

Mediadaten



Kontakt



Anschrift

CityUp GmbH & Co. KG

Brühler Straße 7

53119 Bonn

www.cityup.de

E-Mail: info@cityup.de

Taxi-TV ist ein Produkt der
go!public GmbH

Stuttgarter Str. 102

70469 Stuttgart

Ansprechpartner

Jens Nölling

fon: +49 (0) 228 / 886 403 -55

E-Mail: j.noelling@cityup.de

Konzept



Taxi-TV ist bundesweit in vier Städten (Berlin, Frankfurt, Stuttgart, München) installiert. Das Netz wird 2012 weiter ausgebaut. Flachbildschirme im Querformat sind rückseitig unterhalb der Kopfstützen der Beifahrersitze angebracht. Somit haben die Fahrgäste einen direkten Blick auf den Screen, eine optimale Ergänzung für eine Kampagne.

Auf dieser innovativen Plattform läuft täglich ein attraktives Infotainmentprogramm mit Werbeblöcken. N-TV als Nachrichtendistributeur liefert aktuelle News.

Taxi-TV lädt zum Hingucken ein und ermöglicht aufgrund der geringen Ablenkung qualitativ hochwertigste Kontakte für Ihre Werbung.

Die durchschnittliche Fahrtdauer einer Fahrt beträgt rund 12 Minuten, da sich das Infotainmentprogramm spätestens nach 6 Minuten wiederholt, gibt es somit mindestens zwei Kontaktchancen mit Ihrer Werbung.





Ihre Kampagne

Mit Taxi-TV können Sie Ihre Kampagne optimal ergänzen. Dieses neue Medium bietet Ihnen die Möglichkeit vollkommen flexibel, auf Ihre Bedürfnisse hin maßgeschneidert, Ihre Werbung zu platzieren. Die Anzahl der gebuchten Screens, ob ein Tag oder mehr, nach Tageszeiten oder abhängig vom Wetter – schalten Sie Ihre Kampagne wie Sie es wünschen. Gerne beraten wir Sie!

Ihre Vorteile auf einen Blick

- Sie werben in einem neuen, aufmerksamkeitsstarken Medium
- Sie vermeiden Streuverluste
- Sie erreichen eine einkommensstarke und konsumorientierte Zielgruppe
- Das Medium bietet hohe visuelle Reize und höchste Aufmerksamkeit
- Die Produktionskosten sind gering
- Buchungen und Umbuchungen sind in kürzester Zeit realisierbar

Technische Angaben



Datenanlieferung

10 Werktage vor Kampagnenbeginn oder nach Vereinbarung,
auf Datenträger oder per E-Mail an: taxitv@cityup.de

Formate der Standbilder

Dateiformat: *.jpg; *.png
Maße: Breite 800px x Höhe 480px
Bildauflösung: 72 dpi
Farbmodell: RGB (kein CMYK)

Formate für animierte Bilder

Dateiformat: *.gif (animated GIF)
Maße: Breite 800px x Höhe 480px
Besonderheiten: -Angabe der Gesamtlänge des animated GIF's
in Sekunden

Formate der Videos

Dateiformat: *.mpeg, *.avi
Codec: (MPEG-2)
Maße: Breite 800px x Höhe 480px
Bitrate: max. 1500 Kbps
Besonderheiten: -Keine Audiosignale
-Fade-In/-Out nach Schwarz am Anfang und
am Ende von jeweils 1 sec
-Angabe der Länge des Videos in Sekunden
-Als Hilfe zur Erstellung von Videos im korrekten Format
kann folgende Operation angewendet werden:

```
ffmpeg -i INPUT -vcodec mpeg2video -b1500k -y OUTPUT
```

Urheberrecht

Wir weisen darauf hin, dass das Urheberrechtsgesetz Anwendung findet. Dies betrifft z.B. das Eigentum oder die Vergabe von Nutzungsrechten an verwendetem Bildmaterial, Wort und Schrift. Details und Richtlinien für die Zusammenarbeit zwischen dem Auftraggeber und go!public GmbH finden Sie in unseren Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) auch zum download unter www.taxitv-germany.de



Allgemeine Geschäftsbedingungen der
gö!public GmbH

§1 Geltungsbereich: Diese Geschäftsbedingungen gelten für alle Aufträge zwischen der Bewegende Werbung GmbH und/oder der TAXI-AD Automobile Werbung GmbH auf der einen Seite (Auftragnehmer) und dem Auftraggeber auf der anderen Seite.

§2 Vertragsinhalt: Der Vertrag hat die Vermittlung und Durchführung von Werbung an (im)mobilen Werbeträgern die Vermietung von Werbeflächen und/oder die Durchführung von Promotion bzw. Sampling-Aktionen zum Inhalt.

§3 Vertragsabschluss: Der Werbeauftrag ist für den Auftraggeber mit Zugang des unterschriebenen Auftrags bei dem Auftragnehmer rechtsverbindlich. Für den Auftragnehmer ergibt sich die Rechtsverbindlichkeit erst durch die schriftliche Auftragsbestätigung gegenüber dem Auftraggeber innerhalb von zwei Wochen. Angebote des Auftragnehmers sind freibleibend.

§4 Vertragslaufzeit: Die Vertragslaufzeit ergibt sich aus dem vertraglichen Vereinbarung. Vertragsverlängerungen sind grundsätzlich möglich. Diese erfordern jedoch ein entsprechendes Bestätigungsschreiben vom Auftragnehmer. Im Fall der Auftragsverlängerung gelten die bei Beginn des neuen Auftragsmittler Tarife der Preisliste des Auftragnehmers als vereinbart. Indie Preise wurde bereits ein vorübergehender betrieblicher Ausfall des Werbeträgers von bis zu einem Tag pro Woche einkalkuliert. Entsprechend wird dieser mögliche Ausfall nicht kompensiert.

§5 Auftragsdurchführung: Der Auftragnehmer ist berechtigt, soweit nicht ausdrücklich etwas anderes vereinbart ist, bereits vom vereinbarten Beginn der Werbelaufzeit die Werbung anzubringen, bzw. nach dem vereinbarten Ende der Laufzeit die Werbung an den Werbeträgern zulassen. Vorlaufzeiten und Nachlaufzeiten sind vom Auftraggeber nicht

zuvergüten. Der Auftragnehmer wird den Auftrag mit Fotos als Leistungsnachweis dokumentieren. Der Auftraggeber genehmigt dem Auftragnehmer die Bilder zeitlich unbegrenzt als Referenzen zu nutzen. Der Auftragnehmer kann auch hinreichend qualifizierte Dritte mit der Durchführung des Auftrags oder Teildavon beauftragen. Es bedarf hierzu keiner Zustimmung des Auftraggebers.

§6 Werbeaussagen: Der Auftraggeber ist für die Gestaltung, den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit seiner Werbung und seiner Werbeaussagen allein verantwortlich. Er ist verpflichtet, den Auftragnehmer von Ansprüchen Dritter freizustellen, die diesen aufgrund der Verwendung der Werbung bzw. Werbeaussagen erwachsen. Dies gilt auch hinsichtlich etwaiger Ansprüche aus Verstößen gegen das Urheberrecht. Der Auftragnehmer ist berechtigt, vom Auftraggeber die Layouts der beabsichtigten Werbung zu verlangen. Sollte die Werbeaussage inhaltlich negativ gegen den Inhaber der Flächen bzw. seine Branche gerichtet sein, so kann der Auftragnehmer einen Aushang nicht garantieren. Der Auftraggeber handelt auf eigenes Risiko und hat die vereinbarte Vergütung in diesem Fall unabhängig von der Anzahl der angebrachten Plakate vollständig zu entrichten. Politische und religiöse Werbung ist z.B. auf Taxen gesetzlich verboten. Der Auftragnehmer behält sich somit vor, die Durchführung eines Auftrages wegen des Inhaltes abzulehnen und vom Vertrag zurückzutreten. Eine Prüfpflicht hat der Auftragnehmer nicht. Der Auftraggeber genehmigt dem Auftragnehmer die Motive und den Namen des Auftraggebers zeitlich unbegrenzt als Referenzen zu nutzen.

§7 Werbemittel: Für die rechtzeitige Lieferung einwandfreier Werbemittel (Flyer, Folien oder Poster) ist der Auftraggeber verantwortlich. Der Auftraggeber hat, soweit er die Herstellung nicht dem Auftragnehmer in Auftrag gibt, die Werbemittel spätestens 15 Tage vor Werbebeginn freizuliefern und darüber hinaus Ersatzwerbemittel in ausreichender Menge (mindestens 20% Ersatz) zur Verfügung zu stellen. Materialien der Werbemittel (insb. bei Plakaten und Folien), die von dem Auftragnehmer nicht vorab schriftlich genehmigt wurden, kann der Auftragnehmer zurückweisen. Gibt der Auftraggeber beim Auftragnehmer die Herstellung

der Werbematerialien in Auftrag, so sind die Daten, in der vom Auftragnehmer verlangten Form, spätestens 22 Tage vor Werbebeginn beim Auftragnehmer abzuliefern. Der Auftraggeber haftet für etwaige Schäden, die durch die von ihm zur Verfügung gestellten Werbemittel verursacht werden. Für erkennbar fehlerhafte oder fürbeschädigte Poster hat der Auftraggeber unverzüglich Ersatz zu leisten. Jede Art von Änderungen oder Ergänzungen der Werbemittel, ob textlich oder grafisch, sind spätestens 22 Tage vor dem vereinbarten Laufzeitbeginn vom Auftraggeberschriftlich bekannt zu geben.

§8 Werbeträger: Der Auftragnehmer kann nicht ausschließen, dass die gebuchten Werbeträger (z.B. die Taxen) parallel für andere Werbetreibenden weitere Werbeformen nutzen. Ein Konkurrenzschlussbedarf der Schriftform. Der Auftragnehmer ist berechtigt, während der Dauer der Werbemaßnahmen ausfallende Werbeträger oder -flächen zu ersetzen.

§9 Reklamationen: Beanstandungen und Reklamationen müssen unverzüglich, schriftlich und unter genauer Bezeichnung der Mängel und der bemängelten Objekte während des Mängelzeitraums erfolgen. Bei Auftreten von Mängeln kann der Auftraggeber Nachbesserung verlangen, dies muss in jedem Fall während der Laufzeit spätestens aber 20 Tage nach Durchführung schriftlich geltend gemacht werden. Im Übrigen werden nur solche Reklamationen und Beanstandungen berücksichtigt, die in der Verantwortlichkeit des Auftragnehmers liegen.

§10 Kündigung: Der Auftragnehmer kann den Vertrag aus wichtigem Grund ohne Einhaltung von Fristen kündigen. Wichtige Gründe sind u.a. Verstöße gegen politische und religiöse Neutralität beim Werbeträger Taxi, die verspätete Anlieferung der Werbemittel oder die Zahlungsunfähigkeit des Auftraggebers. Bei Zahlungsverzug von mehr als zwei Wochen, ist der Auftragnehmer berechtigt, neben dem fälligen Wertbetrag die nächste fällige Rate sofort zu verlangen und / oder den Auftrag fristlos zu kündigen. Hat der Auftraggeber den wichtigen Grund zu vertreten, ist er verpflichtet, die vereinbarte noch zu zahlende Vergütung bis zum Ablauf des Auftragszeitraums pauschalierten Schadensersatz zu

zahlen. Der Auftragnehmer bleibt hierbei die Geltendmachung weitergehender Schadensersatzansprüche vorbehalten.

§11 Vergütung: Das Werbeentgelt richtet sich nach dem vertraglich vereinbarten Vergütung. Alle angegebenen Preise sind Euro-Netto-Preise. Die Zahlung erfolgt nach Rechnungsstellung häufig innerhalb von 14 Tagen nach Auftragsbestätigung und häufig spätestens 14 Tage vor Durchführung des Werbeauftrags. Ein Zahlungsverzug berechtigt den Auftragnehmer zur Unterlassung der Auftragsdurchführungen. Schadensersatzansprüche wegen nicht durchgeführter Werbemaßnahmen nach bestehendem Zahlungsverzug sind ausgeschlossen. Eine Aufrechnung oder ein Zurückbehaltungsrecht kann der Auftraggeber nure geltend machen, sofern der Gegenanspruch unbestritten oder rechtskräftig festgestellt ist und auf dem gleichen Vertragsverhältnis beruht.

§12 Stornogebühren: Bei Stornierung des Auftrages entstehen Kosten von 20 Prozent des Auftragsvolumens. Wird 6 Wochen vor Werbebeginn storniert, erhöht sich die Stornogebühr auf 50 % des Auftragsvolumens. Vier Wochen vor Auftragsbeginn wird die Gesamtsumme des Auftrags als Stornogebühr fällig. In Absprache mit dem Auftragnehmer ist es dem Auftraggeber möglich, einen Ersatzauftraggeber zu stellen.

§13 Gewährleistung: Wird die Durchführung eines Werbeauftrages aus vom Auftragnehmer nicht zu vertretenden Gründen verzögert oder unterbrochen, so hat dies keinen Einfluss auf die Verpflichtung zur Zahlung des Werbeentgelts. Die Durchführung des Werbeauftrags wird nach Möglichkeit entweder vorverlegt oder nachgeholt. Weicht die Zahl der tatsächlich zur Verfügung gestellten Werbeträger von der vom Auftragnehmer bestätigten Zahl ab, oder beginnt die Durchführung der Werbung aus Gründen, die der Auftragnehmer zu vertreten hat, später als vereinbart und kann der Auftragnehmer nicht eine Kompensation z.B. durch Freiabgangsgewährleistungen, so wird die tatsächliche Werbemenge bzw. der veränderte Werbezeitraum Vertragsinhalt. Die zu entrichtende Vergütung wird für diese Fälle unter Berücksichtigung der ursprünglich dem Vertrag zugrundeliegenden Preisliste bzw. der vertraglich vereinbarten Vergütung festgelegt.

Gewährleistungsansprüche stehen nur dem Auftraggeber zu. Sie sind nicht abtretbar.

§14 Haftung: Der Auftragnehmer haftet für Schadensersatz nur bei Vorsatz und grober Fahrlässigkeit ihrer Erfüllungsgehilfen. Dies gilt auch bei Verlust, Beschädigung oder Diebstahl der Werbemittel während der Auftragslaufzeit oder beim Transport, Entfernen und Lagern. Der Schadensersatzanspruch ist auf die Höhe der Haftungsgrenze der Leistungen der Betriebshaftpflichtversicherung begrenzt. Schadensersatzansprüche gegenüber dem Auftraggeber bestehen darüber hinaus nicht bei Pflichtverletzungen durch die Besitzer der Werbeflächen. Ebenfalls haftet der Auftragnehmer nicht für die Beschädigung der Werbemittel durch Dritte oder höhere Gewalt, des Weiteren nicht für mittelbare Schäden, insb. entgangenen Gewinn. Hat der Auftragnehmer eine Verzögerung, Unterbrechung, eine Nicht- oder Teilausführung zu vertreten, so erhält der Auftraggeber einen Ersatzanspruch. Sollte der Werbezweck nicht erreicht werden können, wird die ausgefallene Laufzeit rückvergütet. Weitere Ansprüche sind ausgeschlossen.

§15 Schriftform: Auftragserteilung und Auftragsbestätigung bedürfen aus Beweiswecken der Schriftform. Darüber hinausgehende mündliche Abreden bedürfen für ihre Gültigkeit der schriftlichen Bestätigung.

§16 Gerichtsstand: Gerichtsstand ist Hamburg, soweit der Auftraggeber Kaufmann ist. Im Übrigen gilt die Vereinbarung des Gerichtsstandes auch dann, wenn der Auftraggeber im Inland keinen allgemeinen Gerichtsstand hat oder der Wohnsitz des Auftraggebers unbekannt oder im Ausland ist.

§17 Abwehrklausel: Für den Vertrag gelten ausschließlich die allgemeinen Geschäftsbedingungen vom Auftragnehmer.

§18 Salvatorische Klausel: Sollten Bestimmungen des Auftrages oder dieser Geschäftsbedingungen rechtsunwirksam sein, oder rechtsunwirksam werden, wird die Gültigkeit der übrigen Bestimmungen davon nicht berührt.