

ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN

Dr. Ricki Weiss PR Management & International Consulting

Kontaktperson:

Dr. Ricka Weiss

T: +43 1 9240286-0

E: office@rickiweiss.com

W: www.rickiweiss.com und www.rickiweiss-consulting.com

Anschrift: 1180 Wien, Peter-Jordan Straße 159/1/7; 6370 Kitzbühel, Kirchbergerstr. 86/10

Gerichtsstand: Wien, österreichisches Recht ist anzuwenden

1. Geltung & Vertragsabschluss

1.1. Dr. Ricki Weiss PR Management & International Consulting – im Folgenden als „Agentur“ bezeichnet – erbringt ihre Leistungen ausschließlich auf der Grundlage dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB). Diese gelten für alle Rechtsbeziehungen zwischen der Agentur und dem Kunden/Auftraggeber, selbst wenn nicht ausdrücklich auf sie Bezug genommen wird.

1.2. Maßgeblich ist jeweils die zum Zeitpunkt des Vertragsschlusses gültige Fassung. Abweichungen von dieser sowie sonstige ergänzende Vereinbarungen mit dem Kunden sind nur wirksam, wenn sie von der Agentur schriftlich bestätigt werden.

1.3. Angebote der Agentur sind mangels anderer Vereinbarungen freibleibend.

1.4. Allfällige Geschäftsbedingungen des Kunden werden, selbst bei Kenntnis, nicht akzeptiert, sofern nicht im Einzelfall ausdrücklich und schriftlich anderes vereinbart wird. AGB des Kunden widerspricht die Agentur ausdrücklich. Eines weiteren Widerspruchs gegen AGB des Kunden durch die Agentur bedarf es nicht.

1.5. Änderungen der AGB werden dem Kunden bekannt gegeben und gelten als vereinbart, wenn der Kunde den geänderten AGB nicht schriftlich binnen 14 Kalendertagen widerspricht; auf die Bedeutung des Schweigens wird der Kunde in der Verständigung ausdrücklich hingewiesen.

1.6. Sollten einzelne Bestimmungen dieser AGB unwirksam sein, so berührt dies die Verbindlichkeit der übrigen Bestimmungen und der unter ihrer Zugrundelegung geschlossenen Verträge nicht. Die unwirksame Bestimmung ist durch eine wirksame, die dem Sinn und Zweck am nächsten kommt, zu ersetzen.

1.7. Basis für den Vertragsabschluss ist das jeweilige Angebot der Agentur, bzw. der Auftrag des Kunden, in dem der Leistungsumfang und die Vergütung festgehalten sind. Angebote der Agentur sind freibleibend und unverbindlich. Bei Widersprüchlichkeiten der Angebotsunterlagen gilt die für die Agentur günstigere Variante als vereinbart.

1.8. Erteilt der Kunde einen Auftrag, so ist er an diesen ab dessen Zugang bei der Agentur gebunden. Der Vertrag kommt durch die Annahme des Auftrags durch die Agentur zustande. Die Annahme hat in Schriftform (z.B. durch Auftragsbestätigung) zu erfolgen.

1.9. Der Kunde wird darauf hingewiesen, dass der im Vertrag vereinbarte Preis vollständig zu bezahlen ist. Für den Fall des unberechtigten (Teil-)Rücktritts vom Vertrag durch den Kunden wird eine Vertragsstrafe vereinbart, die nicht als Reugeld anzusehen ist. Sie beträgt 20% der gesamten Netto-Auftragssumme. Der Anspruch auf Vertragsstrafe unterliegt nicht dem richterlichen Mäßigungsrecht. Die Agentur ist berechtigt, einen über die Vertragsstrafe hinausgehenden Schaden geltend zu machen.

2. Social-Media-Kanäle

Die Agentur weist den Kunden vor Auftragserteilung ausdrücklich darauf hin, dass die Anbieter von „Social-Media-Kanälen“ (z.B. Facebook, im Folgenden kurz: Anbieter) es sich in ihren Nutzungsbedingungen vorbehalten, Werbeanzeigen, -auftritte und -texte aus beliebigen Grund abzulehnen oder zu entfernen. Die Anbieter sind demnach nicht verpflichtet, Inhalte und Informationen an die Nutzer weiterzuleiten. Es besteht daher das von der Agentur nicht kalkulierbare Risiko, dass Werbeanzeigen, -auftritte und -texte grundlos entfernt werden. Im Fall einer Beschwerde eines anderen Nutzers wird zwar von den Anbietern die Möglichkeit einer Gegendarstellung eingeräumt, doch erfolgt auch in diesem Fall eine sofortige Entfernung der Inhalte. Die Wiedererlangung des ursprünglichen, rechtmäßigen Zustandes kann in diesem Fall einige Zeit in Anspruch nehmen. Die Agentur arbeitet auf der Grundlage dieser Nutzungsbedingungen der Anbieter, auf die sie keinen Einfluss hat, und legt diese auch einem Auftrag des Kunden zu Grunde. Ausdrücklich anerkennt der Kunde mit der Auftragserteilung, dass diese Nutzungsbedingungen die Rechte und Pflichten eines allfälligen Vertragsverhältnisses (mit-)bestimmen. Die Agentur beabsichtigt, den Auftrag des Kunden nach bestem Wissen und Gewissen auszuführen und die Richtlinien von „Social Media Kanälen“ einzuhalten. Aufgrund der derzeit gültigen Nutzungsbedingungen und der einfachen Möglichkeit jedes Nutzers, Rechtsverletzungen zu behaupten und so eine Entfernung der Inhalte zu erreichen, kann die Agentur aber nicht dafür einstehen, dass die beauftragte Kampagne auch jederzeit abrufbar ist.

3. Konzept- und Ideenschutz

Hat der potenzielle Kunde die Agentur vorab bereits eingeladen, ein Konzept oder Ideen zu erstellen und präsentieren, und kommt die Agentur dieser Einladung noch vor Vertragsabschluss nach, so gilt

nachstehende Regelung:

3.1. Bereits durch die Einladung und die Annahme der Einladung durch die Agentur treten der potenzielle Kunde und die Agentur in ein Vertragsverhältnis („Pitching-Vertrag“). Auch diesem Vertrag liegen die AGB zu Grunde.

3.2. Der potenzielle Kunde anerkennt, dass die Agentur bereits mit der Konzepterarbeitung kostenintensive Vorleistungen erbringt, obwohl er selbst noch keine Leistungspflichten übernommen hat.

3.3. Das Konzept untersteht in seinen sprachlichen und/oder grafischen Teilen, soweit diese Werkhöhe erreichen, dem Schutz des Urheberrechtsgesetzes. Eine Nutzung und Bearbeitung dieser Teile ohne Zustimmung der Agentur ist dem potenziellen Kunden schon auf Grund des Urheberrechtsgesetzes nicht gestattet.

3.4. Das Konzept enthält darüber hinaus geschäfts- und/oder werberelevante Ideen, die keine Werkhöhe erreichen und damit nicht den Schutz des Urheberrechtsgesetzes genießen. Diese Ideen stehen am Anfang jedes Schaffensprozesses und können als initialer Gedanke alles später Hervorgebrachten und somit als Ursprung von z.B. Geschäfts-, PR- und/oder Vermarktungsstrategien definiert werden. Daher sind jene Elemente des Konzeptes geschützt, die eigenartig sind und z.B. der Geschäfts-, PR- und/oder Vermarktungsstrategie ihre charakteristische Prägung geben. Als Idee im Sinne dieser Vereinbarung werden insbesondere werbewirksame Schlagwörter, Werbe-, PR-, Image- oder Marketingtexte, damit verbundene Grafiken und Illustrationen, Werbemittel usw. angesehen, auch wenn sie keine Werkhöhe erreichen.

3.5. Der potenzielle Kunde verpflichtet sich, es zu unterlassen, diese von der Agentur im Rahmen des Konzeptes präsentierten kreativen Ideen außerhalb des Korrektivs eines später abzuschließenden Vertrages wirtschaftlich zu verwerten bzw. verwerten zu lassen oder zu nutzen bzw. nutzen zu lassen.

3.6. Sofern der potenzielle Kunde der Meinung ist, dass ihm von der Agentur Ideen präsentiert wurden, auf die er bereits vor solcher Besprechung oder Präsentation gekommen ist, so hat er dies der Agentur binnen 14 Kalendertagen nach dem Tag der Besprechung oder Präsentation per E-Mail unter Anführung von Beweismitteln, die eine zeitliche Zuordnung erlauben, bekannt zu geben.

3.7. Im gegenteiligen Fall gehen die Vertragsparteien davon aus, dass die Agentur dem potenziellen Kunden eine für ihn neue Idee präsentiert hat. Wird die Idee vom Kunden verwendet, so ist davon auszugehen, dass die Agentur dabei verdienstlich wurde.

3.8. Der potenzielle Kunde kann sich von seinen Verpflichtungen aus diesem Punkt durch Zahlung einer angemessenen Entschädigung (zuzüglich gesetzlicher Umsatzsteuer) befreien. Die Befreiung tritt erst nach vollständigem Eingang der Zahlung der Entschädigung bei der Agentur ein. Werden die von der Agentur eingebrachten Ideen und Konzepte vom Kunden nicht zur Ausführung gebracht, so ist die Agentur (unabhängig von der Zahlung einer angemessenen Entschädigung) berechtigt, die präsentierten Ideen und Konzepte anderweitig zu verwenden.

4. Leistungsumfang, Auftragsabwicklung und Mitwirkungspflichten des Kunden

4.1. Der Umfang der zu erbringenden Leistungen ergibt sich aus dem Auftrag des Kunden, der angebotenen Leistungsbeschreibung oder den Angaben im Vertrag, bzw. der Auftragsbestätigung, sowie dem allfälligen Briefingprotokoll („Angebotsunterlagen“). Bei Widersprüchlichkeiten der Angebotsunterlagen gilt die für die Agentur günstigere Variante als vereinbart. Nachträgliche Änderungen des Leistungsinhaltes bedürfen der Schriftform. Innerhalb des vom Kunden vorgegebenen Rahmens besteht bei der Erfüllung des Auftrages Gestaltungsfreiheit der Agentur.

4.2. Alle Leistungen der Agentur (insbesondere alle Entwürfe von Analysen, Leistungsbeschreibungen, Texten, Berichten, etc. sowie fertig gestellte Texte und elektronische Dateien) sind vom Kunden zu überprüfen und binnen 3 Werktagen ab Eingang beim Kunden freizugeben. Die Leistungen gelten auch dann als freigegeben, wenn ihnen der Kunde nicht binnen 3 Werktagen widerspricht.

4.3. Die Agentur ist zur Ausführung ihrer Leistungen auf die Unterstützung und Mitwirkung des Kunden angewiesen. Der Kunde verpflichtet sich zu einer konstruktiven Arbeitshaltung und wird der Agentur zeitgerecht und vollständig alle Informationen und Unterlagen zugänglich machen, die für die Erbringung der Leistung erforderlich sind. Er wird sie von allen Umständen informieren, die für die Durchführung des Auftrages von Bedeutung sind, auch wenn diese erst während der Durchführung des Auftrages bekannt werden. Der Kunde trägt den Aufwand, der dadurch entsteht, dass Arbeiten infolge seiner unrichtigen, unvollständigen oder nachträglich geänderten Angaben von der Agentur wiederholt werden müssen oder verzögert werden. Sollte der Kunde die Agentur in ihrer Leistungserbringung beeinträchtigen oder behindern, ist der Kunde deshalb nicht zu einer Minderung oder zum Einbehalt des vereinbarten Honorars berechtigt. Die Agentur darf von der Vollständigkeit und Richtigkeit und jeweiligen Aktualität der Arbeitsmittel, Informationen und Unterlagen ausgehen.

4.4. Der Kunde ist weiters verpflichtet, die für die Durchführung des Auftrages zur Verfügung gestellten Unterlagen (z.B. Berichte, Profile, Magazine, Fotos, Logos etc.) auf allfällige Urheber-

Marken-, Kennzeichenrechte oder sonstige Rechte Dritter zu prüfen (Rechteclearing) und garantiert, dass die Unterlagen frei von Rechten Dritter sind und daher für den angestrebten Zweck eingesetzt werden können. Die Agentur trifft diesbezüglich gegenüber dem Kunden keine Warnpflicht und haftet – jedenfalls im Innenverhältnis zum Kunden - nicht wegen einer Verletzung derartiger Rechte Dritter durch zur Verfügung gestellte Unterlagen. Wird die Agentur wegen einer solchen Rechtsverletzung von einem Dritten in Anspruch genommen, so hält der Kunde die Agentur schad- und klaglos; er hat ihr sämtliche Nachteile zu ersetzen, die ihr durch eine Inanspruchnahme Dritter entstehen, insbesondere die Kosten einer angemessenen rechtlichen Vertretung. Der Kunde verpflichtet sich, die Agentur bei der Abwehr von allfälligen Ansprüchen Dritter zu unterstützen. Der Kunde stellt der Agentur hierfür unaufgefordert sämtliche Unterlagen zur Verfügung.

4.5. Der Kunde sorgt dafür, dass die organisatorischen Rahmenbedingungen bei Erfüllung eines Auftrages an seinem Geschäftssitz ein möglichst ungestörtes Arbeiten erlauben und einer effizienten Leistungserbringung dienlich sind.

5. Fremdleistungen / Beauftragung Dritter

5.1. Die Agentur ist nach freiem Ermessen berechtigt, die Leistung selbst auszuführen, sich bei der Erbringung von vertragsgegenständlichen Leistungen sachkundiger Dritter zu bedienen und/oder derartige Leistungen zu substituieren („Fremdleistung“).

5.2. Die Beauftragung von Dritten im Rahmen einer Fremdleistung erfolgt entweder im eigenen Namen oder im Namen des Kunden. Die Agentur wird diesen Dritten sorgfältig auswählen und darauf achten, dass dieser über die erforderliche fachliche Qualifikation verfügt.

5.3. Soweit die Agentur notwendige oder vereinbarte Fremdleistungen im eigenen Namen in Auftrag gibt, wird die Erfüllungsgehilfenhaftung für leichte Fahrlässigkeit ausgeschlossen.

5.4. In Verpflichtungen gegenüber Dritten, die über die Vertragslaufzeit hinausgehen, hat der Kunde einzutreten. Das gilt ausdrücklich auch im Falle einer Kündigung des Agenturvertrages aus wichtigem Grund.

5.5. Sollte sich im Rahmen eines Auftrags der Bedarf nach weiteren Fremdleistungen ergeben, wie Produktionskosten, so weist die Agentur der guten Ordnung halber darauf hin, dass diese als Extrakosten nicht mit den vereinbarten Honorar abgegolten sind und separat mit einer Handlingfee von 15% verrechnet werden. Fremdleistungen werden im Vorfeld besprochen und entsprechend abgestimmt.

6. Termine

6.1. Angegebene Liefer- oder Leistungsfristen gelten, sofern nicht ausdrücklich als verbindlich vereinbart, nur als annähernd und unverbindlich. Verbindliche Terminabsprachen sind schriftlich festzuhalten bzw. von der Agentur schriftlich zu bestätigen.

6.2. Verzögert sich die Lieferung/Leistung der Agentur aus Gründen, die sie nicht zu vertreten hat, wie z.B. Ereignisse höherer Gewalt und andere unvorhersehbare, mit zumutbaren Mitteln nicht abwendbare Ereignisse, ruhen die Leistungsverpflichtungen für die Dauer und im Umfang des Hindernisses und verlängern sich die Fristen entsprechend. Sofern solche Verzögerungen mehr als zwei Monate andauern, sind der Kunde und die Agentur berechtigt, vom Vertrag zurückzutreten.

6.3. Befindet sich die Agentur in Verzug, so kann der Kunde vom Vertrag nur zurücktreten, nachdem er der Agentur schriftlich eine angemessene Nachfrist von zumindest 14 Kalendertagen gesetzt hat und diese fruchtlos verstrichen ist. Schadenersatzansprüche des Kunden wegen Nichterfüllung oder Verzug sind ausgeschlossen, ausgenommen bei Nachweis von Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit.

7. Anwendung von Daten, Informationen

Für eine PR-relevante Verbesserung der öffentlichen Wahrnehmung des Kunden – insbesondere bei dem Markt oder dem Kunden geschuldeter geforderter zeitnaher Umsetzung – behält sich die Agentur vor, sämtliche Materialien wie Bilder, Fotos, Texte und Video etc., die bereits vom Kunden veröffentlicht wurden, eigenständig und ohne Rücksprache mit dem Kunden, je nach Verwendungszweck zu modifizieren und Rahmen der Kommunikationsmaßnahmen ohne gesonderte Freigabe durch den Kunden zu verwenden. Eine Ausnahme dieser Regelung muss explizit vom Kunden kommuniziert werden.

8. Rücktritt vom Vertrag

8.1. Die Agentur ist berechtigt, den Vertrag aus wichtigen Gründen mit sofortiger Wirkung aufzulösen. Ein wichtiger Grund liegt insbesondere vor, wenn

- a) die Ausführung der Leistung aus Gründen, die der Kunde zu vertreten hat, unmöglich ist oder trotz bereits gesetzter Nachfrist von 14 Kalendertagen weiter verzögert wird;
- b) der Kunde fortgesetzt, trotz schriftlicher Abmahnung mit einer Nachfristsetzung von 14 Kalendertagen, gegen wesentliche Verpflichtungen aus diesem Vertrag, wie z.B. Zahlung eines fällig gestellten Betrages oder Mitwirkungspflichten, verstößt;
- c) ein Insolvenzverfahren über den Kunden eingeleitet oder mangels Kostendeckung abgewiesen

wird.

d) berechnigte Bedenken hinsichtlich der Bonität des Kunden bestehen und dieser auf Begehren der Agentur weder Vorauszahlungen leistet noch vor Leistung der Agentur eine taugliche Sicherheit leistet.

e) berechnigte Bedenken bestehen hinsichtlich des gesetzestkonformen Verhaltens und Agierens des Kunden

f) bei verbalen oder physischen (Be-)Drohungen durch den Kunden gegenüber der Agentur.

Eine durch eingeschriebenen Brief übermittelte Kündigungserklärung gilt auch dann als zugegangen, wenn ein Zustellungsversuch fruchtlos verlaufen und dem Empfänger eine Zustellungsnachricht hinterlassen worden ist.

Der Kunde nimmt zur Kenntnis, dass die Agentur Zeiträume zur Erbringung der Leistungen exklusiv für den Kunden reserviert. In diesen Zeiträumen ist die Erbringung von Leistungen für andere Kunden unmöglich. Daher ist die Agentur insbesondere zur Auflösung vom Vertrag berechnigt, wenn die Ausführung der Leistung aus Gründen, die der Kunde zu vertreten hat, unmöglich ist oder trotz Setzung einer sehr kurzen Nachfrist weiter verzögert wird.

9. Honorar

9.1. Wenn nichts anderes vereinbart ist, entsteht der Honoraranspruch der Agentur für jede einzelne Leistung, sobald diese erbracht wurde resp., wenn diese als Vorauszahlung für eine zu erbringende Leistung vereinbart wurde. Die Agentur ist berechnigt, zur Deckung ihres Aufwandes Vorschüsse oder Vorauszahlung zu Anteilen oder zur Gänze zu verlangen. Vor allem bei Aufträgen, die sich über einen längeren Zeitraum erstrecken, ist die Agentur auch berechnigt, Zwischenabrechnungen bzw. Vorausrechnungen zu erstellen oder Akontozahlungen abzurufen.

9.2. Das Honorar versteht sich als Netto-Honorar zuzüglich der Umsatzsteuer in gesetzlicher Höhe. Mangels Vereinbarung im Einzelfall hat die Agentur für die erbrachten Leistungen und die Überlassung der urheber- und kennzeichenrechtlichen Nutzungsrechte Anspruch auf Honorar in der marktüblichen Höhe.

9.3. Alle Leistungen der Agentur, die nicht ausdrücklich durch das vereinbarte Honorar abgegolten sind, werden gesondert entlohnt. Alle der Agentur erwachsenden Barauslagen sind vom Kunden zu ersetzen.

9.4. Kostenvoranschläge der Agentur sind unverbindlich. Wenn abzusehen ist, dass die tatsächlichen Kosten die von der Agentur schriftlich veranschlagten um mehr als 20% übersteigen, wird die Agentur den Kunden auf die höheren Kosten hinweisen. Die Kostenüberschreitung gilt als vom Kunden genehmigt, wenn der Kunde nicht binnen 3 Werktagen nach diesem Hinweis schriftlich widerspricht und gleichzeitig kostengünstigere Alternativen bekannt gibt. Handelt es sich um eine Kostenüberschreitung bis 20% ist eine gesonderte Verständigung nicht erforderlich. Diese Kostenvoranschlagsüberschreitung gilt vom Auftraggeber von vornherein als genehmigt.

9.5. Für alle Arbeiten der Agentur, die aus welchem Grund auch immer vom Kunden nicht zur Ausführung gebracht werden, gebührt der Agentur das vereinbarte Entgelt. Die Anrechnungsbestimmung des § 1168 ABGB wird ausgeschlossen. Mit der Bezahlung des Entgelts erwirbt der Kunde an bereits erbrachten Arbeiten keinerlei Nutzungsrechte; nicht ausgeführte Konzepte, Entwürfe und sonstige Unterlagen sind vielmehr unverzüglich der Agentur zurückzustellen.

9.6. Wird mit dem Auftrag ein bestimmter Leistungstermin vereinbart, trägt der Kunde sämtliche mit der Terminüberschreitung verbundene Kosten. Bei Verzug hat der Kunde, eine verschuldensabhängige nicht dem richterlichen Mäßigungsrecht unterliegende, Vertragsstrafe pro Kalendertag des Verzuges in der Höhe von 0,5% der Auftragssumme zuzüglich Mehrwertsteuer, mit einer Höchstbegrenzung von 10% der Auftragssumme zu bezahlen.

9.7. Es gilt als vereinbart, dass Fahrten mit der Bahn in der 1. Klasse, Inlandsflüge in der Economy-Klasse und Auslandsflüge in der Business-Klasse erstattungsfähig sind. Fahrten mit dem eigenen PKW werden mit € 0,45 je gefahrenen Kilometer abgerechnet.

10. Zahlung & Eigentumsvorbehalt

10.1. Das Honorar ist in jedem Fall spätestens binnen 14 Tagen vom Rechnungserhalt und ohne Abzug zur Zahlung fällig, sofern nicht im Einzelfall besondere Zahlungsbedingungen schriftlich vereinbart werden. Dies gilt auch für die Weiterverrechnung sämtlicher Barauslagen und sonstiger Aufwendungen. Die von der

Agentur gelieferte Ware bleibt bis zur vollständigen Bezahlung des Entgelts einschließlich aller Nebenverbindlichkeiten, insbesondere Copyrights, im Eigentum der Agentur.

10.2. Bei Zahlungsverzug des Kunden gelten die gesetzlichen Verzugszinsen in der für Unternehmengeschäfte geltenden Höhe. Weiters verpflichtet sich der Kunde für den Fall des Zahlungsverzugs, der Agentur die entstehenden Mahn- und Inkassospesen, soweit sie zur zweckentsprechenden Rechtsverfolgung notwendig sind, zu ersetzen. Dies umfasst jedenfalls die Kosten zweier Mahnschreiben in marktüblicher Höhe von derzeit zumindest € 20,00 je Mahnung

(bzw. einen Pauschalbetrag in Höhe von € 40,00) sowie eines Mahnschreibens eines mit der Eintreibung beauftragten Rechtsanwalts. Die Geltendmachung weitergehender Rechte und Forderungen bleibt davon unberührt.

10.3. Im Falle des Zahlungsverzuges des Kunden kann die Agentur sämtliche, im Rahmen anderer mit dem Kunden abgeschlossener Verträge, erbrachten Leistungen und Teilleistungen sofort fällig stellen.

10.4. Weiters ist die Agentur nicht verpflichtet, weitere Leistungen bis zur Begleichung des aushaftenden Betrages zu erbringen (Zurückbehaltungsrecht). Die Verpflichtung zur Entgeltzahlung bleibt davon unberührt.

10.5. Wurde die Bezahlung in Raten vereinbart, so behält sich die Agentur für den Fall der nicht fristgerechten Zahlung von Teilbeträgen oder Nebenforderungen das Recht vor, die sofortige Bezahlung der gesamten noch offenen Schuld zu fordern (Terminverlust).

10.6. Der Kunde ist nicht berechtigt, mit eigenen Forderungen gegen Forderungen der Agentur aufzurechnen, außer die Forderung des Kunden wurde von der Agentur schriftlich anerkannt oder gerichtlich festgestellt.

11. Eigentumsrecht und Urheberrecht

11.1. Alle Leistungen der Agentur einschließlich jener aus Besprechungen und Präsentationen (z.B. Anregungen, Ideen, Entwürfe, Konzepte, Analysen, Berichte, etc.), auch einzelne Teile daraus, bleiben ebenso wie die einzelnen Werkstücke und Entwurfsoriginale bis zur vollständigen Bezahlung des Honorars im Eigentum der Agentur und können von der Agentur bis zur vollständigen Bezahlung jederzeit zurückverlangt werden. Der Kunde erwirbt durch Zahlung des Honorars das Recht der Nutzung (einschließlich Vervielfältigung). Der Erwerb von Nutzungs- und Verwertungsrechten an Leistungen der Agentur setzt in jedem Fall die vollständige Bezahlung der von der Agentur dafür in Rechnung gestellten Honorare voraus. Nutzt der Kunde bereits vor diesem Zeitpunkt die Leistungen der Agentur, so beruht diese Nutzung auf einem jederzeit widerrufbaren Leihverhältnis.

11.2. Änderungen von Leistungen der Agentur, wie insbesondere deren Weiterentwicklung durch den Kunden oder durch für diesen tätige Dritte, sind nur mit ausdrücklicher Zustimmung der Agentur und – soweit die Leistungen urheberrechtlich geschützt sind – des Urhebers zulässig.

11.3. Für die Nutzung von Leistungen der Agentur, die über den ursprünglich vereinbarten Zweck und Nutzungsumfang hinausgeht, ist – unabhängig davon, ob diese Leistung urheberrechtlich geschützt ist – die Zustimmung der Agentur erforderlich. Dafür steht der Agentur und dem Urheber eine gesonderte angemessene Vergütung zu.

11.4. Der Kunde haftet der Agentur für jede widerrechtliche Nutzung in doppelter Höhe des für diese Nutzung angemessenen Honorars.

12. Kennzeichnung

12.1. Die Agentur ist berechtigt, auf allen Kommunikations- oder Werbemitteln und bei allen Werbemaßnahmen auf die Agentur und allenfalls auf den Urheber hinzuweisen, ohne dass dem Kunden dafür ein Entgeltanspruch zusteht.

12.2. Die Agentur ist vorbehalten des jederzeit möglichen, schriftlichen Widerrufs des Kunden dazu berechtigt, auf eigenen Werbeträgern und insbesondere auf ihrer Internet-Website mit Namen und/oder Firmenlogo auf die zum Kunden bestehende Geschäftsbeziehung hinzuweisen.

13. Gewährleistung

13.1. Der Kunde hat allfällige Mängel unverzüglich, jedenfalls jedoch innerhalb von 3 Werktagen nach Leistung/Lieferung durch die Agentur schriftlich geltend zu machen und schriftlich zu begründen; andernfalls gilt die Leistung als genehmigt. In diesem Fall ist die Geltendmachung von Gewährleistungs- und Schadenersatzansprüchen sowie das Recht auf Irrtumsanfechtung aufgrund von Mängeln ausgeschlossen.

13.2. Bei berechtigter und rechtzeitiger Mängelrüge steht dem Kunden das Recht auf Verbesserung oder Austausch der Lieferung/Leistung durch die Agentur zu. Die Agentur wird die Mängel in angemessener Frist beheben, wobei der Kunde der Agentur alle zur Untersuchung und Mängelbehebung erforderlichen Maßnahmen ermöglicht. Die Agentur ist berechtigt, die Verbesserung der Leistung zu verweigern, wenn diese unmöglich ist, oder für die Agentur mit einem unverhältnismäßig hohen Aufwand verbunden ist. In diesem Fall stehen dem Kunden die gesetzlichen Wandlungs- oder Preisminderungsrechte zu. Im Fall der Verbesserung obliegt es dem Auftraggeber die Übermittlung der mangelhaften (körperlichen) Sache auf seine Kosten durchzuführen.

13.3 Es obliegt auch dem Auftraggeber, die Überprüfung der Leistung auf ihre rechtliche, insbesondere wettbewerbs-, marken-, urheber- und verwaltungsrechtliche Zulässigkeit durchzuführen. Die Agentur ist nur zu einer Grobprüfung der rechtlichen Zulässigkeit verpflichtet. Die Agentur haftet im Falle leichter Fahrlässigkeit oder nach Erfüllung einer allfälligen Warnpflicht gegenüber dem Kunden nicht für die rechtliche Zulässigkeit von Inhalten, wenn diese vom Kunden vorgegeben

oder genehmigt wurden.

13.4. Die Gewährleistungsfrist beträgt 6 Monate ab Lieferung/Leistung. Das Recht zum Regress gegenüber der Agentur gemäß § 933b Abs 1 ABGB erlischt ein Jahr nach Lieferung/Leistung. Der Kunde ist nicht berechtigt, Zahlungen wegen Bemängelungen zurückzuhalten. Die Vermutungsregelung des § 924 ABGB wird ausgeschlossen.

14. Haftung & Produkthaftung

14.1. In Fällen leichter Fahrlässigkeit ist eine Haftung der Agentur und die ihrer Angestellten, Auftragnehmer oder sonstigen Erfüllungsgehilfen (freie und fixe Teammitglieder) für Sach- oder Vermögensschäden des Kunden ausgeschlossen, gleichgültig ob es sich um unmittelbare oder mittelbare Schäden, entgangenen Gewinn oder Mangelfolgeschäden, Schäden wegen Verzugs, Unmöglichkeit, positiver Forderungsverletzung, Verschuldens bei Vertragsabschluss, wegen mangelhafter oder unvollständiger Leistung handelt. Das Vorliegen von grober Fahrlässigkeit hat der Geschädigte zu beweisen. Soweit die Haftung der Agentur ausgeschlossen oder beschränkt ist, gilt dies auch für die persönliche Haftung ihrer „Teammitglieder“.

Jegliche Haftung der Agentur für Ansprüche, die auf Grund der von der Agentur erbrachten Leistung (z.B. Werbemaßnahme) gegen den Kunden erhoben werden, wird ausdrücklich ausgeschlossen, wenn die Agentur ihrer Hinweispflicht nachgekommen ist oder eine solche für sie nicht erkennbar war, wobei leichte Fahrlässigkeit nicht schadet. Insbesondere haftet die Agentur nicht für Prozesskosten, eigene Anwaltskosten des Kunden oder Kosten von Urteilsveröffentlichungen sowie für allfällige Schadenersatzforderungen oder sonstige Ansprüche Dritter; der Kunde hat die Agentur diesbezüglich schad- und klaglos zu halten.

14.2. Schadenersatzansprüche des Kunden verfallen in 6 Monaten ab Kenntnis des Schadens; jedenfalls aber nach 3 Jahren ab der Verletzungshandlung der Agentur.

14.3. Schadenersatzansprüche sind der Höhe nach mit dem Netto-Auftragswert begrenzt.

14.4. Die Agentur haftet nicht für Schäden, die aufgrund Verletzungen von Mitwirkungspflichten des Vertragspartners entstehen, auch nicht für Urheber-, Patent-, Marken-, Gebrauchsmuster-, Geschmacksmuster oder sonstige rechtliche Schutzfähigkeiten der von ihr erbrachten Leistungen. Sie haftet nicht für die rechtliche Zulässigkeit der von ihr erbrachten Leistungen, wenn der Kunde diese ausdrücklich oder stillschweigend als ordnungsgemäß angenommen hat.

14.5. Für die auf Webseiten publizierten Aussagen übernimmt die Agentur keinerlei Haftung. Der Kunde ist verpflichtet zu prüfen, ob durch Inhalte, die von der Agentur bereitgestellt wurden, Rechtsvorschriften oder Rechte Dritter verletzt werden.

15. Geheimhaltung / Datenschutz

15.1. Die Agentur verpflichtet sich zu unbedingtem Stillschweigen über alle ihr zur Kenntnis gelangenden geschäftlichen Angelegenheiten, insbesondere Geschäfts- und Betriebsgeheimnisse sowie jedwede Information, die er über Art, Betriebsumfang und praktische Tätigkeit des Kunden erhält.

15.2. Weiters verpflichtet sich die Agentur, über den gesamten Inhalt des Werkes sowie sämtliche Informationen und Umstände, die ihr im Zusammenhang mit der Erstellung des Werkes zugegangen sind, insbesondere auch über die Daten von Klienten des Kunden, Dritten gegenüber Stillschweigen zu bewahren.

15.3. Die Agentur ist von der Schweigepflicht gegenüber allfälligen Erfüllungsgehilfen und Stellvertretern, deren sie sich bedient, entbunden. Sie hat die Schweigepflicht aber auf diese vollständig mittels einer Geheimhaltungsvereinbarung zu überbinden.

15.4. Die Schweigepflicht reicht unbegrenzt auch über das Ende dieses Vertragsverhältnisses hinaus. Ausnahmen bestehen im Falle gesetzlich vorgesehener Aussageverpflichtungen.

Ausgenommen von dieser Geheimhaltungspflicht sind solche Informationen und Informationsmaterialien, die:

zur Zeit ihres Bekanntwerdens bereits offenkundig, d.h. auch jedem Dritten zugänglich sind, die einem Vertragspartner nach Bekanntwerden rechtmäßig von einem Dritten zugänglich gemacht werden, der diesbezüglich keiner Geheimhaltung gegenüber dem anderen Vertragspartner unterliegt, die auf Verlangen einer Behörde oder einen berechtigten Dritten zwingend mitzuteilen sind, die Rechts- und Steuerberatern des jeweiligen Partners zum Zwecke der Beratung notwendigerweise mitgeteilt werden müssen,.

Den Vertragspartnern ist bekannt, dass die wechselseitige Kommunikationen in wesentlichen Teilen auch in unverschlüsselter elektronischer Form (wie E-Mails) erfolgen und verzichten auf die Geltendmachung von Ansprüchen, die darauf begründet sind, dass unberechtigte Dritte illegalen Zugriff auf elektronische Kommunikationsmedien ausüben und damit Kenntnisse von vorbenannten unverschlüsselt elektronisch übermittelten Daten erlangen.

15.5. Die Agentur ist berechtigt, ihr anvertraute personenbezogene Daten im Rahmen der Zweckbestimmung des Vertragsverhältnisses zu verarbeiten. Der Auftraggeber leistet der Agentur Gewähr, dass hierfür sämtliche erforderlichen Maßnahmen insbesondere jene im Sinne des

Datenschutzgesetzes, wie etwa Zustimmungserklärungen der Betroffenen, getroffen worden sind.

16. Datenschutz (optische Hervorhebung entsprechend der Judikatur)

Der Kunde stimmt zu, dass seine persönlichen Daten, nämlich Name/Firma, Beruf, ggf. Geburtsdatum, Firmenbuchnummer, Vertretungsbefugnisse, Ansprechperson, Geschäftsanschrift und sonstige Adressen des Kunden, Telefonnummer, Telefaxnummer, E-Mail-Adresse, Bankverbindungen, Kreditkartendaten, UID-Nummer, zum Zwecke der Vertragserfüllung und Betreuung des Kunden sowie für eigene Werbezwecke, beispielsweise zur Zusendung von Angeboten, Werbeprospekten und Newsletter (in Papier- und elektronischer Form), sowie zum Zwecke des Hinweises auf die zum Kunden bestehende oder vormalige Geschäftsbeziehung (Referenzhinweis) automationsunterstützt ermittelt, gespeichert und verarbeitet werden. Der Auftraggeber ist einverstanden, dass ihm elektronische Post zu Werbezwecken bis auf Widerruf zugesendet wird. Diese Zustimmung kann jederzeit schriftlich mittels E-Mail oder Brief an die im Kopf der AGB angeführten Kontaktdaten der Agentur widerrufen werden.

17. Anzuwendendes Recht

Der Vertrag und alle daraus abgeleiteten wechselseitigen Rechte und Pflichten sowie Ansprüche zwischen der Agentur und dem Kunden unterliegen dem österreichischen materiellen Recht unter Ausschluss seiner Verweisungsnormen und unter Ausschluss des UN-Kaufrechts.

18. Erfüllungsort und Gerichtsstand

18.1. Erfüllungsort ist der Hauptsitz der Agentur, Wien. Bei Versand geht die Gefahr auf den Kunden über, sobald die Agentur die Ware dem von ihr gewählten Beförderungsunternehmen übergeben hat.

18.2. Als Gerichtsstand für alle sich unmittelbar zwischen der Agentur und dem Kunden ergebenden Rechtsstreitigkeiten im Zusammenhang mit diesem Vertragsverhältnis wird das für den Sitz der Agentur örtlich und sachlich zuständige österreichische Gericht vereinbart. Ungeachtet dessen ist die Agentur berechtigt, den Kunden an seinem allgemeinen Gerichtsstand zu klagen.

18.3. Soweit in diesem Vertrag auf natürliche Personen bezogene Bezeichnungen nur in männlicher Form angeführt sind, beziehen sie sich auf Frauen und Männer in gleicher Weise. Bei der Anwendung der Bezeichnung auf bestimmte natürliche Personen ist die jeweils geschlechtsspezifische Form zu verwenden.

Dr. Ricki Weiss PR Management & International Consulting, Dr. Ricka Weiss

UID ATU56218738

AGB – 2019