

Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB) der Werbe- & Grafikagentur hARTenthalerat (Stand 14.2.2017)

heiligenstatt 58, a-5211 friedburg, tel 07746 28232 -0, fax 07746 28232 -3, werbepartner@hartenthalerat, www.hartenthalerat

1. Geltung, Vertragsabschluss

- Die gegenständlichen AGB gelten ausschließlich und uneingeschränkt für alle Geschäftsbeziehungen zwischen der werbeagentur hARTenthalerat (im Folgenden „Agentur“) und dem Kunden und zwar selbst dann, wenn nicht ausdrücklich auf sie Bezug genommen wird. Kunden im Sinne dieser AGB sind ausschließlich Unternehmer: Unternehmer sind natürliche oder juristische Personen oder rechtsfähige Personengesellschaften, für die das Geschäft zum Betrieb ihres Unternehmens gehört (§ 1 Konsumentenschutzgesetzes [KSchG]).
- Maßgeblich ist jeweils die zum Zeitpunkt des Vertragsabschlusses gültige Fassung. Abweichungen von diesen AGB sowie sonstige ergänzende Vereinbarungen mit dem Kunden sind nur wirksam, wenn sie von der Agentur schriftlich bestätigt werden.
- Allfällige Geschäftsbedingungen des Kunden werden, selbst bei Kenntnis, nicht akzeptiert, sofern nicht im Einzelfall ausdrücklich und schriftlich anderes vereinbart wird. Geschäftsbedingungen des Kunden widerspricht die Agentur ausdrücklich. Eines weiteren Widerspruchs gegen Geschäftsbedingungen des Kunden durch die Agentur bedarf es nicht.
- Änderungen der AGB werden dem Kunden bekannt gegeben und gelten als vereinbart, wenn der Kunde in den geänderten AGB nicht schriftlich binnen 14 Tagen widerspricht; auf die Bedeutung des Schweigens wird der Kunde in der Verständigung ausdrücklich hingewiesen.
- Sollten einzelne Bestimmungen dieser AGB oder des Vertrages ganz oder teilweise unwirksam sein oder werden, gelten die dem wirtschaftlichen Zweck dieser Bestimmungen möglichst nahe kommenden, zulässigen Bestimmungen als vereinbart. Dies gilt auch dann, wenn die Unwirksamkeit auf einem in diesen AGB bzw. im Vertrag normierten Maß der Leistung oder Zeit beruht; es tritt in solchen Fällen ein dem Gewollten möglichst nahe kommendes rechtlich zulässiges Maß der Leistung und Zeit anstelle des Vereinbarten. Die Gültigkeit der restlichen AGB bzw. des restlichen Vertrages wird dadurch nicht berührt. Entsprechendes gilt im Fall einer ergänzungsbedürftigen Regelungslücke.
- Die Angebote der Agentur sind freibleibend und unverbindlich.
- Der Vertragsabschluss erfolgt unter dem Vorbehalt, im Falle nicht richtiger oder nicht ordnungsgemäßer Selbstbelieferung, nicht oder nur teilweise zu leisten. Im Falle der Nichtverfügbarkeit oder der nur teilweisen Verfügbarkeit der Leistung wird der Kunde binnen angemessener Frist informiert. Eine bereits erbrachte Gegenleistung wird diesfalls unverzüglich zurückerstattet.
- Die Geltendmachung von Ansprüchen wegen Verkürzung über die Hälfte des wahren Wertes, Irrtum und Wegfall der Geschäftsgrundlage durch den Kunden ist ausgeschlossen.

2. Kennzeichen- und Urheberrechte Dritter, Social Media Kanäle, Risikohinweise

- Besteht der Auftrag an die Agentur nicht in der Schaffung eines Kennzeichens (Marke), so ist die Agentur nicht verpflichtet, das Kennzeichen des Kunden auf allfällige Konflikte hin zu überprüfen. Im Falle der Beauftragung der Schaffung eines Kennzeichens übernimmt die Agentur lediglich eine Grobprüfung. Die Pflicht zur Grobprüfung entfällt, wenn die Agentur mit dem Kunden darüber eine ausdrückliche Vereinbarung trifft. Eine Grobprüfung für den gesamten EU-Raum ist der Agentur mangels Ressourcen und Sprachkenntnissen nicht möglich. Besteht an einer EU-weiten Recherche oder einer vertieften Prüfung Interesse, so empfiehlt die Agentur die Beiziehung eines Rechtsanwaltes, der eine umfassende Ähnlichkeitsrecherche nach rechtlichen Gesichtspunkten durchzuführen hat.
- Die Agentur weist den Kunden 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 beliebigem 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 Gegenanmeldung 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 kann die Einhaltung der Nutzungsbedingungen der Anbieter aufgrund der oftmals grundlosen Strenge und/oder der Widersprüchlichkeit aber nicht gewährleisten. 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.
- Die Agentur weist den Kunden ausdrücklich darauf hin, dass die Funktionsweisen von Social-Media-Kanälen es mit sich bringen, dass Rechte Dritter; insbesondere Urheberrechte, verletzt werden (z.B. Vervielfältigungen eines Lichtbildes bei der Setzung eines Links). Aufgrund der Schnelligkeit kann die Agentur Inhalte Dritter weder überwachen noch hinsichtlich der selbst verwendeten Inhalte die Rechte klären.
- Weist die Agentur den Kunden vor Kampagnenstart konkret darauf hin, dass mit einer Kampagne ein konkretes Risiko einhergeht oder Rechte Dritter verletzt werden könnten, und lässt sich der Kunde auf dieses Risiko ein, so gilt als vereinbart und wird angenommen, dass die Agentur ihre vertraglichen Verpflichtungen erfüllt hat.

3. Konzept- und Ideenschutz

- Hat der potentielle Kunde die Agentur vorab bereits eingeladen, ein Konzept zu erstellen, und kommt die Agentur dieser Einladung nach vor Abschluss des Hauptvertrages nach, so gilt nachstehende Regelung:
- Bereits durch die Einladung und 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.
 - Der potentielle Kunde anerkennt, dass die Agentur bereits mit der Konzepterarbeitung kostenintensive Vorleistungen erbringt, obwohl er selbst noch keine Leistungspflichten übernommen hat.
 - 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.
 - 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 Vermarktungsstrategien 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.
 - 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. zu verwenden zu lassen oder zu nutzen bzw. nutzen zu lassen.
 - 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 Anhörung von Beweismitteln, die eine zeitliche Zuordnung erlauben, bekannt zu geben.
 - 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.
 - 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. Leistungsumfang, Auftragsabwicklung und Mitwirkungspflichten des Kunden
- Der Umfang der zu erbringenden Leistungen ergibt sich aus der Leistungsbeschreibung der Agentur bzw. einer etwaigen Auftragsbestätigung durch die Agentur; sowie dem etwaigen Briefingprotokoll („Angebotsunterlagen“). Nachträgliche Änderungen des Leistungsinhaltes bedürfen der schriftlichen Bestätigung durch die Agentur. Innerhalb des vom Kunden vorgegebenen Rahmens besteht bei der Erfüllung des Auftrages Gestaltungsfreiheit der Agentur.
 - Alle Leistungen der Agentur (insbesondere alle Vorentwürfe, Skizzen, Reinzeichnungen, Bürstenauszüge, Blaupausen, Kopien, Farbdrucke und elektronische Dateien) sind vom Kunden zu überprüfen und von ihm binnen drei Arbeitstagen ab Eingang beim Kunden freizugeben. Bei nicht rechtzeitiger Freigabe gelten sie als vom Kunden genehmigt.
 - Der Kunde 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.
- Der Kunde ist weiters verpflichtet, die für die Durchführung des Auftrages zur Verfügung gestellten Unterlagen (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 haftet im Falle bloß leichter Fahrlässigkeit oder nach Erfüllung ihrer Wampfflicht – 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.
- Aufbewahrung, Archivierung und Herausgabe von Daten und Unterlagen:
 - Alle von der Agentur für den Kunden hergestellten Berichte, Druckunterlagen, Filme und Illustrationen sind von der Agentur ohne gesonderte Vergütung für einen Zeitraum von einem Jahr, beginnend mit der Beendigung der betreffenden Kommunikationsmaßnahme, sachgemäß aufzubewahren und während dieser Zeit auf Wunsch dem Kunden auszuhändigen. Nach Ablauf der Aufbewahrungsfrist oder bei Vertragsende vor Ablauf dieser Frist werden die Unterlagen dem Kunden auf dessen Anforderung ausgehändigt, andernfalls vernichtet. Die vorgenannten Unterlagen können auch in digitaler Form aufbewahrt werden.
 - Die Kosten der Zusammenstellung von Daten, der Versendung, Verpackung, der Aufbewahrung über die vereinbarte Frist hinaus sowie gegebenenfalls die Kosten des Abtransports und der Vernichtung sowie der damit im Zusammenhang stehenden Tätigkeiten und Versicherungen trägt der Kunde.
 - Nicht mehr benötigte Unterlagen wie Manuskripte, Skizzen, Entwürfe nicht realisierter Werbemaßnahmen oder Ähnliches kann die Agentur sofort vernichten.
 - Ist der Kunde die entgeltliche Archivierung von digitalen Daten in Auftrag gegeben worden, so werden von der Agentur diese Daten archiviert und auf Verlangen des Kunden jederzeit während der Vertragsdauer; ansonsten bei Ende des Vertrages herausgegeben.
 - Die Herausgabe von Daten hat durch Übergabe eines die Daten enthaltenden üblichen Datenträgers zu erfolgen und in der Form, dass eine Bearbeitung durch den Kunden oder seinen Beauftragten zum Zwecke der Aktualisierung der jeweils in den Daten verkörperten Kommunikationsmaßnahmen zum Zeitpunkt der Übergabe möglich ist.

5. Fremdleistungen / Beauftragung Dritter

- Die Agentur ist nach freiem Ermessen berechtigt, die Leistung selbst auszuführen, sich bei der Erbringung von vertragsgegenständlichen Leistungen sachkundigen Dritten als Erfüllungsgehilfen zu bedienen und/oder derartige Leistungen zu substituieren („Fremdleistung“).
- 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.
- Soweit die Agentur notwendige oder vereinbarte Fremdleistungen in Auftrag gibt, sind die jeweiligen Auftragnehmer keine Erfüllungsgehilfen der Agentur.
- In Verpflichtungen gegenüber Dritten, die über die Vertragslaufzeit hinausgehen, hat der Kunde einzutreten. Das gilt ausdrücklich auch im Falle einer etwaigen Kündigung des Vertrages aus wichtigem Grund.
- Im Falle von durch die Agentur bei der Bildagentur Fotolia beschafften, vom Kunden freigegebenen und bezahlten Abbildungen, die die Agentur für die dem Kunden gegenüber zu erbringende Leistung (z.B. Gestaltung seiner Werbung) verwendet, erhält der Kunde ausschließlich insoweit einfache Lizenzrechte an den Abbildungen, als er diese Abbildungen in Gestalt der Bearbeitung durch die Agentur verwenden darf. Verletzt der Kunde (z.B. durch eine abweichende Nutzung) die Rechte der Bildagentur Fotolia und wird die Agentur wegen einer solchen Rechtsverletzung von der Bildagentur Fotolia oder 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 durch die Bildagentur Fotolia bzw. Dritter entstehen, insbesondere die Kosten einer angemessenen rechtlichen Vertretung.

- Im Übrigen wird die Agentur die Nutzungsrechte an freigegebenen und bezahlten Arbeitsergebnissen Dritter; z.B. an Fotografien, Illustrationen, Musik, sowie die Leistungsschutzrechte Dritter; z.B. von Darstellern, Sprechern, Modells, in dem Umfang auf den Kunden übertragen, wie es für die Durchführung der vereinbarten Werbemaßnahmen in dem Vertragsgebiet erforderlich ist. Sollten diese Rechte im Einzelfall zeitlich, räumlich und/oder im Hinblick auf die Nutzungsorten (Werbeträger) beschränkt und dadurch die Übertragung in dem vorgenannten Umfang nicht möglich sein, wird die Agentur den Kunden darauf hinweisen und nach dessen weiteren Weisungen verfahren.
- ## 6. Termine
- Angabenebene 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.
 - 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 es verlängern sich die Fristen entsprechend. Sofern solche Verzögerungen mehr als zwei Monate andauern, sind der Kunde und die Agentur berechtigt, vom Vertrag zurückzutreten.
 - 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 Tagen gesetzt hat und diese frucht los verstrichen ist. Schadenersatzansprüche des Kunden wegen Nichterfüllung oder Verzug sind aus geschlossen, ausgenommen bei Nachweis von Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit.

7. Vorzeitige Auflösung

- Die Agentur ist berechtigt, den Vertrag aus wichtigen Gründen mit sofortiger Wirkung aufzulösen. Ein wichtiger Grund liegt insbesondere vor, wenn:
 - 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;
 - 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;
 - 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.
- Der Kunde ist berechtigt, den Vertrag aus wichtigen Gründen ohne Nachfristsetzung aufzulösen. Ein wichtiger Grund liegt insbesondere dann vor, wenn die Agentur fortgesetzt, trotz schriftlicher Abmahnung mit einer angemessenen Nachfrist von zumindest 14 Tagen zur Behebung des Vertragsverstoßes gegen wesentliche Bestimmungen aus diesem Vertrag verstößt.
- Falls über das Vermögen des Kunden ein Insolvenzverfahren beantragt oder eröffnet wird oder ein Antrag auf Einleitung eines Insolvenzverfahrens mangels hinreichenden Vermögens abgewiesen wird, ist die Agentur berechtigt, ohne Setzung einer Nachfrist vom Vertrag zurückzutreten. Wird dieser Rücktritt ausgeübt, so wird er sofort mit der Entscheidung wirksam, dass das Unternehmen des Kunden nicht fortgeführt wird. Wird das Unternehmen fortgeführt, so wird ein Rücktritt erst sechs Monate nach Eröffnung des Insolvenzverfahrens wirksam. Jedenfalls erfolgt im Rücktrittsfall die Vertragsauflösung mit sofortiger Wirkung, sofern das Insolvenzrecht, dem der Kunde unterliegt, dem nicht entgegensteht oder wenn die Vertragsauflösung zur Abwendung schwerer wirtschaftlicher Nachteile der Agentur unerlässlich ist.

8. Honorar

- Wenn nichts anderes vereinbart ist, entsteht der Honoraranspruch der Agentur für jede einzelne Leistung, sobald diese erbracht wurde. Die Agentur ist berechtigt, zur Deckung ihres Aufwandes Vorschüsse zu verlangen. Ab einem Auftragsvolumen mit einem (jährlichen) Budget von € oder solchen, die sich über einen längeren Zeitraum erstrecken ist die Agentur berechtigt, Zwischenabrechnungen bzw. Vorausrechnungen zu erstellen oder Akkontozahlungen abzurufen.
- 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.
- 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.
- Kostenvorschläge der Agentur sind unverbindlich. Wenn abzusehen ist, dass die tatsächlichen Kosten die von der Agentur schriftlich veranschlagten um mehr als 15 % übersteigen, wird die Agentur den Kunden auf die höheren Kosten hinweisen. Die Kostenüberschreitung gilt als vom Kunden genehmigt, wenn der Kunde nicht binnen drei Werktagen nach diesem Hinweis schriftlich widerspricht und gleichzeitig kostengünstigere Alternativen bekannt gibt. Handelt es sich um eine Kostenüberschreitung

- bis 15 % ist eine gesonderte Verständigung nicht erforderlich. Diese Kostenvoranschlagsüberschreitung gilt vom Auftraggeber von vornherein als genehmigt.
- 8.5 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 § 116B 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. Zahlung, Eigentumsvorbehalt**
- 9.1 Das Honorar ist sofort mit 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.
- 9.2 Bei Zahlungsverzug des Kunden gelten die gesetzlichen Verzugszinsen in der für Unternehmerge-schäfte 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 sowie eines Mahnschreibens eines mit der Eintreibung beauftragten Rechtsanwalts. Die Geltendmachung weitergehender Rechte und Forderungen bleibt davon unberührt.
- 9.3 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.
- 9.4 Weiters ist die Agentur nicht verpflichtet, weitere Leistungen bis zur Begleichung des ausstehenden Betrages zu erbringen (Zurückbehaltungsrecht). Die Verpflichtung zur Entgeltzahlung bleibt davon unberührt.
- 9.5 Würde 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).
- 9.6 Der Kunde ist nicht berechtigt, mit eigenen Forderungen gegen Forderungen der Agentur aufzu-rechnen, außer die Forderung des Kunden wurde von der Agentur schriftlich anerkannt oder gericht-lich festgestellt.
- 9.7 Eigentumsvorbehalt:
- a) Die Agentur behält sich das Eigentum an der gelieferten Ware bis zur vollständigen Zahlung des Preises vor. Darüber hinaus behält sich die Agentur das Eigentum an der gelieferten Ware bis zur vollständigen Begleichung aller Forderungen aus der Geschäftsbeziehung mit dem Kunden vor. Wenn der Wert der Vorbehaltsware die zu sichernden Forderungen aus der Geschäftsbeziehung um mehr als 20 % übersteigt, ist die Agentur zur Freigabe eines entsprechenden Teils der Sicherungsrechte auf Verlangen des Kunden verpflichtet.
- b) Der Kunde ist verpflichtet, die Ware während des Bestehens des Eigentumsvorbehalts pfleglich zu behandeln. Der Kunde hat die Agentur unverzüglich schriftlich von allen Zugriffen Dritter auf die Ware zu unterrichten, insbesondere von Zwangsvollstreckungsmaßnahmen, sowie von etwaigen Beschädigungen oder der Vernichtung der Ware. Einen Besitzwechsel an der Ware sowie den eigenen Anschriftenwechsel hat der Kunde der Agentur unverzüglich anzuzeigen. Der Kunde hat der Agentur alle Schäden und Kosten zu ersetzen, die durch einen Verstoß gegen diese Verpflichtungen und durch erforderliche Interventionsmaßnahmen gegen Zugriffe Dritter auf die Ware entstehen.
- c) Die Agentur ist berechtigt, bei vertragswidrigem Verhalten des Kunden, insbesondere bei Zahlungs-verzug, vom Vertrag zurückzutreten und die Ware heraus zu verlangen. Daneben ist die Agentur berechtigt, bei Verletzung einer Pflicht nach obigem Absatz b) vom Vertrag zurückzutreten und die Ware heraus zu verlangen, wenn ihr ein Festhalten am Vertrag nicht mehr zuzumuten ist.
- d) Ist der Kunde Wiederverkäufer, so ist er berechtigt, die Ware im ordentlichen Geschäftsgang weiter zu veräußern. Er tritt der Agentur bereits jetzt alle Forderungen in Höhe des Rechnungsbe-trags ab, die ihm durch die Weiterveräußerung gegen einen Dritten erwachsen. Der Kunde ist verpflichtet, einen entsprechenden Abtretungsvermerk in seinen Büchern oder auf seinen Faktu-ren anzubringen. Die Agentur nimmt die Abtretung an. Nach der Abtretung ist der Kunde zur Einziehung der Forderung ermächtigt. Die Agentur behält sich vor, die Forderung selbst einzuzie-hen, sobald der Kunde seinen Zahlungsverpflichtungen nicht ordnungsgemäß nachkommt und in Zahlungsverzug gerät.
- e) Die Agentur ist jederzeit berechtigt, das Betriebsgelände des Kunden zur Feststellung ihrer Vor-behaltsware zu betreten und diese zu kennzeichnen.
- 10. Eigentumsrecht und Urheberrecht**
- 10.1 Alle Leistungen der Agentur, einschließlich jener aus Präsentationen (z.B. Anregungen, Ideen, Skizzen, Vorentwürfe, Scribbles, Reinzeichnungen, Konzepte, Negative, Dias), auch einzelne Teile daraus, blei-ben ebenso wie die einzelnen Werkstücke und Entwurfsoriginale im Eigentum der Agentur und könn-en von der Agentur jederzeit - insbesondere bei Beendigung des Vertragsverhältnisses - zurückver-langt werden. Der Kunde erwirbt durch Zahlung des Honorars das Recht der Nutzung für den vereinbarten Verwendungszweck. Mangels anderslautender Vereinbarung darf der Kunde die Leistungen der Agentur jedoch ausschließlich in Österreich nutzen. Der Erwerb von Nutzungs- und Verwertungs-rechten 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.
- 10.2 Änderungen bzw. Bearbeitungen von Leistungen der Agentur, wie insbesondere deren Weiterentwick-lung 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.
- 10.3 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 geson-derte angemessene Vergütung zu.
- 10.4 Für die Nutzung von Leistungen der Agentur bzw. von Werbemitteln, für die die Agentur konzeptionelle oder gestaltische Vorlagen erarbeitet hat, ist nach Ablauf des Vertrages unabhängig davon, ob diese Leistung urheberrechtlich geschützt ist oder nicht, ebenfalls die Zustimmung der Agentur notwendig.
- 10.5 Für Nutzungen gemäß Punkt 10.4 steht der Agentur im 1. Jahr nach Vertragsende ein Anspruch auf die volle im abgelaufenen Vertrag vereinbarte 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.
- 10.6 Der Kunde haftet der Agentur für jede widerrechtliche Nutzung in doppelter Höhe des für diese Nutzung angemessenen Honorars.
- 10.7 Die Weiterübertragung oder Lizenzierung von Nutzungsrechten durch den Kunden an Dritte bedarf zu ihrer Wirksamkeit stets der vorherigen schriftlichen Zustimmung durch die Agentur.
- 11. Kennzeichnung**
- 11.1 Die Agentur ist berechtigt, auf allen Werbemitteln und bei allen Werbemaßnahmen auf die Agentur und allenfalls auf den Urheber hinzuweisen, ohne dass dem Kunden dafür ein Entgeltanspruch zusteht.
- 11.2 Die Agentur ist vorbehaltlich des jederzeit möglichen, schriftlichen Widerrufs des Kunden dazu be-rechtigt, auf eigenen Werbeträgern und insbesondere auf ihrer Internet-Webseite mit Namen und Firmenlogo auf die zum Kunden bestehende oder vormalige Geschäftsbeziehung hinzuweisen (Referenzhinweis).
- 12. Gewährleistung**
- 12.1 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. Die Agentur gibt gegenüber ihren Kunden keine Zusicherungen und/oder Garantien im Rechtssinne ab.
- 12.2 Im Fall berechtigter und rechtzeitiger Mängelrüge steht dem Kunden das Recht auf Verbesse-rung 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 Mängelbe-hebung erforderlichen Maßnahmen ermöglicht. Alle im Zusammenhang mit der Mängelbehebung entstehenden Nebenkosten (wie z.B. für Transport, Entsorgung, Fahrt und Wegzeit) gehen mangels anderer schriftlicher Vereinbarung zu Lasten des Kunden. Die Agentur ist berechtigt, die Verbesserung und/oder den Austausch der Lieferung/Leistung zu verweigern, wenn diese unmöglich oder für die Agentur mit einem unverhältnismäßig hohen Aufwand verbunden ist. In diesem Fall stehen dem Kun-den die gesetzlichen Wandlungs- oder Minderungsrechte zu. Im Fall der Verbesserung obliegt es dem Kunden die Übermittlung der mangelhaften (körperlichen) Sache auf seine Kosten durchzuführen.
- 12.3 Es obliegt auch dem Kunden, die Überprüfung der Leistung auf ihre rechtliche, insbesondere wett-bewerbs-, 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.
- 12.4 Die Gewährleistungsfrist beträgt sechs Monate ab Lieferung/Leistung. Das Recht zum Regress gegen-über 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.
- 12.5 Die Mängelhaftung der Agentur ist in diesem Punkt 12. abschließend geregelt. Jede weitergehende Mängelhaftung der Agentur, egal aus welchem Rechtsgrund, ist ausgeschlossen.
- 13. Haftung und Produkthaftung**
- 13.1 In Fällen leichter Fahrlässigkeit ist eine Haftung der Agentur und die ihrer Angestellten, Auftragneh-mer oder sonstigen Erfüllungsgehilfen („Leute“) für Sach- oder Vermögensschäden des Kunden aus-geschlossen, 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 oder Vorsatz hat der Geschädigte zu beweisen. Soweit die Haftung der Agentur ausgeschlossen oder beschränkt ist, gilt dies auch für die persönliche Haftung ihrer „Leute“.
- 13.2 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 all-fällige Schadenersatzforderungen oder sonstige Ansprüche Dritter; der Kunde hat die Agentur dies-bezüglich schad- und klaglos zu halten.
- 13.3 Die Agentur ist nicht verpflichtet, beigegebene Unterlagen, Daten und/oder Stoffe bzw. gegebene Anweisungen auf deren Richtigkeit, Tauglichkeit und Kompatibilität mit den beauftragten Leistungen zu überprüfen. Der Kunde garantiert deren Richtigkeit, Tauglichkeit und Kompatibilität. Die Agentur ist des Weiteren nicht verpflichtet, besondere Überprüfungen vorzunehmen. Hinsichtlich Umständen bzw. Gegebenheiten technischer oder tatsächlicher Natur, die außerhalb des vereinbarten Angebots-, Liefer- bzw. Leistungsumfanges liegen, trifft die Agentur keine Prüf-, Warn- oder Hinweispflicht. Die Agentur haftet nicht für negative Folgen resultierend aus offenerer bzw. verdeckter Untauglichkeit der vom Kunden bestellten Unterlagen, Daten, Stoffe und/oder unrichtigen Anweisungen.
- 13.4 Die vorstehenden Haftungsbeschränkungen gelten nicht, wenn der Schaden aus Gefahren resultiert, die weder für das Rechtsverhältnis typisch sind noch nach den besonderen Verhältnissen des Einzel-falles vorhersehbar waren.
- 13.5 Schadenersatzansprüche des Kunden verfallen in sechs Monaten ab Kenntnis des Schadens; jenen-falls aber nach drei Jahren ab der Verletzungshandlung der Agentur; Schadenersatzansprüche sind der Höhe nach mit dem Netto-Auftragswert begrenzt.
- 13.6 Soweit in diesen AGB nicht anders geregelt, ist die Haftung der Agentur in diesem Punkt 13. abschlie-ßend geregelt. Jede weitergehende Haftung der Agentur, egal aus welchem Rechtsgrund, ist ausge-schlossen.
- 14. Datenschutz (optische Hervorhebung entsprechend der Judikatur)**
- 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 Kun-den bestehende oder vormalige Geschäftsbeziehung (Referenzhinweis) automationsunterstützt er-mittelt, gespeichert und verarbeitet werden. Der Kunde ist einverstanden, dass ihm elektronische Post zu Werbezwecken bis auf Widerruf zugesendet wird. Diese Zustimmung kann jederzeit schriftlich mittels E-Mail, Telefax oder Brief an die im Kopf der AGB angeführten Kontaktdaten widerrufen werden.
- 15. Anzuwendendes Recht**
- Der Vertrag und alle daraus abgeleiteten wechselseitigen Rechte und Pflichten sowie Ansprüche zwischen der Agentur und dem Kunden unterliegen dem österreichischen Recht unter Ausschluss seiner Verweisungsnormen und unter Ausschluss des UN-Kaufrechts.
- 16. Erfüllungsort und Gerichtsstand**
- 16.1 Erfüllungsort ist das sachlich zuständige Gericht Ried im Innkreis. Bei Versand geht die Gefahr auf den Kunden über; sobald die Agentur die Ware dem von ihr gewählten Beförderungsunternehmen übergeben hat.
- 16.2 Als Gerichtsstand für alle sich zwischen der Agentur und dem Kunden ergebenden Rechtsstreitig-keiten 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.
- 16.3 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 ver-wenden.