

Allgemeine Bedingungen

1. ANWENDUNGSBEREICH, FORM, OBJEKT UND ABSCHLUSS DES VERTRAGS

- 1.1 Die vorliegenden allgemeinen Bedingungen gelten für jeden erteilten Vertrag und Auftrag für die Miete von Werbeflächen (nachstehend Vertrag genannt) zwischen TP Publicité SA sowie ihrer/Ihren Niederlassungen/ und ihren Kunden (nachstehend «Werbekunden» genannt) und bilden einen integrierenden Bestandteil davon. Bei einem Widerspruch hat der Vertrag zwischen TP Publicité SA und dem Kunden Vorrang.
- 1.2 Die zusätzlichen Bestimmungen sowie diejenigen, die gegen die vorliegenden verstanden, sind in den allgemeinen Bedingungen der Niederlassungen oder angegliederten Unternehmen aufgeführt.
- 1.3 Der Vertrag umfasst lediglich die Miete von Werbeflächen. Kosten für Grafik, Druck usw. gehen zu Lasten des Auftraggebers.
- 1.4 Der Mietvertrag für Werbeflächen ist nur in schriftlicher Form gültig.
- 1.5 Jede Abweichung von den vorliegenden allgemeinen Bedingungen muss unbedingt schriftlich abgefasst sein.
- 1.6 Der Vertrag gilt als abgeschlossen, sobald TP Publicité SA ihren Werbekunden den Auftrag schriftlich bestätigt und dieser von beiden Parteien unterschrieben ist.
- 1.7 TP Publicité SA behält sich das Recht vor, jede Werbung oder Nachricht abzulehnen oder einseitig zurückzuziehen.
- 1.8 TP Publicité SA behält sich das Recht vor, ihre Annahme von bestimmten Bedingungen abhängig zu machen; der Inhalt der Botschaft muss Artikel 3 entsprechen.

2. WERBEFLÄCHEN

- 2.1 Die zur Vermietung angebotenen Werbeflächen bestehen aus Oberflächen und Vorrichtungen. Diese sind integrierender Bestandteil der betriebenen Fahrzeuge, feste Installationen, Teile von Gebäuden für die Infrastruktur der betriebenen Fahrzeuge oder Eigentum Dritter, die TP Publicité SA das Recht auf ausschliessliche Verwendung für Werbezwecke gewährt haben.
- 2.2 Die Beschreibung und die technischen Eigenschaften dieser Werbeflächen kann man am Sitz von TP Publicité SA einsehen. Diese behält sich das Recht vor, jederzeit deren Format, Werbefläche oder Anzeigedauer zu ändern.

3. INHALT DER WERBEBOTSCHAFT

- 3.1 Bei jeder Werbung muss man den Auftraggeber klar, eindeutig und auf den ersten Blick erkennen.
- 3.2 Die Verantwortung für Inhalt und Form der Werbebotschaft liegt ausschliesslich beim Werbekunden und/oder bei seinem Mandatär. In den Reservierungen muss deshalb unbedingt Folgendes erwähnt sein: die rechtliche Qualität des Auftraggebers und der Organe, die ihn vertreten können, sowie der betroffene Aktivitätsbereich.
- 3.3 Der Werbekunde muss namentlich die bedingungslose Einhaltung der eidgenössischen, kantonalen und kommunalen gesetzgeberischen Verfügungen, Branchenbestimmungen sowie der vorliegenden allgemeinen Bedingungen und Bestimmungen der Ethikklauseln garantieren.
- 3.4 Der Werbekunde muss über politische und konfessionelle Aspekte einer Werbung informieren, oder jedes andere Objekt, das als sensibel betrachtet werden könnte.
- 3.5 TP Publicité SA kann jederzeit die vorherige Präsentation von Werbeprojekten und -botschaften verlangen. Wenn ein Dritter die Verantwortung von TP Publicité SA aufgrund des Inhalts in Frage stellt, ist der Werbekunde verpflichtet, jeden direkten oder indirekten Schaden, der TP Publicité SA entsteht, zu entschädigen.
- 3.6 Die Werbebotschaft darf, ohne Genehmigung der TP Publicité SA, keine Hinweise auf dritte Auftraggeber haben, gemäss dem Prinzip von «buy back», namentlich in Form von Firmennamen, Marken, Logos oder Produktennamen.
- 3.7 Bei der Vermietung von Werbeflächen durch TP Publicité SA müssen die «Ethikklauseln» respektiert werden, die integrierender Bestandteil dieser allgemeinen Bedingungen sind.
- 3.8 Im Falle von Zweifeln an der Auslegung dieser Klauseln wird die Ethikkommission von TP Publicité SA konsultiert.
- 3.9 Im Falle einer Ablehnung einer Werbebotschaft informiert TP Publicité SA den Werbekunden schriftlich oder per E-Mail und kann ihm Änderungen vorschlagen, sofern es sich nicht um eine Ablehnung im Sinne von Artikel 1 Absatz 1.7 handelt.
- 3.10 Im Falle einer behördlichen oder gerichtlichen Anordnung zur Rücknahme von Werbebotschaften wird der Werbekunde nicht von seinen Verpflichtungen gegenüber TP Publicité SA entbunden.

- 3.11 Falls TP Publicité SA oder einer ihrer Mitarbeiter einem Straf-, Zivil- oder Verwaltungsverfahren unterfällt, weil die Werbebotschaft nicht den gesetzlich in Kraft stehenden Bestimmungen entspricht, muss der Werbekunde die betreffende Partei von allen Ansprüchen befreien und den Schaden, einschliesslich die rechtliche Vertretung und Gerichtskosten sowie gegebenenfalls eine Genugtuung begleichen.

4. DATENSCHUTZ

- 4.1 Die TP Publicité SA vom Werbekunden anvertrauten Daten behandelt diese vertraulich. Sie verwendet diese ausschliesslich für den Abschluss und die Ausführung des Vertrags sowie für die Verwaltung der Kundenbeziehung und für statistische Zwecke.

5. BETRIEBSABLAUF

- 5.1 Auftrag
- TP Publicité SA sendet dem Werbekunden einen Vertrag. Dieser enthält die besonderen Bedingungen für die reservierten Werbemittel, Anzahl und Typ der Werbeflächen, ihren Preis, die Anzeigedauer sowie die Fristen und Lieferorte für das Werbematerial.
 - Spätestens eine Woche vor Beginn der Kampagne sendet ihm der Werbekunde an TP Publicité SA zurück, unterschrieben von ermächtigten Personen, damit er Vertragskraft hat. Es gelten auch Fax und E-Mail, sofern sie innerhalb der angegebenen Frist durch Zusendung des Vertrags mit Unterschriften ermächtigter Personen für rechtsgültig erklärt werden.
 - Die Anwendung von § 3.9 bleibt vorbehalten.
 - Schickt der Werbekunde den Vertrag nicht innerhalb der angegebenen Frist zurück, geht man davon aus, dass er auf die Reservierung der betreffenden Werbeflächen verzichtet.
 - Ist es nicht ausdrücklich anders erwähnt, gilt der Auftrag nie für bestimmte Linien oder Strecken. Insbesondere gibt es keinerlei Garantie dafür, dass die mit der Werbebotschaft versehenen Fahrzeuge auf bestimmten Linien fahren

5.2 Rückzug des Auftrags

- Gemäss folgenden Bedingungen kann der Werbekunde seinen Auftrag zurückziehen:
- Bis 17 Wochen vor der bestellten Anzeigedauer mittels Zahlung von 5% des vereinbarten Preises.
 - Zwischen 16 und 9 Wochen vor der bestellten Anzeigedauer mittels Zahlung von 10% des vereinbarten Preises.
 - Zwischen 8 und 7 Wochen vor der bestellten Anzeigedauer mittels Zahlung von 50% des vereinbarten Preises.
 - Ab 6 Wochen vor der bestellten Anzeigedauer oder nach Beginn der Anzeige wird der ganze vereinbarte Preis fällig.

5.3 Ausführung und Änderungen des Auftrags

- Der Werbekunde liefert auf seine Kosten das Werbematerial am vertraglich festgelegten Datum an den vertraglich festgelegten Ort. Es muss unbedingt mit den vereinbarten Materialien hergestellt sein. Unter «zugelassene Materialien» versteht man die erforderlichen Lieferanten. deren Liste gibt es auf der Website www.tppub.ch oder auf Anfrage.
- Der Werbekunde trägt sämtliche Mehrkosten für Lieferungen, die verspätet oder mangelhaft sind, nicht den technischen Erfordernissen oder diesen allgemeinen Bedingungen entsprechen. Er muss zudem den Betrag des Auftrags begleichen, auch wenn dieser teilweise oder gar nicht ausgeführt werden konnte.
- Vor allem entfernt TP Publicité SA Werbebotschaften, die nicht den allgemeinen Bedingungen und Bestimmungen der Berufspflicht entsprechen. Die dafür entstandenen Kosten gehen vollständig zu Lasten des Werbekunden.
- Inhaltliche Änderungen der Botschaft nach Artikel 3, die bereits in Arbeit sind, müssen von TP Publicité SA genehmigt werden.
- Jede Änderung der Anzeigedaten muss von TP Publicité SA validiert und genehmigt werden, insbesondere entsprechend von Verfügbarkeit, technischen Anforderungen oder verfügbaren Arbeitskräften.
- Alle Änderungen, die zu zusätzlichen Kosten führen können, gehen zu Lasten des Werbekunden.

- TP Publicité SA behält sich das Recht vor, den Zeitraum, in dem die Werbebotschaft angezeigt wird, um maximal eine Woche vorzuziehen oder zu verschieben (insbesondere aus technischen Gründen); die Anzeigedauer bleibt unverändert.
- TP Publicité SA wird nicht verfügbare Werbeflächen (einschliesslich solcher, deren Wirksamkeit dauerhaft vermindert ist) automatisch durch andere gleichwertige Standorte ersetzen. Geschieht dies nicht, stellt TP Publicité SA dem Werbekunden eine entsprechende Gutschrift aus.
- Diese Änderungen schliessen jeglichen Schadenersatz zu Gunsten des Werbekunden und berechtigten diesen nicht zum Rücktritt vom Vertrag.

6. UNTERBRÜCHE BEI DER ANZEIGE

- 6.1 Vorübergehende Unterbrüche bei der Anzeige aus irgendwelchen Gründen bilden keinerlei Grund für Entschädigungen an den Werbekunden.
- 6.2 Im Falle eines Unterbruchs von mehr als 10% der gesamten gebuchten Mietdauer, der nicht auf routinemässige Fahrzeugwartung zurückzuführen ist, wird die Mietdauer um die Dauer der Unterbrechung verlängert, sofern die Verfügbarkeit von Werbeflächen dies zulässt. Andernfalls wird der Vertragspreis anteilig reduziert. Jede zusätzliche Entschädigung zugunsten des Werbekunden ist ausgeschlossen.
- 6.3 Eine schadhafte Plakatierung oder eine Anzeige, die die Bedeutung und den Umfang der Werbebotschaft erheblich verändert, kann zum Ersatz durch gleichwertige Werbeflächen führen.

7. MIETTARIF

- 7.1 Der Miettarif für Werbeflächen ist Teil des Dokuments namens «Preisliste».
- 7.2 TP Publicité SA behält sich das Recht vor, ihre Preise jederzeit anzupassen.
- 7.3 Die Referenzpreise verstehen sich in Schweizer Franken exkl. MWST.
- 7.4 Die Mietpreise enthalten nicht:
- Steuern und Zölle;
 - Gebühren für zusätzliche Arbeit;
 - Technische Gebühren für Themenänderungen;
 - Die Kosten für Reparaturen;
 - Gebühren für verspätete oder nicht konforme Lieferungen (siehe Liste der genehmigten Materialien);
 - Gerichtliche oder administrative Anordnungen.
- Solche Kosten sind neben dem Verkaufspreis ausschliesslich vom Werbekunden zu tragen.

8. FAKTURIERUNG UND BEZAHLUNG

- 8.1 Die von TP Publicité SA in Rechnung gestellten Beträge sind 30 Tage nach Rechnungsdatum fällig und netto, ohne Skontoabzug zahlbar.
- 8.2 Die Zahlung erfolgt ausschliesslich mit Banküberweisung.
- 8.3 Im Falle von Zahlungsrückständen oder Nichtzahlung verweigert TP Publicité SA eine neue Kampagne.
- 8.4 Bei Zahlungsrückständen werden dem Werbekunden automatisch Mahnggebühren in Rechnung gestellt:
- Die 1. Mahnung mit einer Zahlungsfrist von 10 Tagen kostet CHF 5.-
 - Die 2. Mahnung mit einer Zahlungsfrist von 10 Tagen kostet CHF 10.-
 - Die 3. Mahnung mit einer Zahlungsfrist von 5 Tagen kostet CHF 35.-
- 8.5 Im Falle eines Verzugs des Werbekunden zieht TP Publicité SA die laufenden Werbebotschaften zurück.
- 8.6 Schadenersatz bleibt vorbehalten.
- 8.7 Insbesondere muss eine Anzahlung von 30% des Gesamtbetrags der Bestellung geleistet werden:
- von Vereinigungen;
 - von Werbekunden mit Wohn- oder Geschäftssitz im Ausland.

9. VERANTWORTUNG, VERSICHERUNGEN UND MATERIAL

- 9.1 Die Haftung von TP Publicité SA beschränkt sich auf die Vertragssumme.
- 9.2 TP Publicité SA schliesst jegliche Haftung aus bei Verlust, Diebstahl, Vandalismus, Verschmutzung oder Sachbeschädigung irgendwelcher Art von Werbebotschaften des Werbekunden und entsprechenden technischen Mitteln. Ohne ausdrücklich anderslautende Anweisung verfügt TP Publicité SA frei über Material, das nach der Anzeigedauer übrigbleibt.

10. KONTROLLE, FOTOMATERIAL

- 10.1 Ohne anderslautende Vereinbarung liefert TP Publicité SA keine Details für Präsenz und Strecke der Fahrzeuge mit der Werbebotschaft des Auftraggebers.
- 10.2 Alle Beanstandungen wegen nicht konformer Ausführung des Auftrags muss sofort TP Publicité SA gemeldet werden.
- 10.3 Auf Wunsch kann TP Publicité SA Fotos der Kampagne zum Selbstkostenpreis zur Verfügung stellen.

11. KRISENBESTIMMUNG

- 11.1 Bei schwerwiegenden Ereignissen wie Krieg, sozialen oder politischen Unruhen, Naturkatastrophen oder bei der Änderung von Regeln, welche die Werbeaktivitäten betreffen, werden die Vertragsbedingungen überarbeitet, um die Interessen beider Parteien zu wahren.

12. DIVERSES

- 12.1 Die vorliegenden allgemeinen Bedingungen ersetzen alle vorherigen Versionen von TP Publicité SA. TP Publicité SA behält sich das Recht vor, diese allgemeinen Bedingungen jederzeit zu ändern.
- 12.2 Die Ethikklauseln sind ein integraler Bestandteil der allgemeinen Bedingungen.
- 12.3 Im Streitfall kommt die bei Vertragsabschluss geltende Version zur Anwendung.

13. ANWENDBARES RECHT UND GERICHTSSTAND

- 13.1 Die Beziehungen zwischen TP Publicité SA und den Werbekunden unterstehen schweizerischem Recht.
- 13.2 AUSSER BEI DER BERUFUNG BEIM BUNDESGERICHT SIND NUR GEMäss GERICHTEN FÜR ALLFÄLLE STREITFÄLLE VERANTWORTLICH, DIE AUS DER INTERPRETATION UND/ODER NICHTERFÜLLUNG DER ABMACHUNGEN DER VORLIEGENDEN ALLGEMEINEN BEDINGUNGEN ENTSTEHEN KÖNNTEN.

Die Ethikklauseln

1. ABGELEHNT WERBEBOTSCHAFTEN

Die folgenden Werbebotschaften werden abgelehnt:

- 1.1 Wenn sie den Interessen von unabhängigen Besitzern von Werbeflächen schaden, sie bei der Ausübung ihrer Mandate behindern oder ihren Ruf beeinträchtigen könnten.
- 1.2 Für Tabak.
- 1.3 Geschmacklos, unästhetisch oder ungeheuerlich. Unter «geschmacklos, unästhetisch oder ungeheuerlich Werbebotschaften» versteht man solche, die der öffentlichen Ordnung schaden oder die Öffentlichkeit brüskieren könnten. Dazu gehören im Besonderen Werbebotschaften, deren Umsetzung Anreize wie Drogenkonsum, Gewalt, öffentliche Unruhe und Pornographie implizieren, solche mit unangemessenem Wortschatz oder mit Illustrationen, welche die Öffentlichkeit schockieren, solche, die Angst oder Furcht ausnützen oder schüren sowie solche, welche die Glaubwürdigkeit der Konsumenten ausnützen.

1.4 Die den unlauteren Wettbewerb fördern.

1.5 Die im Rahmen kantonalen oder eidgenössischer gesetzgeberischer Verfügungen oder Bestimmungen verboten sind.

2. AKZEPTIERTE WERBEBOTSCHAFTEN IM RAHMEN DER BEDINGUNGEN UNTER § 2.1 BIS 2.4

2.1 Politische Werbung in Genf

- 2.1.1 Der Werbekunde muss eine Partei, politische Gruppierung oder Vereinigung im Sinne von Artikel 60 ff. des Zivilgesetzbuches sein und gemäss Gesetz sowie seinen Bestimmungen ordnungsgemäss vertreten sein.
- 2.1.2 Im Rahmen von Artikel 2.1 stellt TP Publicité SA eine Werbefläche zur Verfügung. Diese respektiert die demokratischen Regeln und ist unabhängig von der politischen Richtung der Botschaft.

2.2 Konfessionelle Werbung in Genf

- 2.2.1 Der Werbekunde muss eine in der Schweiz offiziell anerkannte Konfession sein gemäss den in der Schweiz geltenden anerkannten Kriterien.
- 2.2.2 Die Werbebotschaften dürfen nur auf Tatsachen beruhen. Lassen sich diese mit Bekehrungseifer in Verbindung bringen, sind sie von vornherein abgelehnt. Abgelehnt werden können auch konfessionelle Werbebotschaften, welche die Gefühle von konfessionellen Gruppierungen oder Kirchen verletzen könnten, auch wenn diese in der Schweiz nicht offiziell anerkannt sind.
- 2.2.3 Hat TP Publicité SA Zweifel betreffend der Qualität des Werbekunden, konsultiert sie die Ethikkommission oder die Abteilung Infrastruktur (DI)

2.3 Gebührenpflichtige Telefonnummern und erotische Salons

- 2.3.1 Jede Botschaft im Zusammenhang mit gebührenpflichtigen Telefonnummern und erotischen Salons kann abgelehnt werden.

2.4 Werbung für leicht alkoholhaltige Getränke in Genf

- 2.4.2 Der Alkoholgehalt darf 15 Vol.-% nicht überschreiten.

2.5 Gemeinsame Bedingungen für politische, konfessionelle Werbung

- sowie solche im Zusammenhang mit gebührenpflichtigen Telefonnummern, erotischen Salons und Werbung für leicht alkoholhaltige Getränke zusätzlich zu den Verpflichtungen und Bestimmungen von § 2.1 bis 2.4
- 2.5.1 Die Werbebotschaft kann nicht vergleichend sein. Sie ist schlicht und höflich.
- 2.5.2 Die Angebote (Flächen, Tarife) von TP Publicité SA sind für alle Werbekunden dieselben.
- Die Aufträge werden gemäss Verfügbarkeit verbucht sowie nach dem buchhalterischen FIFO-Prinzip (first in, first out).
- 2.5.3 Die Werbebotschaften müssen TP Publicité SA mindestens 20 Tage vor Beginn der Kampagne zur Genehmigung unterbreitet werden.
- 2.5.4 Eine zusätzliche Genehmigungsfrist wird ausdrücklich vorbehalten.
- 2.5.5 Diese vorliegenden Ethikklauseln annullieren und ersetzen alle früheren gleichwertigen Dokumente.

Rechtsverbindlich ist nur die französische Version