

# Allgemeine Geschäftsbedingungen

Die Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Adtrac AG gliedern sich wie folgt:

A.	Allgemeine Bestimmungen	2
B.	Spezielle Bedingungen für Vertragsbeziehungen mit Werbepartner	5
C.	Spezielle Bedingungen für Vertragsbeziehungen mit Inventarpartner	10
D.	Spezielle Bedingungen für Nutzung der Software durch DSP's und SSP's	14
E.	Spezielle Bedingungen für den Gebrauch der Webseite	14
F.	Abschliessende Bestimmungen	15

## A. Allgemeine Bestimmungen

### 1. Anwendung und Hierarchie

- 1.1. Diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen («AGB») der Adtrac AG («Adtrac») finden auf alle Vertragsbeziehungen zu Kunden im Zusammenhang mit Lieferungen und Leistungen Anwendung und gelten als Vertragsbestandteil, soweit nicht in einer Individualvereinbarung schriftlich etwas anderes vereinbart ist. Die AGB gelten auch für künftige Geschäftsbeziehungen zu Kunden, ohne dass Adtrac bei jedem einzelnen Vertrag mit diesem Kunden separat auf deren Geltung hinzuweisen hat.
- 1.2. Die AGB sind als Rahmenvereinbarung ausgestaltet. Allfällige Individualvereinbarungen gehen den vorliegenden AGB vor. Soweit detailliertere Bestimmungen in den speziellen Bedingungen dieser AGB vorliegen, gehen diese den allgemeinen Bestimmungen vor.
- 1.3. Entgegenstehende oder abweichende Bedingungen des Kunden werden nicht anerkannt, sofern diesen vorgängig nicht ausdrücklich und schriftlich zugestimmt wurde.

### 2. Definitionen

- 2.1. In den vorliegenden AGB's werden die nachfolgend aufgeführten Begriffe wie folgt verwendet:

Agentur	Werbe- oder Medienagenturen, welche für Werbetreibende Werbung platzieren.
Inventar / Werbeträger	Gesamtheit der elektronischen Medien, Screens, etc., die der Verbreitung von Werbemitteln dienen und über welche der Inventareigner verfügt.
Inventareigner	Natürliche oder juristische Personen, die ihr Inventar ganz oder teilweise Adtrac zur Vermarktung überlassen. Dies kann direkt oder über einen Vermarkter geschehen.
Inventarpartner	Inventareigner oder Vermittler
Unangebrachte Werbemittel	Unangebrachte Werbemittel sind solche, deren Inhalt unsittlich oder rechtswidrig ist, insbesondere Gewaltdarstellungen; pornografische oder rassistische Inhalte; Aufrufe zur Gewalt oder zu Straftaten; Spiele und Wetten, die gegen das Lotteriegesez verstossen; unverlangte Werbesendungen (Spam); Inhalte, die Rechte Dritter verletzen, wie insbesondere Urheber-, Marken-, Design-, Patent- oder Persönlichkeitsrechte; Inhalte, die gegen das Gesetz gegen unlauteren Wettbewerb oder massgebende Werbevorschriften wie z. B. für Tabak-, Alkohol-, Heilmittel-, Lebensmittelwerbung etc. verstossen.
Vermarkter	Natürliche oder juristische Personen, welche im Auftrag der Inventareigner deren Inventar im Werbemarkt platzieren.
Vermarktungsauftrag	Vertrag zwischen Adtrac und dem Inventarpartner über eine Integration von Werbemitteln des Werbetreibenden in einen Werbeträger des Inventarpartners.
Vertragspartner	Auf der Nachfrageseite der Werbetreibende selbst oder eine Agentur; auf der Angebotsseite der Inventareigner selbst oder ein Vermarkter.



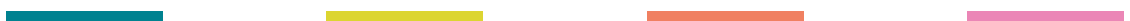
Werbeauftrag	Vertrag zwischen Adtrac und dem Werbepartner über eine Integration von Werbemitteln des Werbetreibenden in einen Werbeträger des Inventarpartners.
Werbemittel	Die auf den Werbeträgern anzuzeigende Datei oder Dateien des Werbeauftrags.
Werbepartner	Werbetreibender oder Agentur
Werbetreibender	Natürliche oder juristische Personen, die für sich, ihre Produkte und/oder Dienstleistungen oder die von ihnen vertriebenen Produkte und/oder Dienstleistungen werben und dafür die Produkte und Dienstleistungen der Adtrac in Anspruch nehmen. Dies kann direkt oder über eine Agentur geschehen.
Zielgruppe	Ein Segment des Publikums definiert anhand der soziodemographischen Kriterien Alter und äusseres Geschlecht.

### 3. Leistungsspektrum

- 3.1. Adtrac erbringt aufgrund gesonderter Beauftragung durch den Vertragspartner diverse Dienstleistungen im Rahmen der Platzierung von Werbung auf Werbeträgern der Inventareigner. Dazu kann Adtrac auch die Dienste eines Webshops anbieten oder den Anschluss an externe Buchungsplattformen oder Marktplätze herstellen.
- 3.2. Der konkrete Leistungsumfang eines Individualauftrags ergibt sich aus der Offerte oder der Auftragsbestätigung der Adtrac. Spätere Abweichungen von der Offerte oder Auftragsbestätigung müssen schriftlich vereinbart werden, soweit es sich nicht um rein technische Abweichungen handelt, die keine Auswirkungen auf den Leistungsumfang oder die Vergütung haben.
- 3.3. Adtrac erbringt ihre Leistungen – sofern diese nicht digitalisiert abgewickelt werden – während der normalen Bürozeit (08:00 – 12:00 / 13:00 – 17:00) ausserhalb der gesetzlichen Feiertage am Sitz der Adtrac von Montag bis Freitag.

### 4. Leistungsqualität, Schlechtleistung

- 4.1. Die im Werbeauftrag festgehaltenen Ausstrahlungszeiten, Intervalle und Werbeträger sind als Indikation zu verstehen und können nicht garantiert werden. Adtrac wird sich jedenfalls bemühen, beim Ausfall einzelner Werbeträger oder einer zeitlichen Verschiebung für gleichwertigen Ersatz zu sorgen. Adtrac gewährleistet keine unterbruchs- und störungsfreie Verfügbarkeit der Werbemittel auf den Werbeträgern.



- 4.2. Gegenüber Inventarpartnern kann die Adtrac keine Mindestauslastung garantieren.
- 4.3. Mängel oder sonstige Pflichtverletzungen bei der Leistungserbringung durch Adtrac AG werden nach Wahl von Adtrac in aller Regel durch erneute Leistung behoben. Falls eine mangelfreie Leistung auch nach zwei Versuchen nicht gelingt, hat Adtrac das Recht, die Vergütung angemessen zu mindern oder der Werbepartner kann vom Werbeauftrag zurückzutreten. Bisher erbrachte Leistungen sind jedenfalls angemessen zu entschädigen.
- 4.4. Soweit gesetzlich zulässig verjähren Ansprüche wegen Mängeln oder sonstiger Pflichtverletzungen von Adtrac AG nach einem Jahr.

## 5. Haftung

- 5.1. Adtrac haftet nicht für einen vom Vertragspartner angestrebten wirtschaftlichen oder sonstigen Leistungserfolg. Die Leistungen werden durch Adtrac mit der gebotenen Sorgfalt und entsprechend dem in der Industrie gültigen Standard erbracht.
- 5.2. Die Haftung der Adtrac ist, soweit gesetzlich zulässig, auf Absicht und grobe Fahrlässigkeit beschränkt. Eine Haftung für Hilfspersonen ist ausgeschlossen. Die Haftung der Adtrac unter einem bestimmten Vertrag ist beschränkt auf die Summe des unter diesem Vertrag durch den Werbepartner zu zahlenden Betrages, jedenfalls auf maximal CHF 30'000 pro Schadenereignis.
- 5.3. Die Haftung für Schäden aus höherer Gewalt ist ausgeschlossen. Als höhere Gewalt gelten insbesondere auch Strom- oder Netzausfall, Auftreten schädlicher Software (z. B. Virenbefall) oder Missbrauch durch Dritte (z.B. Hacker, Computerviren).
- 5.4. Bei leicht fahrlässiger Verletzung seiner Vertragspflichten haftet Adtrac nur, sofern eine Pflicht verletzt wird, deren Einhaltung für die Erreichung des Vertragszwecks von besonderer Bedeutung ist. Bei Verletzung einer solchen Pflicht haftet Adtrac nur für solche Schäden, mit denen im Rahmen der Leistungserbringung typischerweise gerechnet werden muss.
- 5.5. Soweit die Werbemittel nicht auf einem Server von Adtrac liegen, sondern durch den Server eines Dritten ausgeliefert werden und der Vertragspartner Adtrac das Werbemittel direkt auf dem Server des Vertragspartners bzw. des Dritten bereitstellt, übernimmt Adtrac keine Haftung für die richtige und rechtzeitige Auslieferung der Daten und die Datensicherheit.
- 5.6. Die Haftung für Drittschäden und Mängelfolgeschäden (entgangener Gewinn, Betriebsunterbrechung, Verdienstaufschlag, usw.) ist im Rahmen des gesetzlich zulässigen ausgeschlossen.
- 5.7. Adtrac haftet nicht für den Verlust von Daten, sofern der Kunde nicht nachweist, dass der Datenverlust trotz ordnungsgemässer Datensicherung durch den Kunden eingetreten ist. Jedenfalls ist der Haftungsumfang bei Datenverlust auf den typischen Wiederherstellungsaufwand beschränkt, der bei regelmässiger Anfertigung von Sicherungskopien eingetreten wäre.

## **6. Schadloshaltung**

- 6.1. Der Vertragspartner verpflichtet sich, Adtrac uneingeschränkt schadlos zu halten, sofern der Vertragspartner die in den AGB enthaltenen Bestimmungen verletzt und dadurch bei Adtrac oder Dritten ein Schaden entsteht.
- 6.2. Wird Adtrac, ein Organmitglied oder ein Mitarbeiter von Adtrac wegen der Rechtswidrigkeit von Informationen des Vertragspartners oder wegen fehlender Zustimmung Dritter straf-, zivil- oder verwaltungsrechtlich haftbar, so stellt der Vertragspartner die Betroffenen von allen Ansprüchen frei und hält sie vollumfänglich schad- und klaglos.

## **7. Geheimhaltung**

- 7.1. Der Vertragspartner und Adtrac sind verpflichtet, Informationen über die jeweils andere Partei, die sie im Rahmen der Durchführung der Leistungserbringung erlangen, geheim zu halten und alle angemessenen Vorkehrungen zum Schutz solcher geheimhaltungsbedürftiger Informationen und Unterlagen vor unberechtigter Weiterleitung, Wiedergabe oder Gebrauch zu treffen.
- 7.2. Bei geheimhaltungsbedürftigen Informationen und Unterlagen handelt es sich nicht um Informationen, die Dritten allgemein bekannt sind, die rechtmässigerweise von Dritten erhalten wurden, die Dritten ohne Verstoss gegen Geheimhaltungsvereinbarungen allgemein zugänglich gemacht wurden, die nachweislich bereits bekannt waren oder unabhängig von einer Partei vor Erhalt der Geheimhaltungsbedürftigkeit Unterlagen der jeweils anderen Partei entwickelt wurden.

## **8. Angebots- und Preisänderungen**

- 8.1. Adtrac steht es frei, Preisänderungen vorzunehmen und ihre Werbeträger jederzeit zu ändern sowie ganz oder teilweise aus dem Angebot zu entfernen. Preisänderungen gegenüber den publizierten Tarifen sind jederzeit möglich. Für rechtsverbindlich zustande gekommene Werbeaufträge sind die Preisänderungen nicht wirksam. Preisanpassungen infolge Änderung der Abgabesätze (z. B. Erhöhung der Mehrwertsteuer) gelten nicht als Preiserhöhungen.
- 8.2. Eine Weiterentwicklung eines Werbeträgers oder eine angemessene Anpassung eines Werbemittels aus sachlichen Gründen gilt nicht als Vertragsänderung. Die Angemessenheit einer Weiterentwicklung bzw. Anpassung – z. B. im Rahmen einer Umgestaltung eines Werbeträgers – wird vermutet.

## **9. Datenschutz**

- 9.1. Die Erhebung, Verarbeitung und Nutzung von Daten durch Adtrac beispielsweise über Sensorik geschieht ausschliesslich in Übereinstimmung mit der schweizerischen Datenschutzgesetzgebung und – sofern massgebend – der DSGVO und anderer nationalen oder internationalen Vorgaben.

- 9.2. Der Vertragspartner sichert Adtrac zu, sich an die jeweils anwendbare Datenschutzgesetzgebung zu halten und bestätigt insbesondere, dass sämtliche von ihm zur Verfügung gestellten Daten in Übereinstimmung mit den rechtlichen Vorgaben erhoben worden sind und von Adtrac zur Erfüllung ihrer Leistungspflicht verwendet werden dürfen. Adtrac verpflichtet sich, vom Vertragspartner erhaltene Daten, vorbehaltlich einer anderweitig erteilten Einwilligung, nur zur Erfüllung des Werbe- oder Inventarauftrages zu verwenden. Darin eingeschlossen ist die Verwendung und Bearbeitung von Daten für Marketingzwecke.
- 9.3. Der Werbe- und Inventarpartner nimmt zustimmend davon Kenntnis, dass Adtrac Daten zur Erstellung von Werbestatistiken verwenden und an Dritte weiterleiten darf.

## **B. Spezielle Bedingungen für Vertragsbeziehungen mit Werbepartner**

### **10. Anwendungsbereich**

- 10.1. Diese speziellen Bedingungen für Vertragsbeziehungen mit Werbepartnern finden Anwendung auf alle Vertragsbeziehungen zu Werbetreibenden respektive Agenturen im Zusammenhang mit den von Adtrac angebotenen Dienstleistungen zur Platzierung von Werbung der Werbepartner auf Werbeträgern der Inventareigner, soweit nicht in einer Individualvereinbarung schriftlich etwas anderes vereinbart ist.

### **11. Produktdefinition, Leistungsversprechen und Prioritätsregeln**

- 11.1. Adtrac's Angebot ist auf die programmatische Abwicklung von Kampagnen auf digitalen Werbeflächen (DOOH) ausgerichtet. Dabei werden drei Auftragsformen angeboten: Fixbuchung, Zielgruppenpakete und programmatische Einzelkäufe. Adtrac kann weitere Auftragsformen zur Verfügung stellen und wird diese dem Werbepartner separat offerieren, soweit sie nicht durch vorliegende AGB's abgedeckt sind. Jedes Angebot an einen Werbepartner setzt die technischen Verfügbarkeiten des jeweiligen Netzwerkanbieters voraus.
- 11.2. Die Fixbuchung ist darauf ausgerichtet, eine vordefinierte Anzahl Ausspielungen an den geplanten Standorten in einem genau definierten Zeitraum oder Zeiträumen zu erbringen. Die Ausspielungen werden in diesen Zeiträumen verteilt ("Loops"). Der Preis für diese Auftragsform ist ab Buchung fix. Verpasste Ausstrahlungen aufgrund temporärer Ausfälle von Standorten werden in der Schlussrechnung abgezogen. Es besteht keine Garantie über das Personenaufkommen vor Ort (Kontaktleistung) oder den daraus resultierenden Tausenderkontaktpreis (TKP).
- 11.3. Zielgruppenpakete ("Smart Targeting") sind Abkommen zu einer Zielgruppe, einem fixen Budget und einem fixen TKP. Der Werbepartner kann bei dieser Auftragsform einzelne Standorte und Ausstrahlungszeiten ausschliessen. Wann und wo die Ausstrahlungen genau stattfinden, ist hingegen abhängig von der Verfügbarkeit der Flächen und den Bewegungen der Zielgruppe. Kontakte ausserhalb der Zielgruppe werden dem Werbepartner ausgewiesen, aber nicht verrechnet ("Streugewinn"). Adtrac übernimmt bei Zielgruppenpaketen keine Garantie für das Erreichen einer bestimmten Kontaktleistung in einem bestimmten Zeitraum, oder für die Verteilung der Ausstrahlungen auf spezifische Standorte.

- 11.4. Programmatische Einzelkäufe sind eine Buchung der Restzeit in einem Bieterverfahren. Diese Auftragsform kann an verschiedene Auslöser (Uhrzeit, Sensordaten, Standortauswahl) gebunden sein. Wenn die Bedingungen für die Aussteuerung des Werbemittels gegeben sind und das Gebot des Werbepartners das Höchstgebot darstellt, wird die Aussteuerung des Werbemittels ausgelöst. Der Werbepartner hat keinen Anspruch auf Ausstrahlungen oder Kontaktleistung an einem gegebenen Ort oder zu einem gegebenen Zeitpunkt.
- 11.5. Adtrac unterscheidet zwischen Planvariablen, die den Werbeauftrag definieren, und abhängigen Auswertungsvariablen, die sich aus den Ausspielungen und externen Faktoren ergeben. Für den Preis je Auftragsform sind die vom Kunden gewählten Planvariablen massgebend. Adtrac übernimmt keine Gewähr für die Genauigkeit der prognostizierten Auswertungsvariablen ("Forecasts") und diese stellen kein Leistungsversprechen dar.
- 11.6. Bei allen Auftragsformen können weitere Einschränkungen ("Targetings") angewendet werden wie z.B. geographische Einschränkungen, Standortwahl oder Beschränkungen auf gewisse Tageszeiten oder Wochentage. Diese Einschränkungen betreffen die Planvariablen und somit das fixe Leistungsversprechen.
- 11.7. Die Priorisierung im Aussteuerungssystem folgt der Präzedenzregel: Fixbuchung - Zielgruppenpakete - Einzelkäufe.
- Fixbuchungen werden prioritär ausgestrahlt.
  - Zielgruppenpakete haben ein Vorkaufsrecht auf die verbleibende Fläche.
  - Wenn kein Kunde mit einem Zielgruppenpaket von seinem Vorkaufsrecht Gebrauch macht, wird die Fläche für Einzelkäufe verfügbar gemacht.
- 11.8. Darstellung:

Priorität	Typ	Planvariablen	Forecast/Auswertung
1	Fixbuchung	Ort, Zeit, Häufigkeit	Kontakte
2	Zielgruppenpaket	TKP, Budget, Zielgruppe	Ausstrahlungen, Kampagnendauer
3	Einzelkäufe	Maximaler TKP, Budget	keiner

## 12. Abschluss von Vermarktungsaufträgen

- 12.1. Wo nicht anders vereinbart erfolgt die Leistungserbringung der Adtrac unter den gesetzlichen Bestimmungen des Auftrages.
- 12.2. Offerten bzw. Angebote von Adtrac sind stets freibleibend und stehen insbesondere unter dem Vorbehalt der verfügbaren Werbezeiten und/oder Werbeträger. Ein Werbeauftrag kommt mit der gegenseitigen Unterzeichnung, durch schriftliche oder elektronische Bestätigung einer Offerte von Adtrac durch den Werbepartner oder durch eine Auftragsbestätigung durch Adtrac zustande, sofern der Werbepartner nicht innert 48 Stunden schriftlich oder elektronisch seinen Widerruf erklärt.



- 12.3. Mit der Integration der Werbemittel auf den Werbeträgern kommt der Werbeauftrag in jedem Fall zustande. Die Integration der Werbemittel ersetzt in diesen Fällen die Auftragsbestätigung von Adtrac und der Widerspruch des Werbepartners ist ausgeschlossen. Für den Werbeauftrag gelten ausschliesslich die vorliegenden AGB, die Offerte/Auftragsbestätigung, allenfalls bestehende Kunden- oder Agenturvereinbarungen und die Werbemittelspezifikationen. Die entsprechenden Dokumente sind auf [www.adtrac.media](http://www.adtrac.media) abrufbar und werden grundsätzlich nur elektronisch zur Verfügung gestellt.

### **13. Agenturen**

- 13.1. Werbeaufträge von Agenturen werden nur ausgeführt, wenn die Agentur den Werbetreibenden bekanntgibt.
- 13.2. Die gegenüber Adtrac auftretende Agentur teilt Adtrac vor Vertragsschluss mit, ob sie im Namen und auf Rechnung des Werbetreibenden (direkte Stellvertretung) oder im eigenen Namen und auf Rechnung des Werbetreibenden (indirekte Stellvertretung) handelt. Im Fall einer direkten Stellvertretung ist der Werbetreibende der Vertragspartner von Adtrac, im Fall einer indirekten Stellvertretung die Agentur. Soweit Unklarheit über die Stellvertretung besteht, gilt der Vertrag als mit der Agentur selbst abgeschlossen.
- 13.3. Bei indirekter Stellvertretung ist Adtrac berechtigt, von Agenturen einen Mandatsnachweis resp. eine Vertretungsvollmacht zu verlangen. Der Werbetreibende erklärt in der von ihm ausgestellten Vertretungsvollmacht, für den Inhalt der Vereinbarung, im Besonderen für die Form und Gesetzmässigkeit, verantwortlich zu sein und für allfällige Folgen der Nichtbeachtung von gesetzlichen Vorschriften einzustehen sowie Adtrac den Widerruf des der Agentur erteilten Auftrages resp. der Vollmacht unverzüglich mitzuteilen. Der Werbetreibende haftet gegenüber Adtrac für die Begleichung der erbrachten Leistungen und die entsprechend von Adtrac auf die Agentur ausgestellten Rechnungen.

### **14. Rechte und Pflichten von Adtrac**

- 14.1. Adtrac erbringt die vereinbarten Leistungen sorgfältig. Sie ist jederzeit berechtigt, zur Erfüllung ihrer vertraglichen Verpflichtungen Dritte (Privatpersonen, Unternehmen, Online-Dienste, etc.) beizuziehen.
- 14.2. Adtrac hat das Recht, Werbeaufträge von Werbepartnern ohne Angabe von Gründen abzulehnen, wobei sie eine solche Ablehnung dem Werbepartner ohne Verzug mitteilt. Bei bereits abgeschlossenen Werbeaufträgen ist Adtrac berechtigt, unangebrachte Werbemittel nach eigenem Ermessen jederzeit, ohne Vorankündigung, ohne Rücksprache mit dem Werbepartner und mit sofortiger Wirkung zu entfernen.
- 14.3. Adtrac kommt keine Pflicht zu, die zur Verfügung gestellten Werbemittel bzw. deren Inhalte auf Gesetzeskonformität, Richtigkeit, Aktualität, Vollständigkeit, Qualität, technische Einbindungsfähigkeit in den Werbeträger und/oder Fehlerfreiheit zu prüfen.
- 14.4. Adtrac gibt das Format der Werbemittel und die technischen Spezifikationen vor und der Werbepartner hat sicherzustellen, dass die von ihm zur Verfügung gestellten Werbemittel den Formatvorgaben und technischen Spezifikationen entsprechen.



- 14.5. Adtrac gewährleistet keine Richtigkeit, Aktualität und Vollständigkeit von Informationen, welche über die Werbeträger der Inventareigner zugänglich sind.
- 14.6. Adtrac ist ausdrücklich von der Erbringung von Leistungen bezüglich (ausstehender) Freespace-, Konditionen- und Leistungskompensationsguthaben befreit, sollte ein Werbeträger nicht mehr durch Adtrac vermarktet werden. Dem Werbepartner entstehen daraus keinerlei Ansprüche gegenüber Adtrac.
- 14.7. Im Falle von automatischer Buchung (z.B. über Faceman DSP) oder auch allgemein für Digitalwerbung ist Adtrac jederzeit und ohne Rücksprache mit dem Werbepartner berechtigt, Anpassungen a) beim Targeting (= insbesondere Geodaten, Soziodaten und Interestsdaten) und b) beim Kampagnenzeitraum vorzunehmen. Es entstehen dem Werbepartner dadurch keinerlei Ansprüche oder sonstige Forderungen gegenüber Adtrac. Der Werbepartner hat insbesondere keinen Anspruch auf eine Platzierung der Werbung an einer bestimmten Position des jeweiligen Werbeträgers oder auf Einhaltung einer Ausstrahlungszeit. Die gebuchten Werbeleistungen werden in diesem Falle von Adtrac zu anderer Zeit, an anderer Stelle und gegebenenfalls mittels anderer Zielgruppen-Datenstruktur jedoch nach eigenem Ermessen ausgeliefert.
- 14.8. Die redaktionelle Freiheit in Bezug auf sämtliche Inhalte auf allen Werbeträgern liegt beim jeweiligen Inventareigner. Sie bleibt durch diesen Vertrag unberührt und umfasst auch die Gestaltung wie z. B. die Channel-Einteilung. Änderungen der Gestaltung der elektronischen Medien der Inventareigner bzw. der Werbeträger während der Vertragsdauer sind jederzeit zulässig, sofern die Werbemittel des Werbepartners mindestens gleichwertig umplatziert werden. Bei Uneinigkeit über die Gleichwertigkeit obliegt Adtrac der Entscheid über die Gleichwertigkeit.
- 14.9. Adtrac ist berechtigt, aber nicht verpflichtet, die Werbemittel zu speichern und zeitlich unbegrenzt zu archivieren.

## 15. Rechte und Pflichten des Werbepartners

- 15.1. Der Werbepartner nimmt zur Kenntnis, dass nur Werbemittel mit der expliziten Freigabe der Inventareigner ausgestrahlt werden dürfen. Die Inventareigner haben das Recht, einen Werbeauftrag jederzeit vor, während oder nach Kampagnenstart abzulehnen. Adtrac wird abgelehnte Werbemittel bestmöglich auf andere Werbeträger und/oder Auslieferungszeiten umplatzen.
- 15.2. Der Werbepartner ist verpflichtet, Adtrac die für die Auslieferung/Aufschaltung der Werbung notwendigen Werbemittel, auch innerhalb einer laufenden Kampagne, gemäss den jeweils geltenden technischen Vorgaben – abrufbar unter [www.Adtrac.media](http://www.Adtrac.media) – bis spätestens zwei Arbeitstage vor Kampagnenstart auf dem Upload-Portal zur Verfügung zu stellen.
- 15.3. Die Folgen von zu spät geliefertem oder mangelhaftem Werbemittel trägt der Werbepartner. Bei nicht ordnungsgemässer, insbesondere verspäteter Anlieferung oder nachträglicher Änderung wird keine Gewähr für die Einhaltung des vereinbarten Aufschaltermins oder das Erfüllen der vereinbarten Leistung übernommen. Der volle Vergütungsanspruch von Adtrac bleibt diesfalls auch dann bestehen, wenn die Schaltung des Werbemittels verspätet oder nicht erfolgt.

- 15.4. Der Werbepartner trägt für die von ihm zur Veröffentlichung an Adtrac gegebenen Werbemittel und deren Inhalte die alleinige Verantwortung. Der Werbepartner verpflichtet sich, seine Werbemittel, Inhalte, Produkte und sonstigen Informationen auf ihre Rechtmässigkeit hin zu prüfen und leistet Gewähr dafür.
- 15.5. Der Werbepartner gewährleistet, dass alle zur Herstellung der Werbemittel notwendigen Rechte von eingeholt worden sind und dass er sämtliche zur Schaltung des Werbemittels in den gebuchten Werbeträgern erforderlichen Rechte besitzt. Der Werbepartner überträgt Adtrac sämtliche für die Umsetzung der Werbung in Werbeträgern erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Bearbeitung, Speicherung in und Abruf aus einer Datenbank und zwar zeitlich, örtlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Werbeauftrages erforderlichen Umfang sowie die entsprechenden Unterlizenzierungsrechte an den Inventareigner des gebuchten Werbeträgers. Der Werbepartner räumt Adtrac das Recht ein, die Werbemittel wo nötig mit der Bezeichnung Werbung oder dergleichen zu versehen, Kopien der Werbung aufzubewahren und diese soweit für die Ausführung des Werbeauftrags notwendig über eine Datenbank zugänglich zu machen. Der Vertragspartner stellt Adtrac von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der Verletzung von Rechten Dritter entstehen können (inkl. Rechtsverteidigungskosten). Adtrac wird den Vertragspartner über die Geltendmachung entsprechender Ansprüche Dritter informieren. Im Übrigen gehören und verbleiben sämtliche Schutzrechte (Urheber-, Marken-, Designrechte etc.) an Inhalten, Logos, Layouts etc., welche auf den Werbeträgern der Inventareigner zugänglich sind, Adtrac, den jeweiligen Inventareignern oder Dritten, die sie Adtrac und/oder den jeweiligen Inventareignern zur Verfügung gestellt haben. Allenfalls durch die Auslieferung der Werbemittel neu entstehende Schutzrechte verbleiben bei Adtrac. Der Vertragspartner respektive die Agentur berechtigt Adtrac, das Werbemittel der entsprechend zuständigen Behörde (z.B. Bundesamt für Kommunikation BAKOM, Swissmedic, Comlot, Bundesamt für Gesundheit) zur Beurteilung zukommen zu lassen, falls Adtrac Zweifel an der rechtlichen Zulässigkeit des Werbemittels hat.
- 15.6. Die Werbeaufträge werden durch Adtrac nach best-effort abgewickelt. Der Werbepartner nimmt zustimmend davon Kenntnis, dass die Einhaltung von vereinbarten Ausstrahlungszeiten, -intervallen und -orten angestrebt, jedoch nicht garantiert werden können. Fixbuchungen haben einen garantierten Ausspielungszeitraum und generell Vorrang vor Smart Targeting-Aufträgen. Bei Smart Targeting kann keine Mindestzahl von Betrachtern garantiert werden. Werbeaufträge mit höheren Preisen haben generell Vorrang gegenüber tieferpreisigen.
- 15.7. Der Werbepartner hat die Integration der Werbemittel binnen 24 Stunden nach dem Aufschaltungsbeginn zu prüfen und etwaige Mängel unverzüglich zu rügen. Die Rügefrist beginnt bei offenen Mängeln mit der Schaltung des Werbemittels, bei verdeckten Mängeln mit ihrer Entdeckung. Unterlässt der Vertragspartner die rechtzeitige Mängelrüge, so gilt die Schaltung des Werbemittels als genehmigt.

## **16. Leistungsspektrum**

- 16.1. Der konkrete Leistungsumfang der Adtrac ergibt sich aus der Offerte respektive der Auftragsbestätigung der Adtrac.

- 16.2. Es ist das gemeinsame Verständnis der Parteien, dass sämtliche Arbeiten, welche nicht explizit im Leistungsspektrum der Offerte oder der Auftragsbestätigung aufgelistet sind, nicht Teil des Auftrages darstellen und separat zu vergüten sind.

## **17. Vergütung, Zahlungen und Vorauszahlungen/Sicherheiten**

- 17.1. Der Werbepartner zahlt Adtrac die im Werbeauftrag festgelegte Vergütung zuzüglich der Mehrwertsteuer und gegebenenfalls anderer anfallender Steuern in der jeweiligen gesetzlich vorgeschriebenen Höhe.
- 17.2. Wenn ein im Werbeauftrag vorgesehener Inventargeber die Ausstrahlung des Werbeauftrages ablehnt, steht Adtrac das Recht zu, den Werbeauftrag auf andere Inventargeber mit ähnlichem Profil umzuverteilen.
- 17.3. Adtrac stellt dem Werbepartner nach vollständig erfolgter Auslieferung der vereinbarten Leistung oder jeweils Ende jeden Monats pro rata temporis Rechnung. Massgebend für die in Rechnung gestellten Leistungen sind die von Adtrac eingesetzten Tools.
- 17.4. Bei zeitbasierten Werbeplatzierungen (Fixplatzierungen) gilt die Leistung als vollständig erfüllt, wenn mindestens 97.5 % der im Vorfeld prognostizierten Medialeistung (effektive Werte Playouts) ausgeliefert worden sind.
- 17.5. Für die Rechnungsstellung mit Smart Targeting ist das von Adtrac eingesetzte Sensorsystem massgebend, welches Auskunft über die Besucherzahlen gibt.
- 17.6. Kann von Adtrac die vereinbarte Leistung aus Umständen, welche der Werbepartner zu vertreten hat, während der vereinbarten Kampagnenlaufzeit nicht oder nicht in vollem Umfang (d. h. nicht im Umfang von mindestens 97.5 % der im Vorfeld prognostizierten Medialeistung) erbracht werden, insbesondere weil Adtrac die Werbemittel nicht rechtzeitig, fehlerhaft, in fehlerhaftem Format oder mit rechtswidrigem Inhalt erhalten hat, ist Adtrac berechtigt, dem Werbepartner die für die Leistung gemäss Werbeauftrag geschuldete Vergütung vollumfänglich in Rechnung zu stellen.
- 17.7. Kann die vereinbarte Leistung von Adtrac aus Umständen, welche der Werbepartner nicht zu vertreten hat, während der vereinbarten Kampagnenlaufzeit nicht oder nicht im vollen Umfang (d. h. nicht im Umfang von mindestens 97.5 % der im Vorfeld prognostizierten Medialeistung) ausgeliefert werden, stellt Adtrac dem Vertragspartner die für die Leistung gemäss Werbeauftrag geschuldete Vergütung anteilmässig reduziert in Rechnung.
- 17.8. Rückvergütungen, z.B. im Zusammenhang mit Unterlieferungen sind ausgeschlossen.
- 17.9. Der Werbepartner ist nicht berechtigt, eigene Forderungen gegenüber Adtrac zur Verrechnung zu bringen.
- 17.10. Die Rechnungen sind jeweils ohne Abzüge und spätestens 30 Tage nach Rechnungsstellung zahlbar und fällig. Bei Zahlungsverzug ist Adtrac berechtigt, eine Mahngebühr von Fr. 40.00 für jede Mahnung zu verlangen. Bei Zahlungsverzug werden dem Werbepartner die gesetzlichen Verzugszinsen und die Spesen für das Inkasso in Rechnung gestellt. Bei Zahlungsverzug ist Adtrac berechtigt, den Werbeauftrag per sofort zu stoppen, auszusetzen oder fristlos zu kündigen. Der Zahlungsanspruch, auch für unterlassenen Leistungen, bleibt dessen ungeachtet bestehen.

- 17.11. Adtrac behält sich das Recht vor, für Werbeaufträge Vorausrechnungen zu stellen. Diese sind mangels anderweitiger Vereinbarung sieben Tage vor der ersten Schaltung des Werbemittels fällig. Bei nicht rechtzeitiger Zahlung ist Adtrac berechtigt, das geplante Werbemittel ohne Mahnung ab- oder auszusetzen. Der Werbepartner bleibt zur vollständigen Bezahlung der vertraglich vereinbarten Vergütung verpflichtet und haftet für den aus dem Ausfall resultierenden und allfälligen weiteren Schaden.

## **18. Dauer und Beendigung**

- 18.1. Beginn und Dauer des Werbeauftrages ergeben sich aus der Offerte respektive der Auftragsbestätigung.
- 18.2. Der Rücktritt vom Werbeauftrag oder die Stornierung einzelner Sequenzen durch den Werbepartner hat keinen Einfluss auf dessen Vergütungspflicht. In begründeten Ausnahmefällen kann Adtrac nach eigenem Ermessen dem Werbepartner ein Stornierungsrecht einräumen. Der Antrag auf Stornierung bedarf der Schriftform und muss eine hinreichende Begründung enthalten. Hält Adtrac den Rücktritt für unbegründet, läuft der Werbeauftrag ohne Unterbruch weiter. Wird das Stornierungsrecht gewährt, ist die Stornierung lediglich bis spätestens 11 Arbeitstage vor dem vereinbarten Aufschalttermin kostenfrei. Danach ist das von Adtrac eingeräumte Stornierungsrecht nur gegen Entrichtung einer die sich wie folgt am Netto/Nettowert des jeweiligen Werbeauftrags bemisst:
- zwischen 10 und 6 Arbeitstagen: 25 %
  - zwischen 5 und 3 Arbeitstagen: 50 %
  - weniger als 3 Arbeitstage vor Kampagnenstart: 100 %
- 18.3. Die Verschiebung eines vereinbarten Aufschaltzeitpunkts durch den Werbepartner ist nur bis 11 Arbeitstage vor dem vereinbarten Aufschalttermin möglich und steht unter dem Vorbehalt vorhandener Kapazitäten.
- 18.4. Bei festgelegter Mindestvertragsdauer eines Werbeauftrages kann dieser von jeder Partei mit einer Kündigungsfrist von 30 Tagen auf das Ende der Mindestvertragsdauer schriftlich gekündigt werden. Wird der Vertrag nicht per Ende der Mindestvertragsdauer gekündigt, so verlängert er sich automatisch auf unbestimmte Zeit und kann mit einer Kündigungsfrist von 60 Tagen auf das Ende jeden Monats schriftlich gekündigt werden. Dasselbe gilt auch für Verträge mit unbestimmter Laufzeit.
- 18.5. Aus wichtigem Grund kann der Werbepartner und Adtrac den Werbeauftrag jederzeit fristlos auflösen. Als wichtige Gründe gelten insbesondere:
- Konkureröffnung über die andere Partei, wenn diese einen Nachlassvertrag abschliesst oder liquidiert wird;
  - Verletzung wesentlicher vertragliche Verpflichtungen aus dem Werbeauftrag oder Bedingungen dieser AGB's wenn die Verletzung nicht innert 20 Kalendertagen behoben wird oder eine Verletzung wiederholt wird;
  - Zahlungsverzug des Werbepartners;
  - Missbrauch von Dienstleistungen der Adtrac zu rechtswidrigen oder unsittlichen Zwecken;

- Adtrac die Erbringung der im Werbeauftrag aufgeführten Leistungen nicht mehr erbringt oder beendet, ausgenommen wenn diese Leistungen auf einen kompetenten Drittanbieter übertragen werden.
- 18.6. Im Falle einer fristlosen Kündigung aus wichtigem Grund ist Adtrac berechtigt, die Schaltung der Werbemittel mit sofortiger Wirkung ab- oder auszusetzen. Schadenersatz und weitere Ansprüche bleiben vorbehalten. Allfällige noch offene Rechnungen werden unmittelbar fällig. Allfällig gewährte Volumen- oder Sonderrabatte sind hinfällig und durch den Werbepartner an Adtrac zurückzuerstatten.

## **C. Spezielle Bedingungen für Vertragsbeziehungen mit Inventarpartner**

### **19. Generell**

- 19.1. Diese speziellen Bedingungen für Vertragsbeziehungen mit Inventarpartnern finden Anwendung auf alle Vertragsbeziehungen zu Inventareigner respektive Vermittler im Zusammenhang mit den von Adtrac angebotenen Dienstleistungen zur Platzierung von Werbung der Werbepartner auf Werbeträgern der Inventareigner, soweit nicht in einer Individualvereinbarung schriftlich etwas anderes vereinbart ist.

### **20. Abschluss von Vermarktungsaufträgen**

- 20.1. Wo nicht anders vereinbart erfolgt die Leistungserbringung der Adtrac unter den gesetzlichen Bestimmungen des Auftrages.
- 20.2. Offerten bzw. Angebote von Adtrac sind stets freibleibend und stehen insbesondere unter dem Vorbehalt der verfügbaren Aufträge durch Werbepartner. Ein Vermarktungsauftrag kommt mit der gegenseitigen Unterzeichnung, durch schriftliche oder elektronische Bestätigung einer Offerte von Adtrac durch den Werbepartner oder durch eine Auftragsbestätigung durch Adtrac zustande, sofern der Inventarpartner nicht innert 48 Stunden schriftlich oder elektronisch seinen Widerruf erklärt.
- 20.3. Mit der Integration der Werbemittel auf den Werbeträgern kommt der Vermarktungsauftrag in jedem Fall zustande. Die Integration der Werbemittel ersetzt in diesen Fällen die Auftragsbestätigung von Adtrac und der Widerspruch des Inventarpartners ist ausgeschlossen. Für den Vermarktungsauftrag gelten ausschliesslich die vorliegenden AGB, die Offerte/Auftragsbestätigung und allenfalls bestehende Inventareigner- oder Vermittlervereinbarungen. Die entsprechenden Dokumente sind auf [www.adtrac.media](http://www.adtrac.media) abrufbar und werden grundsätzlich nur elektronisch zur Verfügung gestellt.

### **21. Vermittler**

- 21.1. Platzierungsanfragen von Vermittlern werden nur ausgeführt, wenn der Vermittler den Inventareigner und die Details der Werbeträger bekanntgibt.

- 21.2. Der gegenüber Adtrac auftretende Vermittler teilt Adtrac vor Vertragsschluss mit, ob er im Namen und auf Rechnung des Inventareigners (direkte Stellvertretung) oder im eigenen Namen und auf Rechnung des Inventareigners (indirekte Stellvertretung) handelt. Im Fall einer direkten Stellvertretung ist der Inventareigner der Vertragspartner von Adtrac, im Fall einer indirekten Stellvertretung der Vermittler. Soweit Unklarheit über die Stellvertretung besteht, gilt der Vertrag als mit dem Vermittler selbst abgeschlossen.
- 21.3. Bei indirekter Stellvertretung ist Adtrac berechtigt, vom Vermittler einen Mandatsnachweis resp. eine Vertretungsvollmacht zu verlangen. Der Inventareigner erklärt in der von ihm ausgestellten Vertretungsvollmacht, Eigentümer oder verfügungsberechtigt über die massgeblichen Werbeträger zu sein und Adtrac den Widerruf des dem Vermittler erteilten Auftrages resp. der Vollmacht unverzüglich mitzuteilen. Die Leistung der vereinbarten Vergütung an den Vermittler wirkt für Adtrac befreiend.

## **22. Rechte und Pflichten von Adtrac**

- 22.1. Adtrac erbringt die vereinbarten Leistungen sorgfältig. Sie ist jederzeit berechtigt, zur Erfüllung ihrer vertraglichen Verpflichtungen Dritte (Privatpersonen, Unternehmen, Online-Dienste, etc.) beizuziehen.
- 22.2. Adtrac verkauft den Werberaum des Inventareigners gemäss den im Vermarktungsauftrag beschriebenen Werbeflächen. Der Inventarpartner überträgt die dazugehörigen Vermarktungsrechte vollumfänglich und exklusiv an Adtrac, ausgenommen es sei im Vermarktungsvertrag schriftlich etwas anderes festgehalten.
- 22.3. Adtrac stellt dem Inventarpartner den Zugang zur Plattform von Adtrac zur Verfügung und stellt deren Funktionsweise sicher.
- 22.4. Im Rahmen der technischen Möglichkeiten kann Adtrac den Inhalt der Werbemittel vor Übermittlung an den Inventareigner prüfen und den Inventareigner bei kritischen Inhalten informieren. Der Adtrac kommt jedoch keine Pflicht zu, die übermittelte Werbung systematisch auf Verstösse gegen Bild- oder Persönlichkeitsrechte, Widerrechtlichkeit oder Unsittlichkeit zu prüfen.
- 22.5. Adtrac schlägt dem Inventarpartner jährlich eine Verkaufsstrategie vor. Empfehlungen vom Inventarpartner hat Adtrac grundsätzlich zu berücksichtigen und umzusetzen, sofern nicht wichtige, sachliche Gründe dagegensprechen.
- 22.6. Adtrac legt dem Inventarpartner monatlich schriftlich Rechenschaft über folgende Punkte ab:
- fakturierte Umsätze;
  - geplante und reservierte Buchungen;
  - Marktbearbeitung und geplante Aktionen;
  - Soweit vorhanden: Marktverhalten und Rückmeldungen aus dem Markt.

## 23. Rechte und Pflichten des Inventarpartners

- 23.1. Dem Inventarpartner steht das alleinige Recht zu, aufzuschaltende Werbemittel zu genehmigen. Er verpflichtet sich, die notwendigen Prüfungen vorzunehmen. Das Genehmigungsrecht kann der Inventareigner an Adtrac delegieren. Die Prüfung des Inhaltes des Werbemittels erfolgt durch Adtrac nach bestem Wissen und Gewissen jedoch ohne Übernahme einer Haftung für die jederzeitige und uneingeschränkte inhaltliche Bedenkenlosigkeit des Werbemittels.
- 23.2. Der Inventarpartner hat das Recht, unangebrachte oder im Widerspruch zu seinen Interessen stehende Werbemittel jederzeit vor oder während oder nach dem Kampagnenstart abzulehnen. Bei Ablehnung der Werbung besteht kein Anspruch auf Entschädigung.
- 23.3. Der Inventarpartner kann von Adtrac schriftlich die Abschaltung eines Werbemittels auf den Werbeträgern des Inventareigners verlangen. Adtrac stellt jederzeit sicher, dass schnellstmöglich (unter Berücksichtigung der technischen Verfügbarkeit) nach Eingang der schriftlichen Meldung durch den Inventarpartner und Bestätigung durch Adtrac die Werbung auf den Werbeträgern des Inventareigners abgeschaltet wird.
- 23.4. Der Inventarpartner stellt die im Vermarktungsvertrag aufgeführten Werbeträger sowie die notwendigen technischen Informationen und Infrastruktur (z.B. Sensoren) zur Verfügung und stellt deren zweckmässigen Zustand sicher. Hinsichtlich Verfügbarkeit der Werbeträger gilt:
- Der Werbeträger steht mindestens 50% der Sendezeit auf der Plattform von Adtrac zur Verfügung;
  - Das Minimum von 50% der Sendezeit muss im Stundendurchschnitt auf jedem Werbeträger erreicht werden. Ausgenommen davon sind vorgängig abgesprochene Veranstaltungen. Solche Veranstaltungen bedürfen der vorgängigen gegenseitigen schriftlichen Bestätigung.
  - Der Inventarpartner kann über Werbeträger, welche auf der Plattform von Adtrac für die Vermarktung durch Adtrac zur Verfügung gestellt werden und nicht von Adtrac vermarktet werden, frei verfügen. Hiervon ausgeschlossen ist der Weiterverkauf an Dritte.
- 23.5. Der Inventarpartner hat Adtrac den technischen Zugang zu den Werbeträgern via entsprechende Software zu ermöglichen. Adtrac liefert eine verbindliche Liste der zulässigen Softwareanbieter und stellt die Schnittstelle zu diesen Anbietern sicher.
- 23.6. Der Inventarpartner gewährt Adtrac das Recht, die Installation von Messpunkten (sog. Bluetooth Beacons) an den Werbeträgern oder in die installierte Sensorik des Inventareigners vorzunehmen. Diese Messpunkte dienen dem Zweck der Erhebung der Reichweiten und Kontakte der Bildschirme. Der Inventarpartner ermöglicht Adtrac den Zugang zu den Installationspunkten. Die Kosten für die Installation der Messgeräte trägt Adtrac. Solche Installation wird frühzeitig mit dem Inventarpartner abgesprochen
- 23.7. Der Inventarpartner räumt Adtrac das Recht ein, im Rahmen des Vermarktungsauftrag zusätzliche Leistungen erbringen, wie zum Beispiel Organisation von Kundenanlässen, Mailings, Schaltung von Anzeigewerbung, etc.



- 23.8. Der Inventarpartner räumt Adtrac das Recht ein, das Logo und den Namen des Inventareigners zu verwenden. Adtrac informiert den Inventareigner über die Verwendung. Die Markenrechte bleiben jedenfalls beim Inventareigner.
- 23.9. Der Inventarpartner ist für den technisch einwandfreiem Zustand, den Unterhalt und die Sicherstellung der Verfügbarkeit (kein Verstellen, Sauberkeit, Sichtbarkeit, etc.) der Werbeträger verantwortlich. Die für Unterhalt, Instandhaltung, Reinigung und periodischer Ersatz der Werbeträger sowie des IT-Systems anfallenden Kosten sind durch den Inventarpartner zu tragen.
- 23.10. Der Inventarpartner ist verpflichtet, Adtrac alle die Vermarktung der Flächen betreffenden Veränderungen innerhalb von zwei Arbeitstagen schriftlich zu melden. Dies beinhaltet beispielsweise:
- Beeinträchtigungen des ordnungsgemässen Zustandes der Werbeträger;
  - Beeinträchtigungen des IT-Systems;
  - Errichtung neuer, Umplatzierung oder Abbau bestehender Werbeträger;
  - Zeitweise Umbauten;
  - Änderung der Öffnungszeiten;
  - Veranstaltungen;
  - Änderungen am Inhaltskonzept.

#### **24. Vergütung und Zahlungen**

- 24.1. Adtrac zahlt dem Inventarpartner die im Vermarktungsauftrag festgelegte Vergütung üblicherweise in Prozent des mit dem Werbepartner erzielten Bruttoumsatzes zuzüglich der Mehrwertsteuer und gegebenenfalls anderer anfallender Steuern in der jeweiligen gesetzlich vorgeschriebenen Höhe.
- 24.2. Zur Bemessung der Vergütung übermittelt Adtrac die Informationen über abgeschlossene Werbeaufträge mit Werbepartnern automatisiert an das Ausspielsystem (sog. CMS „Content Management System“) des Inventarpartners. Der Inventarpartner erhält von Adtrac quartalsweise eine zusammenfassende Umsatzstatistik. Darauf basierend erstellt der Inventarpartner die zu vergütende Leistung in Rechnung, welche innert dreissig Tagen ab Rechnungsstellung zu bezahlen ist. Massgebend für die Umsatzstatistik und die zur Auszahlung gelangenden Beträge sind die von Adtrac eingesetzten Tools.
- 24.3. Für die Rechnungsstellung mit Smart Targeting ist das von Adtrac eingesetzte Sensorsystem massgebend, welches Auskunft über die Besucherzahlen gibt.

#### **25. Dauer und Beendigung**

- 25.1. Beginn und Dauer des Vermarktungsauftrages ergeben sich aus der Offerte respektive der Auftragsbestätigung. Mangels anderer Vereinbarung gilt der Vermarktungsvertrag jeweils für eine Mindestvertragsdauer von 24 Monaten und verlängert sich jeweils automatisch um ein weiteres Jahr, wenn er nicht 6 Monate vor Ablauf schriftlich gekündigt wird.
- 25.2. Mit Beendigung des Vermarktungsvertrages verpflichtet sich Adtrac, auf Verlangen des Inventarpartners innert 60 Tagen alle Unterlagen herauszugeben, die der Inventarpartner zur Verfügung gestellt hat.



- 25.3. Aus wichtigem Grund kann der Inventarpartner und Adtrac den Inventarauftrag jederzeit fristlos auflösen. Als wichtige Gründe gelten insbesondere:
- Konkureröffnung über die andere Partei, wenn diese einen Nachlassvertrag abschliesst oder liquidiert wird;
  - Verletzung wesentlicher vertragliche Verpflichtungen aus dem Inventarauftrag oder Bedingungen dieser AGB's wenn die Verletzung nicht innert 20 Kalendertagen behoben wird oder eine Verletzung wiederholt wird;
  - Nichteinhaltung der Verfügbarkeitszeiten der Werbeträger;
  - Missbrauch von Dienstleistungen der Adtrac zu rechtswidrigen oder unsittlichen Zwecken;
  - Adtrac die Erbringung der im Werbeauftrag aufgeführten Leistungen nicht mehr erbringt oder beendet, ausgenommen wenn diese Leistungen auf einen kompetenten Drittanbieter übertragen werden.

## **D. Spezielle Bedingungen für Nutzung der Software durch DSPs und SSPs**

- 25.4. Die Konditionen der Softwarenutzung der Demand Side Plattform (DSP) und der Supply Side Plattform (SSP) sowie die Nutzung der Schnittstellen wird jeweils aufgrund separater Verträge vereinbart.
- 25.5. Eine solche Nutzung kann sowohl komplett oder nur partiell erfolgen. Der Umfang der Nutzung sowie die spezifischen Konditionen sind Gegenstand des separat zu vereinbarenden Vertrages.

## **E. Spezielle Bedingungen für den Gebrauch der Webseite**

### **26. Generell**

- 26.1. Diese speziellen Bedingungen für den Gebrauch der Website finden Anwendung auf den Zugang zu und den Gebrauch der von Adtrac betriebenen Websites und der Informationen, Produkte und Dienstleistungen, welche über die Websites verfügbar gemacht werden (gemeinsam «Dienstleistungen») durch Besucher der Websites («Nutzer»).
- 26.2. Durch den Gebrauch der Websites erklärt sich der Nutzer mit den vorliegenden Bestimmungen einverstanden. Er nimmt zur Kenntnis, dass diese Bestimmungen nach Bedarf angepasst werden können und wird die Website regelmässig besuchen, um sich über allfällige Änderungen zu informieren. Ist der Nutzer mit einer oder mehreren Bestimmungen nicht einverstanden, soll er die Website nicht nutzen.
- 26.3. Unter Vorbehalt der nachfolgenden Bestimmungen kann der Nutzer für den persönlichen Gebrauch den Inhalt der Websites herunterladen oder Printscreens erstellen.

- 26.4. Der Zugang zu den Websites wird nur auf einer temporären Basis gewährt und Adtrac behält sich das Recht vor, die Dienstleistungen ohne Vorankündigung anzupassen oder ganz einzustellen. Adtrac ist nicht haftbar für die Nichtverfügbarkeit der Websites und kann den Zugang zu den Websites ganz oder teilweise beschränken.
- 26.5. Der Inhalt der Website ist nicht als Ratschlag zu verstehen. Obwohl Adtrac bestrebt ist, dass die auf den Websites publizierten Informationen zutreffen, kann Adtrac weder Vollständigkeit noch Fehlerfreiheit garantieren.
- 26.6. Die Websites können Links zu anderen Webseiten enthalten, die nicht von Adtrac betrieben werden. Über solche Websites hat Adtrac keine Kontrolle und kann keine Verantwortung für diese Websites oder deren Inhalt übernehmen. Der Gebrauch solcher Websites richtet sich nach den für diese geltenden Bestimmungen.

## **27. Datenschutz**

- 27.1. Die Datenschutzerklärung hinsichtlich der Website der Adtrac findet sich auf der Website. Beim Gebrauch der Websites erklärt sich der Nutzer mit der dort festgelegten Verwendung seiner Daten einverstanden.

## **28. Nicht zugelassene Nutzung**

- 28.1. Der Nutzer verpflichtet sich, die Websites nicht für illegale Zwecke zu verwenden. Insbesondere ist es dem Nutzer untersagt, unter Benutzung der Websites Verbrechen zu begehen oder dazu anzustiften, Viren, Trojaner, Worms, Logic Bombs, Spam oder anders bösartige, obszöne oder andere Nutzer sonstwie störenden Daten oder Dateien abzusetzen oder zu verbreiten. Weiter ist es dem Nutzer nicht gestattet, sich in die Dienstleistungen zu hacken, Daten zu zerstören, sie zu manipulieren, die Geschwindigkeit der Datenübertragung oder die Funktionalität der Websites zu beeinflussen oder die Immaterialgüterrechte Dritter zu verletzen. Eine Verletzung der vorstehenden Bestimmungen erachtet Adtrac als Straftat und kann den verursachenden Nutzer den zuständigen Strafbehörden melden.
- 28.2. Adtrac ist nicht verantwortlich für Verluste oder Schäden, die verursacht sind durch denial-of-service Attacken, Viren oder anderes technologisch schädliches Material, das durch den Gebrauch der Websites, das Downloaden von Daten oder Inhalten oder die Benutzung von Links möglicherweise die IT-Infrastruktur, Software, Daten oder dergleichen infiziert.

# **F. Abschliessende Bestimmungen**

## **29. Weitere Bestimmungen**

- 29.1. Änderungen und Ergänzungen von Bestimmungen dieser AGB und den daraus fliessenden Verträgen einschliesslich Änderungen dieser Klausel bedürfen zu ihrer Rechtswirksamkeit der Schriftform.
- 29.2. Der Kunde kann Ansprüche und Rechte gegen Adtrac nicht ohne deren vorherige schriftliche Zustimmung abtreten, verpfänden oder auf andere Art und Weise übertragen. Ausgenommen vom Zustimmungserfordernis ist die Übertragung der gesamten Rechtsbeziehung auf einen Rechtsnachfolger und/oder innerhalb eines Konzerns.

- 29.3. Die Anpassung der vorliegenden AGB erfolgt in Individualvereinbarungen mit dem Kunden oder Nutzer. AGB des Kunden oder Nutzers sind wegbedungen. Adtrac behält sich vor, diese AGB sich ändernden Erfordernissen anzupassen. Adtrac informiert die Vertragspartner mindestens 30 Tage vor Inkrafttreten der neuen AGB's über die Änderungen. Die jeweils gültige Version findet sich auf der Website der Adtrac.
- 29.4. Verzichtet Adtrac auf Rechte aus diesen AGB, ist der Verzicht als einmalig zu verstehen und bezieht sich nicht auf künftige Geschäftsbeziehungen ausser dies sei schriftlich so festgehalten.
- 29.5. Sollten Regelungen dieser AGB ganz oder teilweise ungültig, unwirksam, undurchführbar oder unvollständig sein, so tritt an deren Stelle oder zur Ausfüllung einer Regelungslücke eine aus vernünftiger, objektiver Sicht für beide Parteien zu einem angemessenen Interessenausgleich führende Regelung.
- 29.6. Erfüllungsort ist der Sitz der Adtrac, bei abweichenden Individualvereinbarungen der Sitz des Kunden oder ein vereinbarter Dritt-Ort.

### **30. Anwendbares Recht und Gerichtsstand**

- 30.1. Es kommt Schweizer Recht unter Ausschluss des Wiener Kaufrechtsübereinkommens und kollisionsrechtlicher Normen zur Anwendung.
- 30.2. Ausschliesslicher Gerichtsstand für Streitigkeiten im Zusammenhang mit der Leistungserbringung der Adtrac ist Zürich. Adtrac behält sich vor, Durchsetzungsansprüche auch an jedem anderen zuständigen Gericht anhängig zu machen. Es sind die ordentlichen Gerichte zuständig.