

AGB für digitale Werbung.

1. Anwendbarkeit und Vertragsparteien.

Die AGB für digitale Werbung regeln die vertraglichen Beziehungen zwischen dem Inserenten und den SBB AG, Division Personenverkehr, Digital Business, Digital Advertising (nachfolgend „SBB Digital Advertising“ genannt) für Werbeaufträge auf den digitalen Plattformen der SBB AG resp. auf den durch SBB Digital Advertising vertretenen digitalen Plattformen der SBB AG. Als Werbeaufträge gelten insbesondere der Auftrag des Inserenten über die Schaltung eines oder mehrerer Werbemittel. Als integrierende Vertragsbestandteile dieser Werbeaufträge gelten die Regeln betreffend den Werbeaufträgen für die einzelnen zur Verfügung stehenden Werbeformate wie Tarif, Laufzeiten oder Spezifikationen (u.a. mit allfälligen Angaben zu Gestaltungsrichtlinien) zum gebuchten Werbemittel. Sofern nicht schriftlich etwas anderes vereinbart worden ist, kommen die vorliegenden AGB zur Anwendung.

2. Definitionen

Als *Werbetreibende* gelten einzelne Personen oder Unternehmen, die für sich, ihre Produkte und/oder Dienstleistungen oder die von ihnen vertriebenen Produkte und/oder Dienstleistungen werben.

Als *Werbeauftrag* gilt jeder Vertrag zwischen SBB Digital Advertising und dem Vertragspartner über eine Integration jeglicher Form von kommerzieller Kommunikation («Werbemittel») des Werbetreibenden in einen Werbeträger der digitalen Medien von SBB AG. Vertragspartner ist entweder der Werbetreibende selbst (mit oder ohne Stellvertretung durch eine Werbe- oder Media Agentur) oder eine Werbe- oder Media Agentur («Agentur»), sofern diese in eigenem Namen und auf eigene Rechnung handelt.

Als *Werbeträger* sind alle werberelevanten digitalen Medien zu verstehen, die von SBB Digital Advertising betrieben und vermarktet werden.

Ein *Werbemittel* kann aus einem oder mehreren der genannten Elemente bestehen:

- aus einem bewegten oder unbewegten Bild und/oder aus Text;
- aus einer sensitiven Fläche, die bei Anklicken die Verbindung mittels einer vom Vertragspartner genannten Online-Adresse zu weiteren Daten herstellt, die im Bereich des Werbetreibenden oder eines Dritten liegen.

Als Werbemitteln kommen grundsätzlich diejenigen Formate in Frage, die in der jeweils gültigen Preisliste –abrufbar unter www.sbb.ch/digitalewerbung – ausgewiesen sind. Sonderformate und -werbeformen sind nach Rücksprache und Prüfung durch SBB Digital Advertising möglich.

3. Agentur

Werbeaufträge von Agenturen im Namen und auf Rechnung des Werbetreibenden («Kunde der Agentur») sowie im Namen und auf Rechnung der Agentur werden von SBB Digital Advertising nur für namentlich genau bezeichnete Kunden angenommen. SBB Digital Advertising ist berechtigt, von Agenturen einen Mandatsnachweis zu verlangen. Ein von einer Agentur vertretener Kunde kann sich gegenüber SBB Digital Advertising nur durch Zahlung an SBB Digital Advertising von seiner Zahlungsverpflichtung befreien.

Die Agentur ist verantwortlich, dass ihr Kunde über seine Pflichten und Rechte, die sich aus sämtlichen Vertragsbestandteilen ergeben, informiert ist.

Soweit Werbeagenturen Werbeaufträge erteilen, kommt der Vertrag, soweit Unklarheit herrscht, mit der Werbeagentur selbst zustande.

Die Agentur verpflichtet sich, sich ihren Kunden gegenüber an die Abrechnungspflichten gem. Art. 400 und 401 des Obligationenrechts zu halten.

4. Auftragserteilung, Änderung und Sistierung von Werbeaufträgen.

Auftragserteilung, Änderung und Sistierung von Werbeaufträgen müssen schriftlich erfolgen, wobei im Rahmen dieser AGB bereits eine gegenbestätigte E-Mail an SBB Digital Advertising dem Schriftlichkeitserfordernis genügt. Vorbehältlich entgegenstehender individueller Vereinbarungen kommt der Vertrag durch das schriftliche Angebot durch SBB Digital Advertising und die anschliessende schriftliche Einverständniserklärung des Inserenten zustande. Inhaltliche und formelle Änderungen der Werbemittel sind grundsätzlich auch noch während der Auftragsabwicklung möglich, SBB Digital Advertising ist aber berechtigt, entstehende Kosten zusätzlich zu den für den ursprünglichen Auftrag anfallenden Vergütungen in Rechnung zu stellen.

Für den Werbeauftrag gelten ausschliesslich die vorliegenden AGB sowie die nachfolgenden aufgezählten Dokumente, die einen wesentlichen und integralen Vertragsbestandteil bilden:

- Auftragsbestätigung
- allenfalls bestehende Kundenvereinbarungen
- allenfalls bestehende Agenturvereinbarungen
- Werbemittelspezifikationen (abrufbar unter www.sbb.ch/digitalewerbung)

Sistierungen, Verschiebungen und Stornierung von Werbeaufträgen durch den Inserenten sind nur bis 3 Wochen vor Beginn der Werbeschaltungen grundsätzlich ohne Kostenfolge möglich; bei späterem Eintreffen des Anpassungswunsches ist die Vergütung für den ursprünglichen Auftrag dennoch zu 100% geschuldet. Verschiebungen stehen dabei unter dem Vorbehalt vorhandener Kapazitäten. Für die neue Aufschaltung gelten die jeweils aktuellen Konditionen und Preise von SBB Digital Advertising. Für Fehler in der Übermittlung der Werbeaufträge, Änderungen und Sistierungen übernimmt SBB Digital Advertising keine Haftung.

5. Platzierungswünsche.

Platzierungswünsche werden unverbindlich entgegengenommen. Die Verschiebung von Werbeaufträgen, ohne Rückfrage beim Inserenten, behält sich SBB Digital Advertising vor.

- 4.1. Für Platzierungsvorgaben, die nicht tariflich geregelt sind, wird ein Zuschlag erhoben. Sie werden nur nach vorheriger Absprache und Bestätigung verbindlich.
- 4.2. Kann eine bestätigte Platzierung aus technischen Gründen nicht eingehalten werden, wird der Inserent nach Möglichkeit im Voraus informiert.
- 4.3. Das Nichterscheinen eines Werbemittels, die Platzierung an einer anderen Stelle oder an einem anderen Datum sowie eine verspätete Auslieferung infolge technischer Störungen berechtigen nicht zur Geltendmachung irgendwelcher Schadenersatzansprüche.
- 4.4. Konkurrenzausschluss ist nicht möglich.

6. Veröffentlichung von Werbemitteln.

Der Inserent erlaubt SBB Digital Advertising bis auf Widerruf, die Werbemittel auf eigene oder fremde Online-Dienste einzuspeisen oder sonst wie zu veröffentlichen und zu diesem Zweck zu bearbeiten. SBB Digital Advertising behält sich jederzeit vor, Änderungen der Werbemittel zu verlangen oder Werbemittel bzw. Werbeaufträge ohne Angabe von Gründen abzulehnen bzw. zu sistieren (mögliche Gründe hierfür sind u.a. Inhalt, Herkunft oder technische Form, Verstösse gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen oder die Veröffentlichung für SBB Digital Advertising unzumutbar ist).

Nicht erlaubt ist zudem Werbung mit folgenden Inhalten:

- Sex und Erotik
- Nicht konzessionierte Spiel- und Wettanbieter
- Werbung, welche die Aufgaben der SBB AG direkt konkurrenziert, wobei der Entscheid, ob eine Konkurrenzierung vorliegt, im Ermessen von SBB Digital Advertising liegt.

Die Parteien behandeln sämtliche Informationen und Daten aus dem Vertragsverhältnis als vertraulich, die weder offenkundig noch allgemein zugänglich sind, auch wenn diese nicht als vertraulich gekennzeichnet sind. Im Zweifel sind sämtliche Informationen und Daten vertraulich zu behandeln. Vorbehalten bleiben gesetzliche Aufklärungspflichten. Die Pflicht zur Vertraulichkeit besteht schon vor Vertragsabschluss und gilt nach Beendigung des Vertragsverhältnisses weiter.

SBB Digital Advertising ist ermächtigt, die für die branchenüblichen Werbestatistiken notwendigen Angaben (Werbeformat, Laufzeit, Sprache, Tarif u.ä.) bezüglich digitaler Werbung an ein oder mehrere spezialisierte Institute zu liefern.

7. Politische Werbung.

Politische Werbung, die Meinungsbildung bzw. -beeinflussung im Hinblick auf Wahlen oder Abstimmungen bewirken sollen, müssen so frühzeitig vor dem Urnengang erscheinen, dass auch der Gegenseite die Möglichkeit geboten ist, vor dem Wahl- oder Abstimmungstermin Werbemittel zu platzieren. Im Übrigen gelten die Richtlinien von SBB Digital Advertising. Bei Unklarheiten ist während der Konzeption ein Layout an SBB Digital Advertising zur Abklärung zu senden.

8. Redaktionelle Beiträge.

Veröffentlichungen von redaktionellen Beiträgen können bei der Aufgabe von Werbemitteln nicht zur Bedingung gemacht werden.

9. Verantwortung für die Werbemittel.

Der Inserent ist für jede Benutzung der Dienstleistung über seinen Account verantwortlich, gegebenenfalls auch für die Benutzung durch Dritte. Der Inserent ist für den Inhalt der Werbemittel verantwortlich. Er ist verpflichtet, die einschlägigen gesetzlichen Bestimmungen, Richtlinien und Verbandsregeln der Branche einzuhalten und keine Rechte Dritter zu verletzen. Wird die Publizierung eines Werbesujets durch behördliche Verfügung ganz oder teilweise verboten oder kann die Publizierung sonst wie aufgrund eines behördlichen Bescheids, der die Interessen des Werbemittels berührt, nicht ausgeführt werden, so ist SBB Digital Advertising berechtigt, die Ausführung des Auftrags zu verweigern oder zu sistieren.

Der Inserent stellt, soweit rechtlich möglich, SBB Digital Advertising und dessen Hilfspersonen von jeglichen Ansprüchen Dritter frei. Wird SBB Digital Advertising gerichtlich belangt, ist der Inserent verpflichtet, nach erfolgter Streitverkündung dem Prozess beizutreten. Der Inserent ist in jedem Fall verpflichtet, sämtliche im Zusammenhang mit Ansprüchen Dritter oder dem Vorgehen von Behörden anfallenden gerichtlichen und aussergerichtlichen Kosten zu übernehmen.

10. Gegendarstellungsrecht.

Gegendarstellungsbegehren zu Werbemitteln werden von SBB Digital Advertising so weit möglich in Absprache mit dem Inserenten behandelt. Wird SBB Digital Advertising gerichtlich belangt, ist der Inserent verpflichtet, nach erfolgter Streitverkündung dem Prozess beizutreten. Der Inserent ist in jedem Fall verpflichtet, sämtliche im Zusammenhang mit einer Gegendarstellung anfallenden gerichtlichen und aussergerichtlichen Kosten zu übernehmen.

11. Vorschriften über die Gestaltung.

Vorschriften über die Gestaltung können im Rahmen der technischen Möglichkeiten entgegengenommen werden. Werbemittel müssen für die Leser deutlich als solche erkennbar sein und vom redaktionellen Teil in Gestaltung und Schrift unterschieden werden können. SBB Digital Advertising behält sich eine zusätzliche Kennzeichnung durch eine Überschrift «Inserat», «Anzeige», «Werbung», «Publireportage», «Promotion», «Wettbewerb», «Advertisement», «Advertical», «Sponsored Content» o.ä. vor. Das Logo oder der Name von SBB Digital Advertising und damit einhergehend der SBB AG sowie der Produkte und Websites der SBB AG, dürfen nur mit schriftlichem Einverständnis von SBB Digital Advertising in den Werbemitteln verwendet werden.

12. Anlieferung.

Anlieferung der Werbemittel muss spätestens bis zum im Tarif genannten Zeitpunkt erfolgen, andernfalls kann die Aufschaltung nicht termingerecht erfolgen. Für Fehler in der Übermittlung der Werbeformate übernimmt SBB Digital Advertising keine Haftung.

13. Störungen, Fehler, Mängel/Gewährleistung/Haftung.

SBB Digital Advertising ist um eine dem jeweils üblichen technischen Standard entsprechende bestmögliche Wiedergabe der Werbemittel bestrebt und bemüht sich, Störungen, Fehler und Mängel möglichst rasch zu beheben. Dem Inserenten ist bekannt, dass es nach dem Stand der Technik nicht möglich ist, jederzeit die Verfügbarkeit der Systeme und eine fehlerfreie Wiedergabe zu erbringen. SBB Digital Advertising gewährleistet keine Verfügbarkeit und keine Fehler-, Mängel- oder Störungsfreiheit. Kann ein Auftrag aus Gründen nicht erfüllt werden, die SBB Digital Advertising nicht zu vertreten hat, so hat

der Auftraggeber kein Anrecht auf eine Entschädigung. Ausser bei Grobfahrlässigkeit oder Absicht ist jegliche Haftung von SBB Digital Advertising wegbedungen. Die Haftung ist zudem im Haftungsfall auf direkte Schäden beschränkt und betragsmässig auf maximal die Rückerstattung der durch den Inserenten für den betreffenden Werbeauftrag geleisteten Vergütung bzw. die Gewährung einer entsprechenden Gutschrift für die Schaltung von Werbemitteln.

Nicht gehaftet wird insbesondere, wenn Mängel: bloss unwesentlich sind, z.B. weder Sinn noch die Werbewirkung des Werbemittels wesentlich beeinträchtigen; durch Störungen der Kommunikationsnetze (z.B. Leitungs- oder Stromausfall) verursacht werden; durch Verwendung einer nicht geeigneten Software/Hardware des Lesers (z.B. Browser) hervorgerufen werden; bei Dritten oder von SBB Digital Advertising durch Rechner- oder Softwareausfall auf Grund Systemversagens oder Leitungsausfall hervorgerufen werden. Ist ein Ausfall durch den Ad-Server verursacht und erstreckt er sich über einen erheblichen Zeitraum (mehr als 10% der gebuchten Zeit) einer zeitgebundenen Festbuchung wird SBB Digital Advertising versuchen, den Ausfall an Medialeistung nachzuliefern oder den Insertionszeitraum zu verlängern, sofern dies den Interessen des Inserenten entspricht. Hat der Ausfall des Ad-Servers keinen Einfluss auf die AdImpressions, werden diese also dennoch erreicht, so erfolgt keine Nachlieferung bzw. Verlängerung. Im Falle des Scheiterns einer Nachlieferung innerhalb des ursprünglich gebuchten bzw. verlängerten Insertionszeitraums, entfällt die Zahlungspflicht des Inserenten für die in dem Zeitraum nicht realisierten bzw. durchschnittlich nicht angefallenen Medialeistungen. Weitergehende Ansprüche des Inserenten sind auch in diesem Fall ausgeschlossen.

Insbesondere für Werbemittel, die infolge fehlender oder ungeeigneter Publikationsvorlagen (zu feine Raster, zu feine Linien, zu kleine Schrift usw.) nicht einwandfrei erscheinen, und für Abweichungen, die durch die technischen Gegebenheiten des Publikationsverfahrens bedingt sind (z.B. Abweichungen in der Farbgebung), kann keine Haftung übernommen werden. Dies gilt ebenso für Werbemittel, deren Qualität von SBB Digital Advertising beanstandet wurde und die trotz Intervention nicht durch einwandfreies Material ersetzt wurden.

Die neue deutsche Rechtschreibung wird angewendet. Von SBB Digital Advertising bearbeitete Reportagen (bspw. E-Newsletter) werden, ohne ausdrücklichen Wunsch des Auftraggebers, nach den neuen Richtlinien veröffentlicht. Für Übersetzungsfehler aus fremdsprachigen Vorlagen übernimmt SBB Digital Advertising keine Verantwortung.

Die Verträge zwischen Auftraggeber und SBB Digital Advertising sind abhängig von den jeweils für SBB Digital Advertising gültigen Konzessionsvorschriften. Kann ein Auftrag daher nicht oder nur teilweise ausgeführt werden, so berechnet SBB Digital Advertising nur den ausgeführten Teil des Auftrages; SBB Digital Advertising ist aber nicht zur Zahlung irgendwelcher Entschädigungen oder Aufwendungen verpflichtet. Ist SBB Digital Advertising die Nutzung eines Werbemittels überhaupt verunmöglicht, so gilt ein sich darauf beziehender Vertrag als entschädigungslos aufgehoben.

14. Datenschutz

Bei der Bearbeitung von persönlichen Daten der Endkunden halten sich SBB Digital Advertising und der Vertragspartner an das schweizerische Datenschutzgesetz und – soweit anwendbar- an das schweizerische Fernmeldegesetz.

Der Vertragspartner trifft angemessene Massnahmen zur technischen Sicherung der Endkundendaten.

Der Vertragspartner wird hiermit davon unterrichtet, dass die im Rahmen der Inanspruchnahme der Leistungen von SBB Digital Advertising, insbesondere die der Auftragserteilung und -bearbeitung angegebenen personenbezogenen Daten ausschliesslich zu dem Zwecke maschinenlesbar gespeichert, verarbeitet und genutzt werden, zu dem der SBB Digital Advertising diese angegeben wurden, sofern keine Einwilligung in eine andere Nutzungsart erteilt wurde sowie zum Zwecke der Abrechnung und Vergütung.

SBB Digital Advertising ist berechtigt, die personenbezogenen Daten des Vertragspartners zu erheben, zu verarbeiten, zu speichern und zu nutzen, soweit dies erforderlich ist, um dem Vertragspartner die Werbeschaltung und die Inanspruchnahme der Leistungen von SBB Digital Advertising zu ermöglichen und um eine Abrechnung vornehmen zu können. Ferner ist SBB Digital Advertising berechtigt, auf diese zur Erhaltung seiner Betriebsfähigkeit zuzugreifen. SBB Digital Advertising gewährleistet die vertrauliche Behandlung dieser Daten.

SBB Digital Advertising verpflichtet sich ihrerseits gemäss allgemeinen Datenschutzbestimmungen, die ihr aus dem Nutzungsverhältnis bekannt werdenden Daten des Vertragspartners, vorbehaltlich einer anderweitig erteilten Einwilligung, nur für die Erfüllung der Zwecke dieser AGB zu verwenden, das Datengeheimnis zu wahren und seine Mitarbeiter entsprechend zu verpflichten, soweit dies gesetzlich erforderlich ist.

Um feststellen zu können, inwiefern das Angebot für den Vertragspartner von Interesse ist und verbessert werden kann, werden allgemeine, nicht-personenbezogene, insbesondere statistische Daten über die Nutzung der Online-Leistungen von SBB Digital Advertising festgehalten.

15. Mängelrüge.

Der Inserent hat das geschaltete Werbemittel unverzüglich nach der ersten Schaltung zu prüfen und etwaige Mängel zu rügen. Die Rügefrist beginnt bei offenen Mängeln mit der Aufschaltung des Werbemittels und ist sofort zur Anzeige zu bringen. Unterlässt der Inserent die unverzügliche Mängelrüge, so gilt die Erfüllung des Auftrags als genehmigt. Reklamationen betreffend Rechnungsstellung werden nur innerhalb 10 Tagen nach Rechnungsstellung angenommen.

16. Berechnung.

Die Berechnung der Werbemittel erfolgt gemäss Tarif. Soweit Messungen z.B. von „Ad-Impressions“ erfolgen, sind die Messungen und Zählerstände von SBB Digital Advertising massgeblich.

17. Preise, Rabattierung und Zahlungskonditionen.

Preisänderungen bleiben vorbehalten. Sämtliche Preisangaben verstehen sich exkl. Mehrwertsteuer. Sofern keine gegenteilige Vereinbarung vorliegt, sind die Rechnungen innerhalb von 30 Tagen rein netto zu bezahlen. Unberechtigte Skontoabzüge werden nachgefordert. SBB Digital Advertising behält sich das Recht vor, die Zahlung bereits bei der Auftragserteilung zu verlangen.

- Es gelten die Rabattierungen gemäss Tarif.
- Bei Nichterfüllung oder verspäteter Erfüllung von vertraglichen Verpflichtungen durch den Auftraggeber kann SBB Digital Advertising nach erfolgloser Mahnung den Vertrag auflösen und neben dem Rechnungsbetrag den Ersatz weiteren Schadens verlangen.
- Bei Zahlungsverzug werden eine Mahngebühr von CHF 50.- sowie 5% Verzugszins in Rechnung gestellt. Bei Betreuung, Nachlassstundung und Konkurs entfallen Rabatte und Vermittlerprovisionen. Bereits ausbezahlte Vermittlerprovisionen werden zurückgefordert.
- SBB Digital Advertising behält sich jederzeit vor, die Bonität von Inserenten zu überprüfen.

18. Änderungen der AGB's; Tarifänderungen.

SBB Digital Advertising ist berechtigt, die Insertionsbedingungen, den Tarif sowie allfällige weitere Regelungen jederzeit zu ändern. Die geänderten Insertionsbedingungen, Regelungen und Tarife treten für alle Inserenten gleichzeitig in Kraft und werden auf vereinbarte, aber noch nicht laufende Werbeaufträge angewendet. Der Inserent hat jedoch das Recht, bei Änderungen der Preise innerhalb von 2 Wochen seit Bekanntgabe der neuen Preise vom Vertrag zurückzutreten. In diesem Fall hat er nur Anrecht auf Rückvergütung der bis zum betreffenden Zeitpunkt noch nicht bezogenen Medialeistungen und den Rabatt, der gemäss Rabattskala den effektiv bezogenen Medialeistungen entspricht. SBB Digital Advertising bleibt frei, jederzeit insbesondere die zur Buchung zur Verfügung gestellten Werbegefässe zu ändern oder Werbegefässe ganz oder teilweise aus dem Angebot zu entfernen. Werden bereits gebuchte Werbegefässe während der vorgesehenen Insertionsdauer durch SBB Digital Advertising wesentlich geändert oder eingestellt, erhält der Inserent für die bei Inkraftsetzung der neuen Regelung noch nicht bezogenen Medialeistungen eine Gutschrift, die er unmittelbar für die Buchung der geänderten oder übrigen Werbegefässe derselben Websites verwenden kann.

19. AGB des Inserenten.

Allfällige AGB des Inserenten sind wegbedungen, selbst wenn der Inserent sich auf eigene AGB bezieht und SBB Digital Advertising es unterlässt, ausdrücklich zu widersprechen oder die AGB des Inserenten (erneut) ausdrücklich wegzubedingen.

20. Vorzeitige Vertragsauflösung.

Stellt ein Werbeträger während der Vertragsdauer sein Erscheinen ein, kann SBB Digital Advertising ohne Ersatzverpflichtung vom Vertrag zurücktreten. Eine vorzeitige Vertragsauflösung entbindet den Inserenten nicht von der Bezahlung der erschienenen Werbemittel. Es werden keine Rabattnachbelastungen, aber Vergütungen vorgenommen, sofern zum Zeitpunkt der Vertragsauflösung eine höhere Rabattstufe erreicht wird.

21. Salvatorische Klausel.

Erweisen sich einzelne Bestimmungen dieser AGB als ungültig oder rechtswidrig, so wird die Gültigkeit der AGB davon nicht berührt. Die betreffende Bestimmung soll in diesem Fall durch eine wirksame, wirtschaftlich möglichst gleichwertige Bestimmung ersetzt werden.

22. Anwendbares Recht und Gerichtsstand.

Auf das Vertragsverhältnis ist ausschliesslich Schweizerisches Recht anwendbar. Der Gerichtsstand ist Bern.

Stand Januar 2020