



Rathausplatz 54 / 3970 Weitra / Österreich

E-Mail: office@amstudio.at

1. Geltung, Vertragsabschluss

1.1 A/M Design Studio e.U. (im Folgenden „Agentur“) erbringt Ihre Leistungen ausschließlich auf der Grundlage der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB). Diese gelten auch für alle künftigen Geschäftsbeziehungen, selbst wenn nicht ausdrücklich auf sie Bezug genommen wird.

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

1.3 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.

1.4 Sollten einzelne Bestimmungen dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen 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 ihr dem Sinn und Zweck am nächsten kommt, zu ersetzen.

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

1.6 Bei der Organisation von Events organisiert und koordiniert die Agentur für den Auftraggeber eine Veranstaltung. Veranstalter im rechtlichen Sinn einer Veranstaltung ist der Auftraggeber. Dieser tritt gegenüber Dritten (z.B. beauftragte Veranstaltungsunternehmen) als Auftraggeber auf. Sämtliche daraus resultierende Rechte, Ansprüche und Verpflichtungen stehen dem Auftraggeber selbst zu. Der Leistungsumfang orientiert sich am Angebot. Die Agentur akquiriert und vermittelt im Namen und im Auftrag des Auftraggebers Leistungen Dritter (Fremdleistungen) und führt die Projektentwicklung, -organisation und -koordination im Umfang des erteilten Auftrages durch. Dies betrifft etwa den Abschluss von Verträgen im Gastronomiebereich, den Abschluss von Verträgen mit Künstlern & Co.

1.7 Die Angebote der Agentur sind freibleibend und unverbindlich.

2. Social Media Kanäle

2.1 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 und -auftritte 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 und -auftritte grundlos entfernt werden. Im Fall einer Beschwerde eines anderen Nutzers wird zwar von den Anbietern die Möglichkeit einer Gendarstellung

eingeräumt, doch erfolgt auch in diesem Falle 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 dem 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 potentielle Kunde die Agentur vorab bereits eingeladen, ein Konzept zu erstellen, und kommt die Agentur dieser Einladung noch vor Abschluss des Hauptvertrages nach, so gilt nachstehende Regelung:

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

3.2 Der potentielle 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 grafischen Teilen, soweit diese Werkhöhe erreichen, dem Schutz des Urheberrechtsgesetzes. Eine Nutzung und Bearbeitung dieser Teile ohne Zustimmung der Agentur ist dem potentiellen Kunden schon auf Grund des Urheberrechtsgesetzes nicht gestattet.

3.4 Das Konzept enthält darüber hinaus werberelevante Ideen, die keine Werkhöhe erreichen und damit nicht den Schutz des Urheberrechtsgesetzes genießen. Diese Ideen stehen am Anfang jedes Schaffensprozesses und können als zündender Funke alles später Hervorgebrachten und somit als Ursprung von Vermarktungsstrategie definiert werden. Daher sind jene Elemente des Konzeptes geschützt, die eigenartig sind und der Vermarktungsstrategie ihre charakteristische Prägung geben. Als Idee im Sinne dieser Vereinbarung werden insbesondere Werbeschlagwörter, Werbetexte, Grafiken und Illustrationen, Werbemittel usw. angesehen, auch wenn sie keine Werkhöhe erreichen.

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

3.6 Sofern der potentielle Kunde der Meinung ist, dass ihm von der Agentur Ideen präsentiert wurden, auf die er bereits vor der Präsentation gekommen ist, so hat er dies der Agentur binnen 14 Tagen nach dem Tag der 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 potentiellen 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 potentielle Kunde kann sich von seinen Verpflichtungen aus

diesem Punkt durch Zahlung einer angemessenen Entschädigung zuzüglich 20 % Umsatzsteuer befreien. Die Befreiung tritt erst nach vollständigem Eingang der Zahlung der Entschädigung bei der Agentur ein.

4. Vertragsabschluss

4.1 Basis für den Vertragsabschluss ist das jeweilige Angebot der Agentur bzw. der Auftrag des Kunden, in dem der Leistungsumfang und die Vergütung festgehalten sind. Die Angebote der Agentur sind freibleibend und unverbindlich.

4.2 Erteilt der Kunde einen Auftrag, so ist er an diesen zwei Wochen ab dessen Zugang bei der Agentur gebunden. Der Vertrag kommt durch die Annahme des Auftrags durch die Agentur oder die Ausführung der Leistung zustande. Die Annahme hat in Schriftform (zB durch Auftragsbestätigung) zu erfolgen, es sei denn, dass die Agentur zweifelsfrei zu erkennen gibt (zB durch Tätigwerden aufgrund des Auftrages), dass sie den Auftrag annimmt.

5. Leistungsumfang, Auftragsabwicklung und Mitwirkungspflichten des Kunden

5.1 Der Umfang der zu erbringenden Leistungen ergibt sich aus der Leistungsbeschreibung im Agenturvertrag oder einer allfälligen Auftragsbestätigung durch die Agentur, sowie dem allfälligen Briefingprotokoll („Angebotsunterlagen“). Nachträgliche Änderungen des Leistungsinhaltes bedürfen der schriftlichen Bestätigung durch die Agentur. Innerhalb des vom Kunden vorgegeben Rahmens besteht bei der Erfüllung des Auftrages Gestaltungsfreiheit der Agentur.

5.2 Alle Leistungen der Agentur (insbesondere alle Vorentwürfe, Veranstaltungskonzepte, Skizzen, Reinzeichnungen, Bürstenabzüge, Blaupausen, Vorschläge, Konzepte, Designentwürfe, Grafiken, Animationen, Bildbearbeitungen, Websites, Content Management Systeme, Farbabdrucke und elektronische Dateien) sind vom Kunden zu überprüfen und binnen drei Werktagen ab Eingang beim Kunden freizugeben. Nach Verstreichen dieser Frist ohne Rückmeldung des Kunden gelten sie als vom Kunden genehmigt.

5.3 Der Kunde wird die Agentur unverzüglich und vollständig mit allen Informationen und Unterlagen versorgen, die für die Erbringung der Leistung erforderlich sind. Er wird sie von allen Vorgängen informieren, die für die Durchführung des Auftrages von Bedeutung sind, auch wenn diese Umstände 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.

5.4 Der Auftraggeber ist verpflichtet insbesondere die für Teilentscheidungen im Rahmen des Projektes erforderlichen Zustimmungserklärungen (z.B. endgültige Wahl des Veranstaltungsortes, logistische Detailentscheidungen, Auswahl von Programmpunkten, Marketing etc.) innerhalb des vereinbarten Zeitplanes zu treffen.

5.5 Der Kunde ist weiters verpflichtet, die für die Durchführung des Auftrages zur Verfügung gestellten Unterlagen (Fotos, Logos etc) auf eventuelle bestehende 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 haftet nicht für die Verletzung derartiger Rechte. Wird die Agentur wegen einer solchen Rechtsverletzung in Anspruch genommen, so hält der Kunde die Agentur schad- und klaglos; der Kunde hat der Agentur sämtliche Nachteile zu ersetzen, die dieser 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.

5.6 Der Kunde wird insbesondere die rechtliche, vor allem die wettbewerbs- und kennzeichenrechtliche Zulässigkeit der Agenturleistung überprüfen lassen. Die Agentur veranlasst eine externe rechtliche Prüfung nur auf schriftlichen Wunsch des Kunden; die damit verbundenen Kosten hat der Kunde zu tragen.

5.7 Im Laufe der Realisierung von Projekten kann es erforderlich werden, den jeweiligen Leistungskatalog, insbesondere Ort, Zeit und Ausgestaltung einzelner Elemente des geplanten Projektes zu ändern, zu ergänzen oder zu erweitern. In Abstimmung mit dem Auftraggeber erhält die Agentur das Recht, die erforderlichen Änderungen zu planen und durchzuführen. Sofern die wesentlichen Grundzüge des erteilten Auftrages nicht berührt werden, wird der Auftraggeber den Änderungen nur bei Unzumutbarkeit widersprechen. Sind solcher Art Änderungen mit einer Mehrleistung der Agentur verbunden, gebührt dieser hierfür eine angemessene Vergütung.

6. Fremdleistungen / Beauftragung Dritter

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

6.2 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.

6.3 Soweit die Agentur notwendige oder vereinbarte Fremdleistungen in Auftrag gibt, sind die jeweiligen Auftragnehmer keine Erfüllungsgehilfen der Agentur.

6.4 Werden Leistungen an Dritte im Wege der Substitution vergeben, haftet die Agentur nur für eine sorgfältige Auswahl des Dritten, nicht aber für die Erfüllung oder Schlechterfüllung der Leistung.

6.5 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.

6.6 Auf Wunsch der Agentur stellt der Auftraggeber, innerhalb eines vereinbarten Zeitraumes, unabhängig vom vereinbarten Konzept bzw. Betreuungs-Honorar ein Budget – zur Tilgung anfallender Fremdleistungen – laut schriftlichem Kostenvorschlag zur Verfügung. Dieses Budget darf nur mit ausdrücklicher Zustimmung des Auftraggebers überschritten werden.

7. Termine

7.1 Frist- und Terminabsprachen sind schriftlich festzuhalten bzw. zu bestätigen. Die Agentur bemüht sich, die vereinbarten Termine einzuhalten. Die Nichteinhaltung der Termine berechtigt den Kunden allerdings erst dann zur Geltendmachung der ihm gesetzlich zustehenden Rechte, wenn er der Agentur eine angemessene, mindestens aber 14 Tage währende Nachfrist gewährt hat. Diese Frist beginnt mit dem Zugang eines Mahnschreibens an die Agentur.

7.2 Nach fruchtlosem Ablauf der Nachfrist kann der Kunde vom Vertrag zurücktreten. Eine Verpflichtung zur Leistung von Schadenersatz aus dem Titel des Verzugs besteht nur bei Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit der Agentur.

7.3 Unabwendbare oder unvorhersehbare Ereignisse – insbesondere Verzögerungen bei Auftragnehmern der Agentur – entbinden die Agentur jedenfalls von der Einhaltung des vereinbarten Liefertermins. Gleiches gilt, wenn der Kunde mit seinen zur Durchführung des Auftrags notwendigen Verpflichtungen (zB Bereitstellung von Unterlagen oder Informationen), im Verzug ist. In diesem Fall wird der vereinbarte Termin zumindest im Ausmaß des

Verzugs verschoben.

8. Rücktritt vom Vertrag

8.1 Die Agentur ist bei wichtigen Gründen zum Rücktritt vom Vertrag berechtigt, insbesondere dann, wenn

- a) die Ausführung der Leistung aus Gründen, die der Kunde zu vertreten hat, unmöglich wird oder trotz Setzung einer Nachfrist von 14 Tagen weiter verzögert wird;
- b) der Kunde fortgesetzt, trotz schriftlicher Abmahnung mit einer Nachfristsetzung von 14 Tagen, gegen wesentliche Verpflichtungen aus diesem Vertrag, wie z.B. Zahlung eines fällig gestellten Betrages oder Mitwirkungspflichten, verstößt.
- c) berechtigte 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.

8.2 Wird die Durchführung des Projektes infolge bei Vertragsabschluss nicht vorhersehbarer höherer Gewalt erheblich erschwert, gefährdet oder unmöglich, so kann die Agentur den Vertrag kündigen. In diesem Fall kann die Agentur für die bereits erbrachten und die noch zu erbringenden Leistungen eine angemessene Entschädigung verlangen.

8.3 Änderungen oder Abweichungen einzelner Leistungen, die nach Vertragsabschluss notwendig werden, teilt die Agentur dem Auftraggeber unverzüglich mit. Soweit durch die Veränderungen der vereinbarte Inhalt des Vertrages nicht oder nur unwesentlich berührt wird, steht – auf Grund dieser Abweichungen – dem Auftraggeber kein Kündigungsrecht zu.

8.4 Für Veranstaltungen gilt: Die nachfolgenden Stornobedingungen sind Bestandteil des jeweiligen Auftrages und ergänzen ggf. die getroffenen schriftlichen Vereinbarungen. Der Leistungsumfang wird u.a. durch diese Bedingungen, der Auftragserteilung, eine entsprechende Auftragsbestätigung sowie die Leistungsbeschreibung laut aktuellem Konzept und Budget bestimmt. Alle Änderungen, Zusätze und Erweiterungen sind schriftlich zu vereinbaren. Anderslautende Stornobedingungen gelten nicht. Die Stornobedingungen gelten ab Auftragserteilung. Stornierungen bedürfen der Schriftform.

8.5 Bei Stornierung der gesamten Veranstaltung bzw. von einzelnen Teilen der Veranstaltung werden folgende Stornokosten dem Auftraggeber in Rechnung gestellt:

- ab Auftragserteilung: 30%
- ab 28 Tage vor Veranstaltungsbeginn: 50%
- ab 14 vor Veranstaltungsbeginn: 80%
- ab 7 Tage vor Veranstaltungsbeginn: 100%

9. Honorar

9.1 Wenn nicht anderes vereinbart, entsteht der Honoraranspruch der Agentur für jede einzelne Teilleistung, sobald diese erbracht wurde. Die Agentur ist berechtigt, zur Deckung ihres Aufwandes Vorschüsse zu verlangen.

9.2 Für die erbrachten Leistungen und die Abgeltung der Urheber- und kennzeichenrechtlichen Nutzungsrechte wird das Honorar zwischen Agentur und Kunde im Voraus vereinbart. Das vereinbarte Honorar versteht sich exklusive der gesetzlichen Umsatzsteuer. Im Zweifel gebührt ein angemessenes Honorar.

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 50% übersteigen, wird die Agentur den Kunden auf die höheren Kosten hinweisen. Die Kostenüberschreitung gilt als vom Kunden genehmigt, wenn der Kunde nicht binnen drei Tagen nach diesem Hinweis schriftlich widerspricht und gleichzeitig kostengünstigere Alternativen bekannt gibt.

9.5 Für alle Arbeiten der Agentur, die aus welchem Grund auch immer vom Kunden nicht zur Ausführung gebracht werden, gebührt der Agentur eine angemessene Vergütung. Mit der Bezahlung dieser Vergütung erwirbt der Kunde an diesen Arbeiten keinerlei Rechte; nicht ausgeführte Konzepte, Entwürfe und sonstige Unterlagen sind vielmehr unverzüglich der Agentur zurückzustellen. Weiters ist die Agentur bezüglich allfälliger Ansprüche Dritter, insbesondere von Auftragnehmern der Agentur, schad- und klaglos zu stellen.

10. Zahlung

10.1 Die Rechnungen der Agentur sind sofort nach Rechnungslegung ohne Abzug fällig. Bei verspäteter Zahlung gelten Verzugszinsen, deren Höhe 4% über der jeweiligen Bankrate liegt, mindestens jedoch 9,5% p.a.. Gelieferte Waren bleiben bis zur vollständigen Bezahlung Eigentum der Agentur.

10.2 Der Kunde verpflichtet sich, alle mit der Eintreibung der Forderung verbundenen Kosten und Aufwände, wie insbesondere Inkassospesen oder sonstige für eine zweckentsprechende Rechtsverfolgung notwendige Kosten, zu tragen.

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

10.4 Weiters ist die Agentur nicht verpflichtet, weitere Leistungen bis zur Begleichung des ausstehenden 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. Ein Zurückbehaltungsrecht des Kunden wird ausgeschlossen.

11. Präsentationen

11.1 Für die Teilnahme an Präsentationen steht der Agentur ein angemessenes Honorar zu, das mangels Vereinbarung zumindest den gesamten Personal- und Sachaufwand der Agentur für die Präsentation sowie die Kosten sämtlicher Fremdleistungen deckt.

11.2 Erhält die Agentur nach der Präsentation keinen Auftrag, so bleiben alle Leistungen der Agentur, insbesondere die Präsentationsunterlagen und deren Inhalt, in deren Eigentum sowie alle Verwertungsrechte bei dieser. Der Kunde ist nicht berechtigt, diese – in welcher Form immer – zu nutzen oder anderweitig zu verwerten; die Unterlagen sind vielmehr unverzüglich der Agentur zurückzustellen. Die Weitergabe von Präsentationsunterlagen an Dritte sowie deren Veröffentlichung, Vervielfältigung, Verbreitung oder sonstige Verwertung ist ohne ausdrückliche Zustimmung der Agentur nicht zulässig.

11.3 Ebenso ist dem Kunden die weitere Verwendung der im Zuge der Präsentation eingebrachten Ideen und Konzepte untersagt und zwar unabhängig davon, ob die Ideen und Konzepte urheberrechtlichen Schutz erlangen. Mit der Zahlung des Präsentationshonorars erwirbt der Kunde keinerlei Verwertungs- und Nutzungsrechte an den präsentierten Leistungen.

11.4 Werden die im Zuge einer Präsentation eingebrachten Ideen

und Konzepte für die Lösung von Kommunikationsaufgaben nicht in von der Agentur gestalteten Werbemitteln verwertet, so ist die Agentur berechtigt, die präsentierten Ideen und Konzepte anderweitig zu verwenden.

12. Eigentumsrecht und Urheberrecht

12.1 Alle Leistungen der Agentur einschließlich jener aus Präsentationen (z.B. Anregungen, Ideen, Skizzen, Vorentwürfe, Skribbles, Reinzeichnungen, Konzepte, Negative), auch einzelne Teile daraus, bleiben ebenso wie die einzelnen Entwurfsoriginale im Eigentum der Agentur und können von der Agentur jederzeit – insbesondere bei Beendigung des Vertragsverhältnisses – zurückverlangt werden. Der Kunde erwirbt durch Zahlung des Honorars – sofern keine abweichende schriftliche Vereinbarung getroffen wird – nur das unübertragbare Recht der Nutzung (einschließlich der Vervielfältigung) zu dem bei Auftragserteilung bekannt gegebenen und vereinbarten Zweck und dem dazu erforderlichen Nutzungsumfang. Ohne gegenteilige Vereinbarung mit der Agentur darf der Kunde die Leistungen der Agentur nur selbst und nur für die Dauer des Agenturvertrages nutzen. 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; vor vollständiger Zahlung aller Rechnungen ist eine Nutzung nur auf jederzeitigen Widerruf gestattet.

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

12.3 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.

12.4 Für die Nutzung von Leistungen der Agentur bzw. von Werbemitteln, für die die Agentur konzeptionelle oder gestalterische Vorlagen erarbeitet hat, ist nach Ablauf des Agenturvertrages unabhängig davon, ob diese Leistung urheberrechtlich geschützt ist oder nicht, ebenfalls die Zustimmung der Agentur notwendig. Dafür steht der Agentur im 1. Jahr nach Vertragsende der volle Anspruch der im abgelaufenen Vertrag vereinbarten Agenturvergütung zu. Im 2. bzw. 3. Jahr nach Ablauf des Vertrages nur mehr die Hälfte bzw. ein Viertel der im Vertrag vereinbarten Vergütung. Ab dem 4. Jahr nach Vertragsende ist keine Agenturvergütung mehr zu zahlen.

12.5 Der Kunde erwirbt kein Recht auf Übermittlung offener, zur Bearbeitung geeigneter Daten.

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

13. Kennzeichnung

13.1 Die Agentur ist berechtigt, auf allen Werbemitteln und bei allen Werbemaßnahmen auf die Agentur unter Verwendung ihres Firmenlogos samt einem Slogan und der Website-Adresse der Agentur und allenfalls auf den Urheber hinzuweisen, ohne dass dem Kunden dafür ein Entgeltanspruch zusteht.

13.2 Die Agentur ist berechtigt, den Kunden sowie die für diesen erbrachte Leistungen, auf eigenen Werbeträgern und insbesondere auf ihrer Internet-Website mit Namen und Firmenlogo auf die zum Kunden bestehende oder vormalige Geschäftsbeziehung hinzuweisen (Referenzhinweis).

14. Gewährleistung

14.1 Der Kunde hat allfällige Mängel unverzüglich, jedenfalls innerhalb von acht Tagen nach Lieferung/Leistung durch die

Agentur, verdeckte Mängel innerhalb von acht Tagen nach Erkennen derselben, schriftlich unter Beschreibung des Mangels anzuzeigen; 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.

14.2 Der Kunde hat die Leistungen der Agentur unverzüglich zu prüfen und allfällige Mängel der Agentur schriftlich mitzuteilen. Im Fall berechtigter und rechtzeitiger Reklamationen steht dem Kunden vorerst nur das Recht auf Verbesserung oder Austausch der Leistung durch die Agentur zu. Die Mängel werden in angemessener Frist behoben, 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 oder für die Agentur mit einem unverhältnismäßig hohen Aufwand verbunden ist.

14.3 Die Beweislastumkehr gemäß § 924 ABGB zu Lasten der Agentur ist ausgeschlossen. Das Vorliegen des Mangels im Übergabezeitpunkt, der Zeitpunkt der Feststellung des Mangels und die Rechtzeitigkeit der Mängelrüge sind vom Kunden zu beweisen.

14.4 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.

15. Haftung

15.1 Schadenersatzansprüche des Kunden, insbesondere wegen Verzugs, Unmöglichkeit der Leistung, positiver Forderungsverletzung, Verschuldens bei Vertragsabschluss, mangelhafter oder unvollständiger Leistung, Mängelfolgeschadens oder wegen unerlaubter Handlungen sind ausgeschlossen, soweit sie nicht auf Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit der Agentur beruhen. Das Vorliegen von grober Fahrlässigkeit hat der Kunde zu beweisen.

15.2 In Fällen leichter Fahrlässigkeit ist eine Haftung der Agentur und die ihrer Angestellten, Auftragnehmer oder sonstigen Erfüllungsgehilfen („Leute“) für Sach- oder Vermögensschäden des Kunden ausgeschlossen, gleichgültig ob es sich um unmittelbare oder mittelbare Schäden, entgangenen Gewinn oder Mängelfolgeschäden, 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 „Leute“.

15.3 Jegliche Haftung der Agentur für Ansprüche, die auf Grund der Werbemaßnahme gegen den Kunden erhoben werden, wird ausdrücklich ausgeschlossen; insbesondere haftet die Agentur nicht für Prozesskosten, Anwaltskosten des Kunden oder Kosten von Urteilsveröffentlichungen sowie für allfällige Schadenersatzforderungen oder ähnliche Ansprüche Dritter. Für den Fall, dass die Agentur in Anspruch genommen wird, hält der Kunde die Agentur schad- und klaglos. Die Haftung der Agentur für Folgeschäden und entgangenen Gewinn ist ausgeschlossen.

15.4 Jeder Schadenersatzanspruch kann nur innerhalb von sechs Monaten ab Kenntnis des Schadens, spätestens aber ein Jahr ab Fertigstellung der (Teil-)Leistung, geltend gemacht werden

15.5 Der Höhe nach ist eine Haftung pro Schadensfall mit dem Netto-Auftragswert beschränkt. Eine Haftung für entgangenen Gewinn ist ausgeschlossen.

15.6 Überschreitet der Auftraggeber den für seine

Mitwirkungspflichten vereinbarten Zeitpunkt, so haftet die Agentur grundsätzlich nicht für die Folgen der verspäteten Realisierung des Projektes. Einer besonderen Aufforderung der Agentur an den Auftraggeber oder einer Erinnerung an die Einhaltung des Zeitplanes bedarf es ausdrücklich nicht. Ändern sich aufgrund der verspäteten Informationserteilung oder einer verspäteten Entscheidung durch den Auftraggeber die Produktionskosten etwa durch notwendig werdende Sonn-, Feiertags- oder Nacharbeiten, Umbuchungen, Stornierungen, Erweiterung oder Reduzierung der Personenzahlen, so fallen diese Kosten dem Auftraggeber zur Last. Die Agentur wird sich jedoch bemühen, die Zusatzkosten so gering wie möglich zu halten.

15.7 Die Agentur wird die ihr übertragenen Arbeiten unter Beachtung der allgemein anerkannten Rechtsgrundsätze durchführen und den Kunden rechtzeitig auf für sie erkennbare gewichtige Risiken hinweisen. Für die Einhaltung der gesetzlichen, insbesondere der wettbewerbsrechtlichen Vorschriften auch bei den von der Agentur vorgeschlagenen Maßnahmen ist aber ausdrücklich der Kunde selbst verantwortlich. Er wird eine von der Agentur vorgeschlagene Maßnahme erst dann freigeben, wenn er sich selbst von der (wettbewerbs)rechtlichen Unbedenklichkeit vergewissert hat oder wenn er bereit ist, das mit Durchführung der Maßnahme verbundene Risiko selbst zu tragen. Jegliche Haftung der Agentur für Ansprüche, die auf Grund der Maßnahme gegen den Kunden erhoben werden, wird ausdrücklich ausgeschlossen; insbesondere haftet die Agentur nicht für Prozesskosten, eigene Anwaltskosten des Kunden oder Kosten von Urteilsveröffentlichungen sowie für allfällige Schadenersatzforderungen oder ähnliche Ansprüche Dritter. Für den Fall, dass wegen der Durchführung einer PR-Maßnahme die Agentur selbst in Anspruch genommen wird, hält der Kunde die Agentur schad- und klaglos. Der Kunde hat der Agentur somit sämtliche finanziellen und sonstigen Nachteile (einschließlich immaterieller Schäden) zu ersetzen, die der Agentur daraus entstehen.

15.8 Bei Veranstaltungen hat der Kunde den notwendigen Versicherungsschutz auf seine Kosten abzuschließen. Durch die Agentur wird der Versicherungsschutz nur bestellt, soweit dies im Einzelnen ausdrücklich vereinbart wurde. Für Beschädigungen, die durch Gäste, Mitarbeiter oder Beauftragte des Veranstalters verursacht werden, haftet dieser selbst (z.B. Mietsachschäden wie Zigarettenloch).

16. Datenschutz

16.1 Der Kunde stimmt zu, dass seine persönlichen Daten, nämlich Name/Firma, Beruf, 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.

16.2 Der Auftraggeber ist einverstanden, dass ihm elektronische Post zu Werbezwecken bis auf Widerruf zugesendet wird.

16.3 Diese Zustimmung kann jederzeit schriftlich mittels E-Mail oder Brief an die auf der ersten Seite der AGB angeführten Kontaktdaten widerrufen werden.

17. Anzuwendendes Recht

17.1 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 Sitz der Agentur. 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 zwischen der Agentur und dem Kunden ergebenden Rechtsstreitigkeiten im Zusammenhang mit diesem Vertragsverhältnis wird das für den Sitz der Agentur sachlich zuständige 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.