ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN DER USP WERBEGES.M.B.H.

usp AUSSEN WERBUNG

ALLGEMEINES
1. Die „Allgemeinen Geschäftsbedingungen" bilden einen integrierten Bestandteil jeder zwischen Auftraggeber und USP Werbeges.m.b.H. getroffenen Vereinbarung. Mit Auftragserteilung hat der Auftraggeber die „Allgemeinen Geschäftsbedingungen" zur Kenntnis genommen und akzeptiert. Bei Mittlungsaufträgen gelten für unseren Auftraggeber jeweils zusätzlich noch die Geschäftsbedingungen jener Institutionen, die Aufträge über uns entgegennehmen.

AUFTRAGSBESTÄTIGUNG
2. Aufträge werden nur in schriftlicher Form entgegengenommen. Die Annahme oder Ablehnung erfolgt schriftlich. Abänderungen von Aufträgen bedürfen ebenfalls der Schriftform. Die USP Werbeges.m.b.H. behält sich das Recht vor, Aufträge ohne Angabe von Gründen abzulehnen.

PLAKATSTELLENKATEGORIEN
3. Die nach OSA bewerteten Plakattafeln werden auf Basis ihrer Leistungswerte in die Kategorien: A+, A, B, C, D eingeteilt. Jede Kategorie wird zu einem unterschiedlichen Preis angeboten. Die Auftragsbestätigung hat die in den einzelnen Qualitätskategorien gebuchte Stückzahl der Plakate zu enthalten.

GEWÄHRLEISTUNG
4. Die USP Werbeges.m.b.H. gewährleistet die ordnungsgemäße und termingerechte Durchführung der Plakatierung laut Plakatkalender. Ersatzansprüche und allfällige Mängelrügen können nur während der Dauer des Anschlages geltend gemacht werden. Die Gewährleistungsfrist ist auf den Durchführungszeitraum beschränkt. Festgestellte Mängel sind unverzüglich nach Lieferung der vereinbarten Leistung und deren Abnahme schriftlich dokumentiert bekannt zu geben. Mängelrügen werden nur anerkannt, wenn diese 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 AGBG ist ausgeschlossen, das Vorliegen des Mangels im Übergabezeitpunkt ist vom Auftraggeber zu beweisen.

HAFTUNG UND FOLGESCHÄDEN
5. Höhere Gewalt, wie Naturkatastrophen, außergewöhnliche Witterungseinflüsse wie zu starker Wind, Kälte- und Regenperioden etc. entbinden die USP Werbeges.m.b.H. von jeder Haftung. Wird durch die genannten Umstände die Leistung unmöglich oder unzumutbar, so wird die USP Werbeges.m.b.H. von der Leistungsverpflichtung unter Aufrechterhaltung des Entgeltanspruchs frei. Der Kunde kann hieraus keine Schadenersatzansprüche ableiten. Die USP Werbeges.m.b.H. 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 die USP Werbeges.m.b.H. Dies gilt insbesondere für die Produktionskosten von Plakaten. Eine Haftung für einen bestimmten Werbeerfolg wird ausgeschlossen.

BETRIEBSDAUER
6. Die USP Werbeges.m.b.H. 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 die USP Werbeges.m.b.H. 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.

UMSETZEN VON PLAKATEN
7. Es ist der USP Werbeges.m.b.H. gestattet, wegen besserer Ausnützung der Anschlagflächen bzw. einer Optimierung der Standortqualität, die Standorte innerhalb der Kategorien A+, A, B, C, D zu verändern und Umsetzungen vorzunehmen. Die Versetzung der Plakate muss zumindest in der gleichen oder einer höherwertigeren Kategorie erfolgen. In den Kategorien A+, A, B, C, D ist eine Versetzung nur aufgrund von konkreten Problemen, wie Abbau bzw. Umbau der Werbefläche, kurzfristige Einschränkung der Sichtbarkeit, etc. statthaft.

ERSATZPLAKATE
8. Die zum Anschlag, zur Instandhaltung und zum Umsetzen notwendigen Plakate sind der USP Werbeges.m.b.H. vom Auftraggeber zur Verfügung zu stellen. Bei allfälliger durch Mangel an Plakaten verursachter unvollkommener Plakatierung trägt die USP Werbeges.m.b.H. keine Verantwortung.

LAUFZEIT UND AUSHANGDAUER
9. Eine Gewährleistung für die Durchführung der Plakatierung an einem bestimmten Tag kann nicht abgegeben werden. Jeder Plakatierungsauftrag wird zu dem im aktuellen Plakatkalender der USP Werbeges.m.b.H. genannten Termin ausgeführt. Voraussetzung hiefür ist, dass die Plakate inklusive einer 15 %igen Überlieferung zeitgerecht entsprechend den vereinbarten Lieferterminen des Plakatkalenders angeliefert werden. Die USP Werbeges.m.b.H. garantiert, dass jedes gebuchte Plakat mindestens die vereinbarte Aushangdauer im Aushang verbleibt. Die Klebung der Plakate erfolgt ausschließlich durch Mitarbeiter der USP Werbeges.m.b.H. bzw. durch von ihr Beauftragte.

FARBVERÄNDERUNGEN
10. Für Veränderungen von Plakaten in der Farbe infolge Verwendung bestimmter Druckfarben oder infolge von
Witterungseinflüssen wird keine Haftung übernommen.

BEHÖRDLICHE VORSCHRIFTEN
11. Die Verantwortung für Form und Inhalt der Plakate sowie für die Beachtung behördlicher Vorschriften trägt allein der Auftraggeber. Die USP Werbeges.m.b.H. ist berechtigt, von einem bereits angenommenen Auftrag zurückzutreten, wenn bei Annahme des Auftrages Form und Inhalt des Plakates der USP Werbeges.m.b.H. unbekannt waren und diese gegen die guten Sitten, behördliche Vorschriften etc. verstoßen oder die USP Werbeges.m.b.H. das Plakat dem Werberat vorgelegt hat und dieser innerhalb von 48 Stunden ab Vorlage die Plakatierung beanstandet oder die informelle Empfehlung ausgesprochen hat, das Plakat nicht zu affichieren. Bei einem solchen Rücktritt der USP Werbeges.m.b.H. ist der Auftraggeber bis spätestens vier Kalenderwochen vor Klebebeginn zum Storno gemäß Pkt. 27 mit den dort genannten Rechtsfolgen berechtigt; danach hat der Auftraggeber die volle Plakatierungsgebühr zu bezahlen. Die Möglichkeit der Lieferung eines Ersatzplakates entsprechend den Terminen im Plakatkalender gemäß Pkt. 14 bleibt unberührt.

BESCHLAGNAHME VON PLAKATEN
12. 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.

ABLEHNUNG DURCH BEHÖRDEN
13. 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 der USP Werbeges.m.b.H. oder das Ankündigungsobjekt aufhören, so erlischt jedes diesbezügliche Übereinkommen. Der Auftraggeber hat keinerlei Recht auf Ersatzanspruch, doch wird ihm in einem solchen Fall – außer bei Beschlagnahme von Plakaten – der eventuell vorausbezahlte Teil des Ankündigungsentgeltes rückvergütet.

KONKURRENZAUSSCHLUSS
14. Konkurrenzausschluss kann nicht gewährt werden.

PLAKATLIEFERUNG
15. Die Lieferung der vereinbarten Zahl von Plakaten und Ersatzplakaten (15 % des Auftragsvolumens) hat entsprechend
den Terminen des Plakatkalenders frei Haus, verzollt, plan und bei größeren Mengen auf Paletten an die Logistik der USP
Werbeges.m.b.H. 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. Der Auftraggeber verpflichtet sich, die für die ordnungsgemäße Durchführung der Außenwerbung nötigen Unterlagen, wie Klischees, Filme, Texte, Plakate, Folien, bemalte Platten usw. zeitgerecht und kostenfrei für den Auftragnehmer bereit zu stellen. Erfüllt der Auftraggeber diesen Punkt nicht oder teilweise nicht, werden die in Aussicht genommen bloßen Werbemedien voll kostenpflichtig beigestellt.

AUSSERORDENTLICHE KOSTEN
16. 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.

WEITERGABE VON WERBEFLÄCHEN
17. Eine Untervermietung oder Weitergabe gebuchter Werbeflächen an Dritte ist nicht gestattet.

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

PLAKATFORMATE
19. Für Plakate ab dem 16/1 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, 16/1 Bg. 238 x 336 cm, 24/1 Bg. 238 x 504 cm, 48/1 Bg. 238 x 1.008 cm, Sonderformate nach Vereinbarung

ZUSCHLÄGE FÜR SONDERFORMATE
20. Für Plakate ab 8/1 Bg., 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 affichiert werden. Die Verrechnung der bestellten Plakate wird jedoch nach Auftrag vorgenommen.

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

NICHT VERWENDETE PLAKATE
22. Die nicht verwendeten Plakate gehen, wenn nichts anders ausdrücklich schriftlich vereinbart wurde, in das Eigentum der USP Werbeges.m.b.H. über.

ERHEBUNG DES WERBEAUFWANDES
23. Die USP Werbeges.m.b.H. ist berechtigt, die Stückzahl der für den Auftraggeber zum Aushang gebrachten Plakate mit Angabe des Formates und der gebuchten Qualitätskategorie lt. OSA zum ausschließlichen Zweck der Werbeaufwanderhebung einschlägigen Instituten, die sich mit der Erhebung des Werbeaufwandes in sämtlichen klassischen Medien befassen, mitzuteilen.

DATENSCHUTZ
24. Im Zusammenhang mit der Geschäftsbeziehung zwischen Auftraggeber und der USP Werbeges.m.b.H. werden nachstehend angeführte Daten wie Titel, Name, Anschrift zum Zwecke einer Kundenevidenz, Zusendung von Informationsmaterial und für das Rechnungswesen über den Auftraggeber gespeichert. Die Übermittlung der angegebenen Daten erfolgt nur im Rahmen des Zahlungsverkehrs. Jede andere Form der Übermittlung bedarf der gesonderten Zustimmung des Auftraggebers. Die persönlichen Daten des Auftraggebers werden nur, soweit es gesetzlich zulässig ist, verwendet und weitergegeben.

TARIFE
25. 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 die USP Werbeges.m.b.H. direkt geleistete Zahlungen anerkannt.

ZAHLUNGSBEDINGUNGEN
26. Die USP Werbeges.m.b.H. behält sich 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 der USP Werbeges.m.b.H. 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, der USP Werbeges.m.b.H. den ihm hierdurch entstandenen Schaden, insbesondere die durch eine außergerichtliche Eintreibung entstandenen Kosten, zu ersetzen. Der USP Werbeges.m.b.H. 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 Vermögens abgewiesen wird, wobei das Entgelt für die Leistung, soweit sie erbracht wurde, sofort fällig ist.

STORNOBEDINGUNGEN
27. Aufträge können nur bis spätestens 10 Wochen vor, gemäß Auftragsbestätigung definiertem Starttag, gebührenfrei storniert werden. Bei Auftragsrücktritten zwischen der 10. und der 8. Woche vor Starttag wird eine Stornogebühr von 10 %, zwischen der 7. und der 5. Woche vor Starttag eine Stornogebühr von 20 %, zwischen der 4. und der 3. Woche vor Starttag wird eine Stornogebühr von 40 %, bei Auftragsrücktritten ab der 2. Wochen vor Starttag wird eine Stornogebühr von 100 %, jeweils der Brutto-Auftragssumme ohne Werbeabgabe in Rechnung gestellt. Dies gilt auch für Teilstorni für den stornierten Auftragsteil.
Diese Stornogebühr wird gutgeschrieben, wenn der Auftrag nach Verfügbarkeit im gleichen Umfang und zu den gleichen Konditionen innerhalb von 4 Monaten (jedoch im Kalenderjahr der diesbezüglichen erstmaligen Auftragserteilung) durchgeführt wird. Die Stornierung hat schriftlich zu erfolgen. Für die Rechtzeitigkeit gilt der Termin des Einlangens des Schreibens bei USP Außenwerbung. Die Stornierung kann per Post, Fax oder E-Mail mitgeteilt werden. Falls der Auftrag erst innerhalb von 4 Wochen vor Starttag gebucht wird, so kann eine gebührenfreie Stornierung innerhalb von 48 Stunden ab Buchung erfolgen. Ein Auftragsrücktritt nach dieser Frist zieht die Verrechnung einer Stornogebühr von 40 % mit sich, bei Auftragsrücktritten ab der 2. Wochen vor Starttag wird eine Stornogebühr von 100 % in Rechung gestellt. Bereits entstandene Produktionskosten sind in allen Fällen vollständig zu bezahlen.

VERGEBÜHRUNG DES VERTRAGES
28. Eine eventuell gesetzlich vorgeschriebene Vergebührung des Vertrages geht zu Lasten des Auftraggebers.

ERFÜLLUNGSORT
29. Erfüllungsort und Gerichtsstand für sämtliche Verpflichtungen beider Teile ist der Sitz der USP Werbeges.m.b.H.

BESONDERHEITEN CITYLIGHT
30. Das Plakatmaß beträgt 118,5 x 175 cm (in einem Stück, Hochformat). Die uneingeschränkte Sichtbarkeit beträgt 115 x 171 cm (Hochformat). Die Anlieferung muss flach auf Palette (nicht gefaltet) in einem Stück erfolgen. Die Standardpapierqualität für Citylight-Plakate ist gestrichenes Offsetpapier, weiß, matt, holzfrei, lichtdurchlässig mit einer Grammatur von mindestens 120g/m² bis maximal 140g/m². Es können auch Filmfolien (Großdias), wenn sie der angegebenen Größe entsprechen, verwendet werden. Die Anlieferung erfolgt 14 Tage vor Aushangbeginn. Die Aushangdauer beträgt eine Woche. Die Laufzeit beginnt jeweils am Donnerstag. Citylight wird in Netzen gebucht. Eine Selektion bzw. Buchung nach, wie unter Pkt. 3 angegebenen, Plakatstellenkategorien ist nicht möglich.

BESONDERHEITEN ROLLINGBOARD
31. Das Rollingboard (kurz RLB genannt) ist ein verglaster und hinterleuchteter Werbeträger, der mit einer Wechseltechnik ausgestattet ist, die eine Mehrfachbelegung ermöglicht. Für RLB gelten die Geschäftsbedingungen der USP Werbeges.m.b.H. mit den nachstehenden Besonderheiten.

32. Die Plakatgestaltung und Plakatproduktion: Das Sujet ist im Format 3.140 x 2.310 mm anzulegen. Die Schriften und die wichtigsten Elemente des Sujets sind in der uneingeschränkten Sichtfläche von 3.000 x 2.160 mm zu platzieren, da in einem Rahmen von 70 mm das Sujet teilweise durch ein verlaufendes Passepartout abgedeckt ist. Die Standardpapierqualität für ein RLB-Plakat wird durch die USP Werbeges.m.b.H. mit 170-200 g/m² vorgegeben. Die für den Druck verwendeten Materialien (Papier, Farbe) müssen den gesetzlichen österreichischen Bestimmungen entsprechen.

33.
1-teilig gedruckte Plakate sind im Maß von 3.170 x 2.340 mm geschnitten anzuliefern.
2-teilig gedruckte Plakate sind im Maß von 2.340 x 1.605 mm geschnitten anzuliefern.
Bei der Anlieferung der Plakate ist darauf zu achten, dass diese auf den Paletten flach liegen und die Vorderseiten der Plakate nach unten schauen, dass die Plakate je Hälfte geordnet und gleich ausgerichtet sind und dass die linken Hälften der Plakate auf den rechten liegen. Als Einlage zwischen den rechten und linken Teilen der Plakate ist Karton, zwischen den Paletten sind Holzplatten zu verwenden. Anlieferungstermin: 13 Tage vor Aushangbeginn. Sollte dieser Tag auf einen Feiertag fallen, 14 Tage vor Aushangbeginn.

34. Das RLB wird in Netzen gebucht. Eine Selektion bzw. Buchung nach den unter Punkt 3 angegebenen Plakatstellenkategorien ist nicht möglich.

35. Die Aushangdauer beträgt eine Woche. Die Laufzeit beginnt je nach Netz Dienstag, Mittwoch od. Donnerstag.

BESONDERHEITEN DAUERWERBUNG UND TRANSPORT MEDIA
36. Als Trägermaterial für Ihre Werbung sind nur ablösbare und deckende, zertifizierte Folien von 3M zugelassen. Die Verwendung von Klebebuchstaben ist nicht gestattet. Die Verwendung von Tagesleuchtfarben und reflektierenden Farben ist nicht gestattet. Jede Ähnlichkeit der Hinweistafeln mit offiziellen Verkehrszeichen ist nicht gestattet.

LAUFZEITEN DAUERWERBUNG
37. Dauerwerbungen haben ab Vertragsbeginn eine Laufzeit von mindestens einem Jahr oder länger. Die Laufzeit verlängert sich automatisch um ein Jahr, wenn sie nicht drei Monate vor Ablauf eingeschrieben gekündigt wird. Dauerwerbungen beginnen zum vereinbarten Zeitpunkt oder – falls ein solcher nicht vereinbart ist – mit dem Tag der Anbringung der Werbung.

38. Die Kosten für Instandhaltung (z.B. Reinigung oder Erneuerung) und Wiederherstellung bei Beschädigung bzw. Diebstahl usw. der Objekte gehen zu Lasten des Auftraggebers.

39. Montagearbeiten (Anbringung und Entfernung) an unseren Objekten sind ausnahmslos durch Beauftragte der USP Werbeges.m.b.H. durchzuführen. Für alle übrigen Montagen, die nicht durch die USP Werbeges.m.b.H. vorgenommen werden, haftet im Falle eventueller durch das Werbeobjekt verursachter Beschädigungen der Auftraggeber.

40. Nach Ablauf des Auftrages sind die Objekte wieder in den ursprünglichen Zustand zu versetzen. Die anfallenden Kosten gehen zu Lasten des Auftraggebers.

41. Bei Verkehrsmittelwerbung werden Linienwünsche nach Möglichkeit berücksichtigt, aus technisch-organisatorischen Gründen der Verkehrsmittelbetreiber kann jedoch keine Garantie für den ständigen Einsatz der Fahrzeuge auf den gewünschten Linien übernommen werden.

42. Für die Verkehrsmittelwerbung gilt ein Ausfallsatz von 10 %.

BESONDERHEITEN SONDERWERBEFORMEN
43. Für den Bereich Sonderwerbeformen gelten gesonderte / ergänzende Geschäftsbedingungen. Die Geschäftsbedingungen der USP Werbeges.m.b.H. entsprechen sinngemäß der vom Berufsgruppenausschuss Außenwerbung des Fachverbandes Werbung und Marktkommunikation herausgegebenen allgemeinen Geschäftsbedingungen.