelt für die Leistung, soweit sie erbracht wurde, sofort fällig ist.

3.23. Stornobedingungen

Aufträge können nur bis spätestens 4 Kalenderwochen vor Klebebeginn, der durch den Österreichischen Plakatkalender definiert ist, gebührenfrei storniert werden. Bei Auftragsrücktritten innerhalb dieser Frist wird eine Stornogebühr in der Höhe von 10 % der Brutto-Auftragssumme ohne Werbeabgabe in Rechnung gestellt. Diese Stornogebühr wird gutgeschrieben, wenn der Auftrag im gleichen Umfang und zu den gleichen Konditionen innerhalb von 6 Monaten durchgeführt wird. Die Stornierung hat schriftlich zu erfolgen. Für die Rechtzeitigkeit gilt der Termin des Einlangens des Schreibens bei MEDIA PARKING. Die Stornierung kann per Post, Fax oder E-Mail mitgeteilt werden.

3.24. Vergebührung des Vertrages

Eine eventuell gesetzlich vorgeschriebene Vergebührung des Vertrages geht zu Lasten des Auftraggebers.

3.25. Dauerwerbung

Die fertigen Dauerwerbe-Tafeln müssen mindestens 14 Tage vor Auftragsbeginn angeliefert werden. Bei verspäteter Lieferung wird die volle Laufzeit verrechnet. Eine dadurch bedingte verspätete Klebung hat keine Verlängerung der Laufzeit zur Folge. Die Laufzeit von Dauerwerbung ist mindestens 6 Monate. Die Kündigungsfrist beträgt drei Monate. Die Kosten für Instandhaltung (z. B. Reinigung oder Erneuerung) und Wiederherstellung bei Beschädigung bzw. Diebstahl usw. der Objekte gehen zu Lasten des Auftraggebers. Montagearbeiten (Anbringung und Entfernung) an den Objekten von MEDIA PARKING sind ausnahmslos durch Mitarbeiter oder Beauftragte von MEDIA PARKING durchzuführen. Für alle übrigen Montagen, die nicht durch MEDIA PARKING vorgenommen werden, haftet im Falle eventueller Beschädigungen der Auftraggeber. Nach Ablauf des Auftrages sind die Objekte wieder in den ursprünglichen Zustand zu versetzen. Die anfallenden Kosten gehen zu Lasten des Auftraggebers.

4. Sonderwerbformen

Im Übrigen gelten für alle Produkte von MEDIA PARKING die Allgemeinen Geschäftsbedingungen sinngemäß.

5. Konkurrenzausschluss

Konkurrenzausschluss kann nicht gewährt werden.

6. Erfüllungsort

Erfüllungsort und Gerichtsstand für sämtliche Verpflichtungen beider Teile ist der Sitz von MEDIA PARKING.