

ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN

AGB Version 1.2

Our Terms and Conditions apply in german language.

Diese AGB sind geistiges Eigentum des Unternehmens. Eine Nutzung durch Dritte erfordert die ausdrückliche Genehmigung.

1. Allgemeines

Das Unternehmen („Agentur“) stellt seinen Klienten (auch „Kunde“ oder „Auftraggeber“) Leistungen in sämtlichen Bereichen seines Spektrums zur Verfügung. Dies vor allem als Unternehmensberater und Full-Service-Werbeagentur bzw. PR-Berater, aber auch in anderen Bereichen.

Für sämtliche Geschäfte zwischen dem Klienten und der Agentur sowie auch zwischen Lieferanten und der Agentur gelten diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB, Einheitliche Geschäftsbedingungen) sowie eventuelle andere im Schriftverkehr seitens der Agentur genannte Bedingungen.

Für allfällige Tätigkeiten als Berufsfotografenbetrieb gelten erweiternd die Usancen des Fotografengewerbes sowie die AGB der Bundesinnung der Fotografen, sofern diese nicht im Widerspruch zu den sonstigen Bedingungen der Agentur stehen.

Für Aufträge an Lieferanten o.ä. gelten in jedem Fall erweiternd die Auftragsbedingungen, die unter <https://www.cmmmg.at/aab> abzurufen sind sowie für Freelancer (freie Mitarbeiter mit Gewerbeschein) die allgemeinen Auftragsbedingungen für freie Mitarbeiter, welche gesondert bekannt gegeben werden. Offertbedingungen sind sonstige Bedingungen im Rahmen einer Angebotslegung.

Bei widersprüchlichen Bestimmungen zwischen AGB und Auftrags- oder Offertbedingungen gehen diese der Auftrags- oder Offertbedingungen vor. Entgegenstehende Geschäftsbedingungen unserer Geschäftspartner sind nur dann wirksam, wenn sie von der Agentur ausdrücklich und schriftlich anerkannt werden.

Von diesen Geschäftsbedingungen abweichende oder diese ergänzende Vereinbarungen bedürfen der Schriftform. Sollten einzelne Bestimmungen dieser Geschäftsbedingungen unwirksam sein, so berührt dies die Verbindlichkeit der übrigen Bestimmungen und der unter ihrer Zugrundelegung geschlossenen Verträge nicht. Eine unwirksame Bestimmung ist durch eine wirksame, die dem Sinn und Zweck der unwirksamen Bestimmung am nächsten kommt, zu ersetzen.

Aufgrund der Agenturtätigkeit für Klienten in verschiedensten Lieferantensegmenten stellen Usancen und Geschäftsbedingungen im Gewerbe der Lieferanten der Agentur im rechtlich möglichen Rahmen einen erweiternden Bestandteil dieser AGB dar, sofern die Agentur durch die nicht Geltendmachung dieser im Geschäftskontakt

mit dem Klienten einen Nachteil erleiden würde (z.B. übliche Liefertoleranzen, Verpackungs- und Lieferformen, Mengenabweichungen, Üblichkeiten der Preisangabe etc.).

Die Agentur nimmt für alle Aufträge an, mit Unternehmen zu kontrahieren. Auftraggeber erklären mit dem Auftrag, kein Konsument im Sinne des KSchG zu sein und erklären sich jedenfalls als Unternehmer. Auftraggeber agieren mit der Agentur in rein unternehmerisch orientierter Tätigkeit. Dies gilt auch für Gründungssituationen. Auftraggeber, die als Konsumenten agieren, haben die Agentur im Auftrag ausdrücklich auf diesen Umstand hinzuweisen.

2. Vertragsabschluss, Auftragserteilungen und Budget

Angebote der Agentur sind freibleibend.

Kalkulationen und Angebote der Agentur beruhen in der Regel auf Stundensätzen und gelten für Aufträge im typischen Arbeitsausmaß und der für die Agentur üblichen Art der Leistungserbringung.

Der Klient ist an seinen Auftrag zwei Wochen ab dessen Zugang an die Agentur gebunden. Aufträge gelten erst durch schriftliche Auftragsbestätigung der Agentur als angenommen, sofern die Agentur nicht – etwa durch Tätigwerden auf Grund des Auftrages – zu erkennen gibt, dass sie den Auftrag annimmt.

Preise für Fremdleistungen können marktbedingt variieren. Preisangaben verstehen sich im Regelfall exklusive USt, sonstiger Steuern und Abgaben, jedoch bereits inklusive der Agentur-Service-Fee und beziehen sich ausschließlich auf die genannten Leistungen. Nicht genau spezifizierte Leistungen sind, auch in explizit als solche ausgewiesenen Pauschalpreisen, nicht inkludiert, und können zur gesonderten Verrechnung gebracht werden. Für Pauschalpreise ist daher immer der für die entsprechende Bezeichnung geringste übliche Leistungsumfang anzunehmen, jedenfalls ohne Nebenleistungen.

Die Agentur hält fest, dass bei durch sie vermittelten Fremdleistungen bei Zustandekommen eines Auftrages zwischen Klient und einem auftragnehmenden Dritten in jedem Fall voller Provisionsanspruch laut Pkt. 3 besteht. Der Provisionsanspruch bleibt für Folgebeauftragungen, ungeachtet des projektmäßigen Zusammenhanges, bestehen. Im Sinne der Agentur sind Maklergesetz und ggfs. Handelsvertretergesetz anzuwenden. Die Agentur hat Anspruch auf Rechnungslegung und Vorlage von Originalbelegen.

In der Regel vergibt die Agentur Aufträge an Dritte in eigenem Namen, kann jedoch im Rahmen des Auftrages jederzeit nach freiem Ermessen Aufträge direkt im Namen des Klienten vergeben. Die Agentur ist mit Erhalt des Auftrages bevollmächtigt, die vom Auftraggeber freigegebenen oder akzeptierten Leistungen im Namen und im Sinne des Auftraggebers an Dritte (z.B. Medien, Druckereien) zu vergeben. Zumutbare, Typische bzw. für den Klienten absehbare Änderungen von Spezifikationen oder Kosten nach erfolgter Freigabe berühren die Gültigkeit der Bevollmächtigung nicht.

Die Verrechnung der im Namen des Klienten erteilten Aufträge kann in jedem Fall über die Agentur, aber auch direkt an den Klienten erfolgen. Die Entscheidung darüber steht der Agentur zu. Die Agentur ist berechtigt, jederzeit eine Abänderung des Verrechnungszieles zu veranlassen, insbesondere bei Nichtbezahlung einer über die Agentur verrechneten Leistung durch den Klienten, so dass der Agentur keine weitere Zahlungspflicht gegenüber dem beauftragten Dritten bestehen bleibt. Dies ist auch für Teilbeträge zulässig.

Die Agentur kann von Dritten nicht für im Namen des Klienten erteilte Aufträge belangt werden. Alle diesbezüglichen Forderungen werden an den Klienten weitergeleitet. Die Agentur kann vom Klienten nur für in seinem Namen vergebene Aufträge belangt werden, wenn die Agentur nicht im Sinne des Klienten gehandelt hat und dies für die Agentur erkennbar sein musste.

Die Agentur übernimmt keine Haftung für die Bonität eines von ihr beauftragten Dritten. Dies gilt insbesondere für Fälle, in denen ein Risiko (z.B. zu vermutender Lieferausfall) nicht im Voraus einfach und auch ohne Hinzuziehung von Auskunfteien für sie erkennbar ist.

Umgehungen und Umleitungsgeschäfte betreffend der mit der Agentur geschlossenen Verträge, etwa über nahestehende oder verbundene Unternehmen sowie Gründungen neuer Unternehmen zur Umgehung von Agenturvereinbarungen und Auftrags- oder Provisionsverpflichtungen berechtigen die Agentur, weiterhin Anspruch geltend zu machen bzw. Schadenersatz für sonstige Leistungen zu fordern.

Bei Verbundgruppen, Franchise und ähnlichen Strukturen haften Übergruppierungen solidarisch für ihre Mitglieder, sofern zwischen der Agentur und der Verbundgruppe ein aufrechter Vertrag besteht. Dies gilt auch für Geschäftsbeziehungen der Agentur mit Schwestergesellschaften sowie für Unternehmen, die zu mindestens 50 % eine (personell) idente Eigentümerstruktur aufweisen oder in vergleichbarem Einfluss stehen.

Im Falle von Beauftragungen in der Gründungsphase einer Gesellschaft wird vereinbart, dass der bzw. die Auftraggeber als natürliche Personen ungeachtet einer späteren Unternehmensgründung einer persönlichen Haftung unterliegen und die Agentur den Auftrag als von diesen natürlichen Personen erteilt annehmen kann, ungeachtet der Adresse eines allfälligen Kostenvoranschlages. Erfolgen diesbezügliche Beauftragungen und Abstimmungen in laufender Abwicklung durch einen bestehenden Klienten (etwa eine Gesellschaft), so haftet dieser ebenso erweiternd.

Werden Unternehmens-Budgetierungen, ungeachtet dessen, ob ein Agenturvertrag vorliegt oder nicht, in Abstimmung mit der Agentur erstellt, so kann die Budgetierung Richtwerte anstatt von Offerten darstellen, sofern die Agentur zum Zeitpunkt der Planung die betreffenden Leistungen bereits detailliert abschätzen konnte. Erhält die Agentur bei Budgetplanungen teilweise oder ganze Budgetplanungsaufträge, so ist sie im Sinne der Leistungsziele berechtigt, planungsgemäße Budgetanteile zwischen Einzel-, Eigen- oder Fremdleistungen in der laufenden Tätigkeit zu verschieben oder Überschreitungen in anderen Positionen vorzunehmen, auch ohne das Gesamtbudget etwa hinsichtlich einer schon anderweitig entstandenen

Überschreitung zu betrachten. Auf Überschreitungen aufgrund von nicht budgetierten, jedoch klientenseitig explizit beauftragten Leistungen muss die Agentur ungeachtet der Tiefe der ihr übertragenen Budgetplanungsaufträge nicht hinweisen.

Die Agentur haftet grundsätzlich nicht für Budgetüberschreitungen, dies vor allem wenn diese für den Klienten durch seine dauernde Beteiligung oder einfache Prüfmaßnahmen erkennbar gewesen wäre. Der Klient ist zur aktiv bestreben, laufenden Kontrolle von Budgets verpflichtet.

Bei Vermittlungen von Leistungen der Agentur durch einen Dritten (bzw. Auftraggeber) ist die Anwendung des Makler- oder Handelsvertretergesetzes für Ansprüche des Vermittelnden (ggfs. Auftraggebers) nur gültig, wenn dies mit der Agentur explizit schriftlich vereinbart wurde. Provisionierungen müssen explizit schriftlich vereinbart werden. Weiters sind laufende bzw. Folgeprovisionsansprüche ebenfalls nur bei schriftlicher Vereinbarung gültig und nicht aus einer einzelnen Provisionierungsvereinbarung oder Subauftragsvergabe ableitbar. Schriftlichkeit setzt eine digital signierte oder händische Unterfertigung durch die Geschäftsführung der Agentur voraus. Eine reine Vereinbarung zum Kundenschutz oder eine Vertraulichkeitsvereinbarung gilt nicht als Vereinbarung in diesem Sinne.

3. Leistung und Honorar, Lizenzgabe

Wenn nichts anderes vereinbart ist, beginnt der Honoraranspruch der Agentur für jede einzelne Leistung, sobald diese erbracht wurde. Die Agentur ist berechtigt, zur Deckung ihres Aufwandes Vorschüsse zu verlangen und jederzeit Zwischenabrechnungen zu legen.

Als Grundabgeltung erhält die Agentur als Service Fee (bzw. Mittlerprovision) ein Honorar in der Höhe von zumindest 15 % der Endsumme des betreffenden Werbeetats bzw. der über sie abgewickelten Fremdleistungen (ausgenommen Freelance-Mitarbeiter). Dies kann auch durch direkte Provisionsvereinbarungen in verschiedener Höhe mit Lieferanten erreicht werden. Eine Gegenrechnung von durch die Agentur abgerechneten Nebenleistungen (z.B. Kreation, Beratung,...) mit diesem Honorar ist ausgeschlossen. Berechnet wird die Service Fee durch einen (gerundeten) Aufschlagssatz.

Alle Leistungen der Agentur, die nicht ausdrücklich durch ein vereinbartes Honorar abgegolten sind, sind gesondert zu entlohnt. Das gilt insbesondere für Korrekturen, Ausweitungen des Auftrages, alle Nebenleistungen der Agentur oder (Nutzungs-)Rechte. Leistungen sind gemäß üblichen Tarifen der Agentur, jedenfalls jedoch zu angemessenen Honoraren zu entlohnen. Für Kreativarbeiten werden im Zweifel und sofern tauglich die gemäß Punkt 9 indexangepasst hochgerechneten Honorarrichtlinien von Design Austria (erstellt in Kooperation mit der Wirtschaftskammer Österreich) als Vergleich herangezogen. Es wird auf die Trennung von Konzeptions-/Entwurfshonorar und gesonderter Nutzungsrechteabgeltung verwiesen.

Liegt keine Vereinbarung vor, werden Konzeptions-/Entwurfshonorare im tatsächlich angefallenen Ausmaß berechnet oder Listenpreise der Agentur herangezogen. Nutzungsrechteabgeltungen werden in einem für die Agentur üblichen Ausmaß verrechnet, wobei die Nutzung zumindest für einen Zeitraum eines Jahres, bei

typischerweise langfristig orientierten Maßnahmen (Corporate Design, Claim etc.) für einen Zeitraum mehrerer Jahre zugrunde gelegt wird. Dies gilt insbesondere für Verstoßfälle. Die Agentur kann die aus ihrer Sicht geeignet erscheinenden Modelle zur Abrechnung nutzen. Typisch zur Anwendung kommen z.B. für kleinere Projekte Nutzungsfaktoren (Multiplikation des Entwurfshonorares), Pauschalbeträge oder – insbesondere bei klassischen Kampagnenmaßnahmen mit höherem Medienvolumen – 15 % des anzunehmenden / verhandlungsgegenständlichen Etats (Gesamtaufwand inkl. des (End-)Werbevolumens, auch wenn dieses nicht über die Agentur abgewickelt wird). Grundlage, falls keine Etathöhe bekannt ist, bilden im Zweifel Einschätzungen und Listenpreise der Medien.

Der Auftraggeber anerkennt, dass eine Nutzungsrechteabgeltung an die Agentur nicht zwingend mit einer urheberrechtlichen Werkeigenschaft verbunden sein muss, sondern Teil einer allgemeinen Leistungsabgeltung ist. Eine Abgeltung fällt dabei auch ungeachtet dessen, ob die Endumsetzung durch die Agentur erfolgt ist oder diese lediglich die kreativ-konzeptiven Grundlagen zur Umsetzung geliefert hat, im Falle der Verwendung an, dies in voller Höhe ohne Abschlag. Auch wenn kein urheberrechtlicher Werkcharakter vorliegt oder dieser in Zweifel steht, werden die urheberrechtlichen Schadenersatzbestimmungen sinngemäß, z.B. ähnlich einer Vertragsstrafe, angewandt.

Kreativ- / und Werbekonzepte gelten als integral vorgelagerter Bestandteil der urheberrechtlichen Werke und bilden ebenso Grundlage für die Berechnung von Nutzungsrechten.

Neu anfallende Nutzungsrechtegebühren orientieren sich in der Regel nicht an vergangenen Honoraren, Nutzungsrechtebedingungen oder -abrechnungen, sondern sind einer eigenständigen Bewertung aus aktueller Sicht zu unterziehen.

Ein Abstands-, Präsentations- und/oder Konzepthonorar versteht sich als eine den Kostenaufwand für den Auftraggeber freiwillig beschränkende teilweise Aufwandsentschädigung, nicht jedoch zur gesamten pauschalierten Abgeltung von Entwurf, Erstellung und/oder der Nutzungsrechte. Wird ein Abstandshonorar vereinbart, so ist dieses im Regelfall nur auf eine Nichtfortführung der Arbeit nach der Erstpräsentation (früheste Phase der Entwicklung), jedoch keinesfalls bei erfolgenden weiteren Abstimmungen, Korrekturen, Folgeschritten/-präsentationen, Weiter- oder Detailentwicklungen, anzuwenden. Im Falle des Überschreitens dieser mit einem Abstandshonorar verbundenen Stufe lebt der volle Honoraranspruch (z.B. hinsichtlich Entwicklungs-/Entwurfshonorar) auch für Arbeiten der zuvor durch ein Abstandshonorar beschränkten Arbeitsstufe voll auf. Vereinbarte Abstandshonorare beinhalten keinerlei Rechteerwerb durch den Klienten. Vielmehr verbleibt das Recht zu jeglicher anderweitiger Verwertung bei der Agentur.

Leistungen und Angebote beinhalten wenn nicht explizit vereinbart keine Korrekturleistungen. Als Korrekturen gelten jegliche Korrekturen und Änderungen, auch geschmacklich-gestalterische Abstimmungen, sowie Änderungen von Texten, Konzepten und Aufbau.

Werden Korrekturstufen in Preise inkludiert, so gilt jeder Korrekturdurchgang, z.B. Übermittlung eines korrigierten Dokumentes oder ein Anruf zur Korrektur, ungeachtet der Anzahl der einzelnen Korrekturen, als Korrekturstufe. Übersteigen die

Korrekturen ein übliches Ausmaß, z.B. durch generell nicht druckreif korrigiert übergebene Daten, massive ungeplante Änderungen etc., so ist die Agentur berechtigt, dafür anfallenden Aufwand gesondert zu berechnen. Werden Korrekturen ohne nähere Spezifikation als pauschaliert angeboten, so gelten maximal drei Korrekturstufen als kostenfrei vereinbart.

Wird eine Pauschale vereinbart, so verfallen nicht verbrauchte Leistungen nach Ablauf der definierten Zeit bzw. des definierten Projektes (bspw. bei monatlicher Pauschale mit 10 Leistungsstunden p.M. erfolgt keine Übernahme der nicht verbrauchten Leistungen in das Folgemonat; Nicht verbrauchte Leistungsstunden für ein pauschaliertes Projekt können auf kein anderes angerechnet werden etc.). Werden pauschal oder stundenweise angebotene Leistungen abgebrochen oder augenscheinlich nicht in absehbarer Zeit fertig gestellt, ist die Agentur berechtigt, ihre bis dahin entstandenen Aufwände zu den üblichen Stundensätzen oder Pauschalen (zwischen-)abzurechnen und Fremdleistungen zu ihren üblichen Konditionen zur Abrechnung zu bringen. Die Entscheidung über pauschalierte oder stundenweise Abrechnung steht der Agentur ungeachtet der Offerierungsart frei und kann ebenfalls gemischt erfolgen. Alternativ bzw. darüber hinaus können durch den Abbruch entfallende Deckungsbeiträge jedenfalls voll zur Abrechnung kommen.

Erstellt die Agentur Daten, so tut sie dies in der für sie verfügbaren marktüblichen Form, für abweichenden oder spezifischen Bedarf, auch wenn dieser auf älteren oder neueren Standards basiert, fallen Mehrkosten an.

Alle der Agentur erwachsenden Barauslagen, die über den üblichen Geschäftsbetrieb hinausgehen (z.B. für Botendienste, außergewöhnliche Versandkosten oder Reisen) sind vom Klienten inkl. Material- und Personalaufwand (ggfs. inkl. Service Fee) zu ersetzen. Die Agentur ist berechtigt, wiederkehrende Aufwände für Barauslagen durch Pauschalen verwaltungstechnisch zu vereinfachen.

Kostenvoranschläge der Agentur sind grundsätzlich unverbindlich. Wenn abzusehen ist, dass die tatsächlichen Kosten die von der Agentur veranschlagten um mehr als 20 Prozent übersteigen, wird die Agentur bestrebt sein, den Klienten auf den gestiegenen Aufwand hinzuweisen. Eine Verpflichtung trifft die Agentur jedoch insbesondere nicht, wenn Kostenüberschreitungen auf einer Abänderung oder Erweiterung des Auftrages beruhen, durch vom Klienten verursachte Korrekturen entstehen, oder Kostenüberschreitungen aus Positionen entstehen, die im Kostenvoranschlag „nach Aufwand“ oder anderweitig als variabel definiert verrechnet werden. Eine Kostenüberschreitung gilt als vom Klienten genehmigt, wenn der Klient nicht binnen drei Tagen nach diesem Hinweis schriftlich widerspricht und gleichzeitig die seinerseits gewünschte Alternative bekannt gibt.

Allfällige Angaben der Agentur für zu erwartende Überschreitung des Aufwandes, Kostenvoranschläge zur Fertigstellung etc. sind jedenfalls als unverbindlich anzusehen, wenn die vorherigen Planungen der Agentur aus auftraggeberseitig indizierten Gründen (z.B. massive Korrekturen / geschmackliche Anpassungen, laufende Projektänderungen, unaufbereitete Unterlagenübergabe u.a.) nicht eingehalten werden konnten.

Für alle Arbeiten der Agentur, die aus welchem Grund auch immer nicht zur Ausführung gelangen, gebührt der Agentur eine angemessene Vergütung. Mit der

Bezahlung dieser Vergütung erwirbt der Klient an diesen Arbeiten keinerlei Rechte; nicht ausgeführte Konzepte, Entwürfe u. dgl. sind vielmehr unverzüglich der Agentur zurückzustellen. Weiters verbleiben in diesem Falle sämtliche Rechte an den erbrachten Leistungen bei der Agentur.

Die Agentur hat das Recht, eine der jeweiligen Produktionsmenge entsprechende Anzahl von für sie kostenfreien Mustern einzubehalten oder einzufordern, sobald sie in irgend einer Weise in ein Projekt eingebunden war oder ist.

Führt die Agentur redaktionelle Leistungen, zum Beispiel Corporate Publishing, für einen Klienten aus, so sind allgemeine, insbesondere ethische, Grundsätze des Journalismus vom Auftraggeber zu respektieren, so sich ein Redakteur hierauf beruft. Erhält ein Redakteur Leistungen Dritter, die in Zusammenhang mit seiner diesbezüglichen Tätigkeit oder Vorbereitung dazu stehen, so kann der Auftraggeber davon keinerlei Anspruch, etwa auf Herausgabe, Kostenminderung oder Ersatz ableiten. Geht ein Redakteur zumutbare Verpflichtungen gegenüber Dritten in Zusammenhang mit seiner redaktionellen Tätigkeit im Sinne der Berichterstattung ein, so ist dies vom Auftraggeber anzuerkennen.

Zur Abgeltung der Einräumung von Werknutzungsbewilligungen oder -rechten und/oder zur Erfolgs-Entlohnung kann die Agentur fallbezogen auch zeit- und/oder stückzahlbezogene Erfolgs-/Einräumungs-/Lizenzgebühren mit dem Auftraggeber/Lizenznehmer vereinbaren bzw. nach Kostenvoranschlag vorschreiben. Die Regelungen für Lizenzgebühren gelten in sinngemäßer Anwendung auch für vereinbarte mengenbezogene oder (Umsatz-)volumsbezogene Prämien und Provisionierungen, etwa im Rahmen von Vertriebsaktivitäten oder Tätigkeit im Bereich der Interessenskommunikation, dies insbesondere in Bezug auf Berechnung, Bekanntgabe-, Auskunfts- und Offenlegungspflichten oder Pönalisierungen.

Als „Stückzahl“ (oder Umsatz) wird die höchste im Zeitraum zu ermittelnde Zahl (etwa an Produkten und/oder Packmitteln) ohne jegliche Reduktion, etwa aus absatz-, vertriebs- oder produktionstechnischen Gründen, gesehen. Die Agentur kann auch geringere (Referenz-)Mengen zur Bemessung heranziehen, welche jedoch bei Bestreitung von der Agentur jederzeit durch die höchstmögliche Menge ersetzt werden können. (Referenz-)Mengen vorangegangener Jahre entfalten keine bindende Wirkung für Folgeabrechnungen.

Im Fall entsprechender Lizenzgebühren verpflichtet sich der Auftraggeber (Lizenznehmer), binnen 8 Wochen nach Beginn eines neuen Lizenzzyklus (üblicherweise ein Jahr), alle für die sichere Ermittlung der Lizenzgebühren notwendigen Unterlagen und Daten zum abgelaufenen Zyklus (z.B. Produktionsaufträge, Bestellungen, Lieferscheine, Verkaufszahlen etc.) zur schnellen Analyse übersichtlich und zusammengefasst aufbereitet zu übermitteln, ohne dazu aufgefordert worden zu sein. Dies gilt auch, wenn Mindestmengen unterschritten werden und keine Abrechnung zu erwarten ist. Auf Aufforderung der Agentur sind Originale zur Verfügung zu stellen und allfällige Bestätigungen Dritter beizubringen. Der Auftraggeber räumt der Agentur das uneingeschränkte Recht ein, alle in irgendwelcher Form für die Ermittlung oder Kontrolle der Lizenzgebühren notwendigen Daten bei Dritten einholen zu dürfen. Die Agentur ist berechtigt, der Vertraulichkeit verpflichtete Dritte mit diesen Recherchen zu beauftragen. Für den

Fall, dass Packmittel o.ä. ausschließlich über die Agentur bezogen werden, so ist der Lizenznehmer von der Pflicht zur unaufgeforderten Bekanntgabe befreit.

Die Agentur ist bei zu erwartenden Lizenzgebühren ab ca. EUR 1.000,- p.A. berechtigt, quartalsweise Lizenz-Vorauszahlungen vorzuschreiben oder auf Basis von quartalsweisen Grob-Bekanntgaben oder absehbaren Mengen-Erwartungen abzurechnen. Ausgleich allfälliger Abweichungen erfolgt über die Jahresabrechnung.

Bei groben oder wiederholten Verstößen gegen eine Lizenzvereinbarung (inklusive der in den AGB genannten Pflichten), bei Verstoß gegen den zulässigen Nutzungsumfang, bei Bekanntgabe falscher oder unvollständiger Informationen zur Erhebung der Lizenzgebühren oder bei Behinderung der Ermittlung der Höhe der Lizenzgebühren können zusätzliche Pönalgebühren in der Höhe von 200% der tatsächlich fälligen, bei Verstößen zzgl. der darüber hinaus gehenden Lizenzgebühr durch die Agentur eingefordert werden. Grundlage zur Berechnung der Pönalgebühr bilden sämtliche offen aushaftende sowie noch nicht abgerechnete Lizenzgebühren, ungeachtet des Grundes oder des den Pönalanspruch verursachenden Zeitraumes. Im Verstoßfall sind alle der Agentur entstehenden Recherchekosten (eigener Aufwand oder Beauftragung von Dritten) vom Verantwortenden zu tragen. Pönalgebühren können nicht mit allfälligen anderen Ansprüchen, etwa auf Schadenersatz, egal ob gegenüber dem Lizenznehmer oder Dritten, aufgerechnet werden.

Als grober Verstoß werden zum Beispiel unzulässige Sublizenzgaben, Nichtmeldung nach Ablauf der Frist und erfolgter schriftlicher Aufforderung, Nichtmeldung über zwei Zyklen (ohne Aufforderung) oder Abweichungen von den tatsächlich bekannzugebenden Mengen um mehr als 5 % gewertet.

Im Zweifelsfalle, z.B. bei Nichtbekanntgabe, wird als abzurechnende Menge sowie zur allfälligen Berechnung der Pönale die zu erwartende Zahl eingeschätzt (etwa auf Basis von offensichtlichen Verkaufszunahmen, Fallbeispielen oder von Zuwachstrends vorangegangener Jahre) und mit einem zusätzlichen Sicherheitsaufschlag von 10 % für den betreffenden Zeitraum herangezogen. Ist eine Schätzung nicht möglich oder unterschreitet die durch Schätzung ermittelte Menge die des entsprechenden Zeitraumes in einem der drei vorangegangenen Kalenderjahre, so wird die höchste Menge der vorangegangenen drei Jahre zuzüglich genanntem Sicherheitsaufschlag zur Berechnung herangezogen.

Der Lizenznehmer ist durch Einschätzung nicht von der Pflicht zur Meldung tatsächlicher Mengen befreit. Es besteht kein Anspruch auf Rückerstattung oder Minderung der Lizenzgebühr, sollten zu einem späteren Zeitpunkt die notwendigen Unterlagen vorgelegt werden und diese geringere Mengen aufweisen. Übersteigen die tatsächlich abzurechnenden Mengen jedoch diese Einschätzung, oder sollten allgemein höhere Mengen zu einem späteren Zeitpunkt bekannt werden, so ist die Agentur jederzeit zur Nachverrechnung der Gebühren inklusive Zinsen berechtigt.

Sämtliche wiederkehrende Nutzungsrechte- und Lizenzgebühren unterliegen der Indexanpassung gemäß Punkt 9. Allfälliger Zinsanspruch der Agentur für Lizenzgebühren beginnt ab dem ersten Versäumnis der Meldung.

Die Agentur behält sich das Recht vor, bei Verlängerung der Nutzungsdauer (z.B. Nachproduktionen) den Abrechnungsmodus zwischen Pauschalabrechnung, Lizenzierungsform oder allfälligen anderen Rechteabgeltungsformen abzuändern. Bei Jahreslizenzierungen mit Stückzahlkoppelung verfällt die angegebene Menge nach Ablauf des jeweiligen Jahres und kann nicht in Folgejahren angerechnet werden. Stückzahlkoppelungen sind für gewöhnlich als Maximalstückzahl anzusehen, ein Unterschreiten berührt die Lizenzierung und ihre Gebühren nicht. Aus Vereinbarungen für geringere Stückzahlen können keine Preise für höhere Stückzahlen abgeleitet werden. Retouren, Fehlproduktionen, Reklamationsware, Ausfälle etc. können nicht von Lizenzmengen in Abzug gebracht werden. Ist nichts anderes vereinbart, so gelten Kalenderjahre als Lizenzzyklus.

Mit Auslaufen oder Ungültigkeit einer Nutzungsrechtevereinbarung verfallen die diesbezüglichen Nutzungsrechte, eine neuerliche Einräumung ist neu zu verhandeln.

Teilt ein Lizenznehmer die Einstellung der Nutzung mit, so gilt dies als dauerhafte Nullmeldung von Umsatzmengen ab dem Bekanntgabedatum. Jede Art der Nutzung ab diesem Zeitpunkt stellt somit einen Verstoß dar. Nach Ablauf von sechs Monaten fallen sämtliche Rechte an die Agentur und diese ist zu einer anderweitigen Nutzung berechtigt.

Für die Lizenzierung und Rechtklärung eventueller Leistungen Dritter, zum Beispiel in Projekten eingesetzten Agenturbildmaterials, hat der Klient auch im Falle einer Lizenzvereinbarung selbst Sorge zu tragen oder die Agentur ausdrücklich gesondert schriftlich mit der diesbezüglichen Abwicklung zu beauftragen. Lizenzgebühren umfassen somit keinerlei Lizenzen für die miteingesetzten Leistungen Dritter, sofern diese nicht von der Agentur ausdrücklich und unmissverständlich angeführt werden; eine implizite Mitumfassung der Lizenzierung Leistungen Dritter wird somit ausgeschlossen. Dies gilt auch, wenn Leistungen Dritter im Grundauftrag oder zuvor über die Agentur lizenziert wurden. Die Agentur ist nicht verpflichtet, den Klienten auf notwendige Weiterlizenzierungen hinzuweisen, so dieser Kenntnis über den Einsatz fremder Werke hat.

4. Präsentation

Für die Teilnahme an Präsentationen, auch im Rahmen laufender Kooperationen, steht der Agentur ein angemessenes Honorar zu, das zumindest den gesamten Personal- und Sachaufwand der Agentur für die Präsentation zu ihren üblichen Sätzen sowie die Kosten sämtlicher Fremdleistungen deckt.

Erhält die Agentur nach der Präsentation keinen Auftrag, so bleiben alle Leistungen der Agentur, insbesondere die Präsentationsunterlagen und deren Inhalt im Eigentum der Agentur; der Auftraggeber ist nicht berechtigt, diese – in welcher Form immer – weiter zu nutzen; Unterlagen sind unverzüglich der Agentur zurückzustellen.

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.

Tritt bei einer Präsentation der Verdacht der Doppelschöpfung (Zufällige gleichzeitig eigenständige Entwicklung einer gleichen oder sehr ähnlichen Idee) zwischen der Agentur und einem anderen Bewerber oder dem Auftraggeber selbst auf, so ist die Agentur noch vor Ort unter Beleg durch Vorlage geeigneter Unterlagen davon in Kenntnis zu setzen.

Sollte der Verdacht in Abwesenheit der Agentur entstehen, ist die Agentur sofort nach erfolgter Präsentation durch den anderen Bewerber unter Beifügung geeigneter Belege in Kenntnis zu setzen. Eine Bekanntgabe berührt allfällige Ansprüche oder auch Haftungsausschlüsse der Agentur, etwa in Bezug auf Verletzung des Urheberrechtes nicht. Insbesondere behält sich die Agentur die Geltendmachung von Ansprüchen vor, wenn die allfällige Doppelschöpfung nach erfolgter Präsentation durch die Agentur auftritt, der Mitbewerber beauftragt wird und/oder der Zeitabstand zwischen den Präsentationen eine Verwendung der Konzepte der Agentur durch Dritte, etwa aufgrund von Weitergabe der Präsentationsunterlagen, möglich erscheinen lässt.

Die Weitergabe von Präsentationsunterlagen an Dritte sowie deren Veröffentlichung, Vervielfältigung, oder sonstige Verbreitung ist ohne ausdrückliche Zustimmung der Agentur nicht zulässig.

5. Eigentumsrecht und Urheberschutz

Alle Leistungen der Agentur einschließlich jener aus Präsentationen (z. B. Anregungen, Ideen, Skizzen, Vorentwürfe, Scribbles, Reinzeichnungen, Konzepte, Negative, Dias), auch einzelne Teile daraus, bleiben ebenso wie die einzelnen Werkstücke und Entwurfsoriginale im Eigentum der Agentur und können von der Agentur jederzeit – insbesondere bei Beendigung eines Agenturvertrages – zurückverlangt werden.

Der Klient erwirbt durch Zahlung nur das Recht der Nutzung (einschließlich Vervielfältigung) zum vereinbarten Zweck und im vereinbarten Nutzungsumfang. Ohne gegenteilige Vereinbarung mit der Agentur darf der Klient die Leistungen der Agentur nur selbst, ausschließlich in Österreich und nur für die Dauer des eventuellen Agenturvertrages nutzen.

Der in diesen AGB, den Verträgen, Rechnungen und den Unterlagen der Agentur benutzte Begriff „Nutzungsrechte“ o.ä. (ggfs. auch „Werknutzungsrechte“) wird meist als Überbegriff genutzt und kann für jede Form der Rechteeinräumungen, etwa konkret Werknutzungsbewilligungen, stehen. Die Einräumung uneingeschränkter oder exklusiver Rechte u.ä. wird jedenfalls gesondert als solche ausgewiesen. Der reine Einsatz des Begriffes „Nutzungsrechte“ markiert nicht per se eine solche.

Im Zweifelsfall wird für Projekte einmalige nicht übertragbare Werknutzungsbewilligung in einem dem Projekt angemessenen Geltungsbereich für die zweckentsprechende Dauer, maximal jedoch ein Jahr, angenommen. Wird hingegen nichts betreffend einer Rechteeinräumung genannt, so ist auch keine solche anzunehmen, ausgenommen die Agentur übernimmt auch eine Beauftragung / Produktion / Schaltung der Maßnahme unter Verrechnung über sie.

Erworbene Nutzungsrechte sind ohne ausdrückliche schriftliche Vereinbarung nicht übertragbar, nicht veräußerlich und beinhalten kein Abänderungsrecht durch Dritte – auch nicht durch den Nutzungsrechteinhaber. Dies gilt ausdrücklich auch für Corporate Designs und Marktentwicklungen.

Für langfristige oder weitreichende Nutzungs-Vereinbarungen ist eine Nennung in agenturseitigen Auftragsbestätigungen, Rechnungen oder physisch unterzeichneten Dokumenten (Vertrag o.ä.) erforderlich. Eine einfache Nennung im e-Mail-Schriftverkehr oder eine schlüssige Anerkennung einer Äußerung oder eines klientenseitigen Auftrages ist diesbezüglich ausgeschlossen, ausgenommen die Agentur detailliert eingeräumte Rechte auf Nachfrage. Eine zulässige Detaillierung umfasst jedenfalls nur aus dem ursprünglichen Wortlaut erwartbare Rechteeinräumungen und kann keine Erweiterung um maßgeblich von diesem Wortlaut abweichende Rechte bedingen. Hierfür sind explizite Dokumente wie oben genannt erforderlich.

Aus der Übergabe von Daten bzw. Unterlagen an den Auftraggeber oder einen Dritten, auch z.B. produzierende Dritte, kann keine Rechteeinräumung oder Veränderung von eingeräumten Nutzungsrechten abgeleitet werden, insbesondere keine Einräumung von uneingeschränkten Nutzungsrechten oder Abänderungsrechten. Maßgeblich sind die Bestimmungen der AGB oder anderer explizit darauf bezogener Vereinbarungen zwischen Agentur und Klient. Jegliche schlüssige Ableitung der Einräumung von Nutzungsrechten, etwa aus nicht eindeutigen Korrespondenzen, wird ausgeschlossen.

In Sonderfällen bei unerwartet massiv und maßgeblich überdurchschnittlich in Ihrer Verbreitung bzw. Nutzung steigenden Werken steht der Agentur angemessenes erweiterndes Entgelt zur Abgeltung der unerwartet überdurchschnittlichen Nutzung zu.

Rechteeinräumungen zu pauschal angegebenen Umfängen (z.B. „regional“, „national“, „international“ usw.) betreffen daher auch innerhalb dieser pauschalen Umfangskategorien eine zum Auftragszeitpunkt erwartbare, realistisch-optimistisch bewertete Nutzungs- bzw. Verbreitungsintensität, bei deren massiver Überschreitung ein Anspruch auf erweiterndes Entgelt entsteht. (z.B. Markenentwicklung für einen Mittelstandsbetrieb, die im Vertrag bereits internationalen Rechteeumfang umfasst, jedoch der Betrieb sich zu einem Großbetrieb wandelt und die Marke zu einer international überdurchschnittlich bedeutenden und somit in ihrer Verbreitung massiv intensivierten Marke aufsteigt; regionale Marke mit nationalen Nutzungsrechten erlangt langfristig massiv überdurchschnittliche Bedeutung und Präsenz als nationale Marke u.ä.).

Zur Nutzung von Packaging Designs u.ä. maßgeblich ist die am Produkt befindliche Produzenten-/Inverkehrbringeraufschrift, welche dem Auftraggeber / Lizenznehmer entsprechen muss. Ein reines Sublieferantenverhältnis erfordert eine gesonderte Lizenzgabe an den Abnehmer.

Änderungen von bzw. an Leistungen der Agentur durch den Klienten sind nur mit ausdrücklicher Zustimmung der Agentur und – soweit die Leistungen urheberrechtlich geschützt sind – des Urhebers zulässig. Eine Weitergabe von Daten außerhalb des vorgesehenen Zweckes durch den Klienten ist nicht zulässig. Der

Klient ist weiters verpflichtet, allfällige Vorlagen / Daten so zu behandeln, dass Missbrauch oder Fehlverwendung ausgeschlossen sind.

Die Agentur behält sich das Recht vor, sämtliche Nutzungsrechte, egal welcher Art, jederzeit bei grobem Verstoß des Klienten gegen geschlossene Vereinbarungen, im Falle der Kreditschädigung an der Agentur oder bei Nutzung der Werke für sittenwidrigen Aktivitäten durch den Klienten für verfallen zu erklären. Dies ist dem Klienten schriftlich und eingeschrieben bekannt zu geben, außer die Kenntnisnahme ist aus laufendem Schriftverkehr schlüssig. Der erklärte Verfall von Nutzungsrechten hat keinerlei Wirkung auf fällige oder erfolgte Abrechnungen für Leistungen oder Rechte, vielmehr behält die Agentur unverminderten Anspruch auf Abgeltung der Nutzungsrechte in der vollen Höhe.

Die Agentur behält sich die Verwertung von Werken vor, um, insbesondere im Insolvenzfall oder bei Zahlungsverzug, ihren Schaden so gering wie möglich zu halten. Ein Rechtsanspruch oder Minderung von Forderungen für den Klienten ist aus allfälligen daraus entstehenden Erträgen der Agentur nicht abzuleiten.

Für etwaige sich aus dem Verfall von Nutzungsrechten ergebende Folgen haftet der Klient ausschließlich selbst. Die Agentur lehnt jegliche Haftung für materielle oder immaterielle Schäden, Betriebs- und Umsatzausfälle sowie ähnliches ausdrücklich ab, wird allerdings bestrebt sein, den Klienten auf einen absehbaren Verfall von Nutzungsrechten hinzuweisen.

Für die Nutzung von (vor allem auch teilweisen) 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, der Agentur und dem Urheber steht hierzu eine gesonderte angemessene Vergütung zu; als Vergütung der Agentur im Rahmen eines aufrechten Agenturvertragsverhältnisses angemessen ist grundsätzlich das in der Agenturvereinbarung festgehaltene Honorar, mindestens jedoch in der Höhe von 7,5 % des vom Klienten an die mit der Herstellung, Verbreitung bzw. Veröffentlichung der Werbemittel beauftragten Dritten gezahlten Entgelts, sofern eine Klärung im Voraus erfolgt. Allfällige Schadenersatzansprüche sind hiervon gesondert zu betrachten. Insbesondere im Fall grober bzw. vorsätzlicher Verstöße ist die Agentur berechtigt, umfassendere Ansprüche zu stellen, so dies in Ihrem Interesse liegt.

Für die Nutzung von Leistungen der Agentur bzw. von Maßnahmen, für die die Agentur konzeptionelle oder gestalterische Vorlagen erarbeitet hat, ist nach Ablauf eines Agenturvertrages – unabhängig davon, ob diese Leistungen urheberrechtlich geschützt sind – ebenfalls die Zustimmung der Agentur notwendig. Dafür stehen der Agentur im 1. Jahr nach Vertragsende zumindest der volle Anspruch der im abgelaufenen Vertrag vereinbarten bzw. im Kostenvoranschlag (KV) inkludierten Agenturvergütung, im Regelfall 15 %, zu. Ab dem 2. Jahr nach Ablauf des Vertrages reduziert sich der Anspruch auf die Hälfte der im Vertrag vereinbarten Vergütung, sofern eine Klärung im Voraus erfolgt. Insbesondere im Fall grober bzw. vorsätzlicher Verstöße ist die Agentur berechtigt, umfassendere Ansprüche zu stellen, so dies in Ihrem Interesse liegt.

Erbringt die Agentur ihrerseits weiterhin begleitende Leistungen betreffend der fortgesetzten Nutzung ihrer Leistungen (etwa Mediaplanung, Anpassungen etc.), so bleibt der ursprüngliche Anspruch voll aufrecht.

Für alle Leistungen, übermittelte Entwürfe und Konzepte anerkennt der Klient ausdrücklich, dass diese Werkcharakter besitzen, oder diesem im Zweifelsfall in der Behandlung gleich gestellt werden.

Der Auftraggeber erkennt einvernehmlich und ausdrücklich an, dass alle Leistungen der Agentur dem Schutz des Urheberrechtes unterliegen und diese insbesondere dem § 86. UrhG (1) unterliegen. In diesem Zusammenhang besonders zu beachten sind §§ 87., 87a., 87b. und 87c.. Dies gilt insbesondere auch für Konzepte, strategische Leistungen oder Medien- und Kampagnenplanungen.

Die Mitwirkung des Auftraggebers oder von ihm beauftragten Dritten an Werken bzw. deren Vorbereitung – in welcher Form auch immer – begründet keinen Anspruch auf Miturheberschaft, Abzüge, Entlohnung oder Rechte zur Bestimmung von Nutzungsumfängen oder ähnlichem; vielmehr verzichten der Auftraggeber bzw. von diesem beauftragte Dritte im Rahmen der rechtlichen Möglichkeiten auf einen allfälligen Werkanteil. Mit von ihm beauftragten Dritten hat der Auftraggeber entsprechende Vereinbarungen zu treffen.

6. Kennzeichnung, Eigenwerbung und Wettbewerbe

Die Agentur ist berechtigt, auf allen über sie abgewickelten Maßnahmen, bzw. auf allen Maßnahmen, bei denen sie einen definierbaren Leistungsanteil hat, in angemessenem Ausmaß auf die Agentur und allenfalls auf den Urheber hinzuweisen, ohne dass dem Klienten dafür ein Entgeltanspruch oder Minderung der Kosten zustünde. Hat die Leistung der Agentur maßgeblichen Anteil, z.B. an einem beworbenen Produkt, so steht ihr auch eine angemessene Nennung in zugehörigen Kommunikationsmaßnahmen (z.B. auf einer Website) zu, selbst wenn die entsprechende Maßnahme nicht über sie abgewickelt wurde.

Ein Hinweis im üblichen Ausmaß kann auch durch die Agentur auf bereits freigegebenen Entwürfen ohne gesonderte Zustimmung des Klienten oder neuerliche Präsentation angebracht werden. Die Agentur ist berechtigt, die Anbringung eines solchen Hinweises auch zu einem späteren Zeitpunkt in für den Klienten zumutbarer Form zu fordern.

Die Agentur wird unwiderruflich berechtigt, ihre Vertragspartner sowie, falls ein Subauftrag vorliegt, Endkunden, auf Referenz-/Kunden-/Klientenlisten textlich sowie mit Logos bzw. Marken und anderen urheber- und markenrechtlich relevanten Materialien mit Kunden- oder Projektbezug zu führen und mit erbrachten Arbeiten und Teilleistungen ihre Leistungen in jeglicher Form zu bewerben, ohne dass dafür Freigaben einzuholen sind, oder dem Klienten Entgelt oder Minderung der Kosten zusteht. Im Falle eines Subauftrages trägt der Auftraggeber der Agentur für die entsprechenden Rechteklärungen mit seinem Auftraggeber/dem Endkunden Sorge. Die notwendigen Rechte an Materialien und Marken, etwa zur Veröffentlichung, werden der Agentur pauschal eingeräumt, auch im Falle von Exklusivvereinbarungen. Ein diesbezüglicher Verzicht der Agentur ist ausdrücklich

schriftlich mit eigenhändiger Zeichnung durch die Geschäftsführung der Agentur zu vereinbaren.

Der Klient stimmt einer möglichen Einreichung von Projekten bei Wettbewerben/Preisausschreiben und ähnlichem pauschal zu, was auch Rechteeinräumungen für weitergehende Veröffentlichungen im Rahmen des Wettbewerbes in vollem Umfang inkludiert, ohne dass dem Klienten Entgelt oder Minderung der Kosten zusteht.

7. Genehmigung und Kommunikation

Alle Leistungen der Agentur (insbesondere alle Vorentwürfe, Skizzen, Reinzeichnungen, Bürstenabzüge, Blaupausen, Korrekturvorgaben und Farbabdrücke) sind vom Klienten zu überprüfen und binnen drei Tagen oder wenn in Einzelfällen erforderlich und für den Klienten erkennbar binnen kürzerer Zeit freizugeben.

Diesbezüglich trägt der Auftraggeber das Risiko der eigenen Erreichbarkeit. Bei terminlich knappen Projekten verpflichtet sich der Klient, seine permanente Erreichbarkeit, möglichst über Telefon und e-Mail, auch außerhalb der üblichen Arbeitszeiten, in notwendigem Umfang sicher zu stellen. Bei nicht rechtzeitiger Freigabe oder nicht rechtzeitiger Erreichbarkeit kann die Agentur Vorlagen als freigegeben annehmen und eine Beauftragung im Interesse des Klienten durchführen, sofern wichtige Fristen ansonsten nicht eingehalten werden könnten. Die Agentur ist jedoch keinesfalls dazu verpflichtet, eine Freigabe anzunehmen oder nicht freigegebene Aufträge weiter zu leiten.

Bei Werbeeinschaltungen, Logos und anderen Komponenten Dritter übernimmt der Auftraggeber diesbezüglich die umfassende Prüfung, Freigabe und/oder veranlasst die rechtzeitige Freigabe durch den jeweiligen Dritten (z.B. Inserenten). Der Auftraggeber trägt selbst die Haftung für diesbezüglich auftretende Fehler.

Als Referenz heranzuziehen sind gängige Normen, etwa für PDF-Datenerstellung. Die Agentur ist berechtigt, jedoch nicht verpflichtet, kostenpflichtige Proofs für Inserentendaten anzufertigen, so diese vom Inserenten nicht vorgelegt wurden.

Farbverbindlichkeit eines Auftrages (im industrieüblichen Ausmaß) kann nur nach Anfertigung von kostenpflichtigen und vom Klienten freigegebenen farbverbindlichen Andruckten garantiert werden. Abweichungen der Farbe aufgrund des Trägermaterials (z.B. Abweichungen aufgrund der Papierstruktur) stellen in keinem Fall einen Reklamationsgrund dar. Auf besonders sensible Projekte hat der Klient die Agentur ausdrücklich hinzuweisen. Bei Bedarf genauester Farbabstimmung hat der Klient einen befugten Entscheider zum gemeinsamen Andrucktermin mit der Agentur zu entsenden. Als Basissystem zur Farbabstimmung akzeptiert der Klient das Pantone Matching System. Die Verfügbarkeit von Unterlagen dieses Systems hat der Klient bei Bedarf selbst und auf eigene Kosten herzustellen.

Freigabevorlagen können aus Zeit- und Kostengründen jederzeit auch ausschließlich als online übermittelte Adobe Acrobat PDF-Datei in der jeweils passenden Qualität je nach notwendiger oder möglicher Dateigröße, von der Agentur zur Verfügung gestellt werden. Der Klient verpflichtet sich, diese als Freigabeunterlagen zu akzeptieren und

gemäß diesen Unterlagen die Freigabe vorzunehmen. Im Falle der Nichtbeurteilbarkeit von Details (etwa durch Kompression oder Bildschirmauflösung) ist der Klient verpflichtet, detailliertere Unterlagen oder Einzeldetails anzufordern. Eine auftraggeberseitige Haftungsablehnung nach erfolgter Freigabe ist ungeachtet der Datengrundlage und deren Kompression oder der daraus ableitbaren Nichterkennbarkeit eines Fehlers ausgeschlossen.

Das entsprechend notwendige Anzeigeprogramm für PDFs kann im Internet kostenlos heruntergeladen werden oder wird dem Klienten von der Agentur gegen Spesenersatz auf Datenträger zur Verfügung gestellt. Die Agentur weist darauf hin, dass PDF-Daten in normalen Systemen keine Sicherheit in Bezug auf Farbtreue bieten.

Drucküberwachung wird, sofern beauftragt oder notwendig, mit den Fahrtkosten nach dem amtlichen Kilometergeld für PKW sowie gemäß den üblichen Stundensätzen der Agentur für Drucküberwachung berechnet. Eine auftraggeberseitig erfolgende Terminvereinbarung/-anforderung zwecks Andruck wird als Beauftragung gewertet.

Der Klient wird vor Freigabe insbesondere die rechtliche, vor allem die wettbewerbs- und kennzeichenrechtliche Zulässigkeit der Agenturleistungen überprüfen lassen. Die Agentur veranlasst eine externe rechtliche Prüfung nur auf expliziten schriftlichen Wunsch des Klienten; die damit verbundenen Kosten hat der Klient gesondert zu tragen.

Stellungnahmen der Agentur, etwa in kennzeichen- und wettbewerbsrechtlichen Fragen, die keine expliziten Gutachten darstellen, sind jedenfalls als unverbindliche Einschätzungen zu verstehen und entbinden den Klienten nicht von der Pflicht zur Überprüfung, selbst wenn eine agenturseitige Person Sachverständiger ist.

Wichtige Besprechungen und Vereinbarungen in mündlicher Form, aber auch andere wichtige Hinweise werden durch Kontaktberichte, Gesprächsnotizen oder ähnliches durch die Agentur festgehalten und dem Klienten übermittelt. Bleiben dem Klienten übermittelte Kontaktberichte oder ähnliches binnen drei Tagen schriftlich unwidersprochen, so gelten sie als akzeptiert.

eMails werden generell vom Klienten als rechtsverbindliches Kommunikationsmedium akzeptiert. Das Übermittlungsrisiko – auch für Freigaben und Kontaktberichte – liegt bei allen Übermittlungswegen, eingehend und ausgehend, beim Klienten. Eine Haftung der Agentur aufgrund verloren gegangener Nachrichten ist daher ausgeschlossen.

Die Agentur ist nicht verpflichtet, Empfangsbestätigungen zu benutzen oder den Empfang abgesandter Nachrichten und Daten zu kontrollieren. Die Agentur ist nicht verpflichtet, eMails, die sie in Kopie oder Blindkopie erreichen, vollinhaltlich zu erfassen oder darin erwähnte Inhalte aufzunehmen. Weiters ist die Agentur nur zur Erfassung von Inhalten im Haupttext von e-Mails verpflichtet, nicht jedoch von Hinweisen in Anhängen und insbesondere von Hinweisen oder Anmerkungen in der Hauptnachricht angefügtem vorherigem Schriftverkehr und ähnlichem.

Relevante Bekanntgaben müssen in direkter Adressierung an die Agentur erfolgen und klar im Haupttext erkennbar sein. Die Agentur ist nicht zur Beachtung von

Informationen in Texten des bisherigen Schriftverkehrs eines e-Mails verpflichtet. Auf Anhangsdokumente mit Relevanz muss entsprechend hingewiesen werden. Anmerkungen in Anhangsdokumenten müssen klar erkennbar gekennzeichnet sein und im Haupttext des eMails Erwähnung finden.

8. Termine

Die Agentur ist bestrebt, vereinbarte Termine einzuhalten. Eine Nichteinhaltung von Terminen berechtigt den Klienten erst dann zur Geltendmachung ihm zustehender Rechte, etwa zum Vertrags-Rücktritt, wenn er der Agentur eine Nachfrist von mindestens 14 Tagen gewährt hat. Diese Frist beginnt mit dem Zugang eines Mahnschreibens an die Agentur.

Eine Verpflichtung zur Leistung von Schadenersatz aus dem Titel des Verzugs besteht nur bei Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit der Agentur. Unabwendbare oder unvorhersehbare Ereignisse – insbesondere Verzögerungen bei Auftragnehmern der Agentur – entbinden die Agentur jedenfalls von der Pflicht zur Einhaltung des vereinbarten Liefertermins.

9. Zahlung und Rechnungen, Indexanpassung

Die Rechnungen der Agentur sind prompt netto Kassa ohne jeden Abzug ab Rechnungsdatum fällig, sofern nichts anderes vereinbart wurde. Gelieferte Waren und auch immaterielles Gut – somit sämtliche Leistungen – bleiben bis zur vollständigen Bezahlung Eigentum der Agentur. Allfällige erworbene Rechte gehen erst nach Bezahlung auf den Auftraggeber über, werden Rechte gesondert oder geteilt vorgeschrieben, so gehen die Rechte erst bei vollständiger Bezahlung aller Forderungen aus dem betreffenden Projekt an den Auftraggeber über. Die Laufzeit eingeräumter Rechte wird in der Regel nicht nach dem Bezahlsdatum bemessen.

Die Agentur behält sich vor, bei Zahlungsverzug Verzugszinsen von 4% über den banküblichen Überziehungszinsen zu berechnen, jedoch mindestens 15% p.A.. Der Klient hat sämtliche aus einem Zahlungsverzug entstehenden Kosten zu tragen. Dies sind u.a. Betreibungskosten, Mahn- und sonstige Spesen inklusive Aufwandsaufschlag, Verwaltungsaufwand, Klärungs-, Aufbereitungs- und Archivaufwand, div. Vermögensschäden sowie Stornokosten und ähnliches. Die Agentur ist darüber hinaus bei längerem Zahlungsverzug zur Einforderung von Zinseszinsen, etwa zu (Zwischen-) Abrechnungspunkten berechtigt.

Informationen, aus denen die Agentur Honoraransprüche geltend machen kann, sind umgehend bekannt zu geben. Versäumt dies der Bekanntgabepflichtige, so kann die Agentur Anspruch auf genannte Zinsen und Zinseszinsen für den Versäumniszeitraum geltend machen. Für Lizenzgebühren besteht nach Versäumnis der in Punkt 3 zur Bekanntgabe der Daten definierten Frist ab dem ersten Tag des neuen Lizenzzeitraumes Anspruch auf oben genannte Verzugszinsen, ungeachtet dessen, ob die Agentur Schritte zur Einforderung der Bekanntgabe von Mengen gesetzt hat.

Der Klient darf nur mit unbestrittenen oder rechtskräftig festgestellten Forderungen aufrechnen oder ein Zurückbehaltungsrecht geltend machen. Die Agentur behält sich vor, nicht eingehobene Steuern oder Abgaben nachzuverrechnen, wenn die

Steuerbehörde diese einfordert (z.B. bei rückwirkender Einführung einer Werbeabgabe oder nicht anerkanntem reduziertem USt-Satz etc.).

Werden Ratenvereinbarungen getroffen, so umfassen diese jedenfalls das Recht der Agentur zur Fälligestellung des gesamten Betrages bei Terminverlust, auch wenn dies nicht in der Vereinbarung explizit genannt wird. Ebenso ist die Agentur bei Terminverlust berechtigt, sämtliche begleitenden Vereinbarungen, die dem Zahlungspflichtigen einen Vorteil verschaffen (z.B. Rabatte, Sonderkonditionen, Rechteerlässe uvm.) als hinfällig zu behandeln und Forderungen entsprechend auszuweiten.

Die Agentur ist berechtigt, im Falle des Zahlungsverzuges, der zur Verzögerung benutzten übermäßigen Bestreitung einer Forderung oder eines jeden Gerichtsverfahrens (ungeachtet des Anlasses oder des Gegners) alle anfallenden Aufwände und Nebenkosten inklusive Zeit- und Wegaufwand von Mitarbeitern oder Lieferanten zu den unabhängig vom jeweiligen Prozessgegner im normalen Geschäftsverkehr gültigen Haupt-Stundensätzen ohne Vertragsverhältnis (z.B. der jeweils damit beschäftigten Mitarbeiter der Agentur) einzufordern.

Allenfalls gewährte Rabatte, Gutschriften, Nachlässe, Kulanzabzüge (etwa nach Reklamation), Zahlungsaufschübe, reduzierte Stundensätze oder sonstige Vergünstigungen können bei grobem Zahlungsverzug, Bestreitung oder im Fall der Eröffnung eines Insolvenzverfahrens über den Klienten als nicht gewährt bzw. verfallen erklärt werden. Hierunter fällt auch die Möglichkeit zur Nachforderung von bisher, etwa aus Kulanz, nicht zur Verrechnung gebrachten Leistungen bzw. Ansprüchen.

Eventuelle Nachverrechnungen aufgrund nicht verrechneter oder unterverrechneter Leistungen oder die auf einem Verrechnungsfehler eines Lieferanten basieren, werden vom Klienten jedenfalls als zulässig anerkannt, sofern diese nicht geringfügig sind.

Die Agentur ist, etwa im Rahmen Ihrer Abrechnungen, nicht zur Vorlage von Fremdkostenbelegen verpflichtet, ausgenommen, dies wurde ausdrücklich im Agenturvertrag vereinbart.

Wünscht der Klient seinerseits die Verrechnung einer Maßnahme oder Leistung an eine spezifische Anschrift oder einen Dritten, so übernimmt der Klient die volle Haftung für allfälligen Ausfall oder Zahlungsverzug.

Der Agentur aus allfälligen Umverrechnungen entstehende Kosten (Risikoprüfung, Verwaltungsaufwand, Zinsaufwand bei Umverrechnung nach längerem Zeitraum) werden nach Realkosten bzw. in der Regel als Pauschale von EUR 35,00 plus ggfs. Zinsen auf die neu ausgestellte Rechnung gebucht. Es kann jedoch auch eine gesonderte Vorschreibung erfolgen.

Die Agentur ist berechtigt, Verrechnungen an abweichende Adressen ohne Angabe von Gründen abzulehnen. Die Agentur ist nicht zur Überprüfung allgemeiner Umstände der Ziel-Rechnungsadresse (z.B. Bonität) verpflichtet.

Die Agentur ist berechtigt, Tarife, Stundensätze oder laufende Lizenzgebühren, seien diese pauschal oder stückzahlbezogen, rückwirkend zum 1.1. eines jeden Jahres an die Steigerung des Verbraucherpreisindex (VPI) oder eines vergleichbaren öffentlichen Index des Vorjahres anzupassen. Liegt die Steigerung des naheliegendsten Kollektivvertrages (derzeit KV Werbung/Wien) oder die eines sonst für die Kostenstruktur der Agentur maßgeblich relevanten Index über dem VPI, so ist die Agentur berechtigt, den Index mit höherer Steigerung heranzuziehen.

Mit der Übergabe einer Forderung zum Inkasso bzw. zur sonstigen externen Betreuung werden bis dahin aufgelaufene Zinsen und Nebenkosten formal zum Bestandteil der Hauptforderung, weiter auflaufende Zinsen werden daher auf Basis dieser Summe berechnet.

9a. Zahlungen durch die Agentur

Zur rechtzeitigen Einhaltung von Zahlungszielen trotz nicht abgeschlossener Rechnungskontrollen nimmt die Agentur Zahlungen an Lieferanten nur unter Vorbehalt, insbesondere Reklamationen an Leistung, Lieferung oder an Rechnungspositionen und -höhe, vor. Zahlungen gelten somit ausdrücklich nicht als Anerkenntnis der Richtigkeit oder generellen Rechtmäßigkeit einer Rechnung vereinbart.

9b. Standard-Stundensätze

Die Agentur legt im Geschäftsverkehr je nach Vertragssituation variierende Stundensätze fest, die sowohl über als auch unter den Standard-Stundensätzen liegen können.

In nicht definierten Fällen werden die Standard-Stundensätze wie folgt herangezogen:

Geschäftsführer/Prokurist: EUR 275,- / Stunde

Unternehmensberatung (für deklarierte Unternehmensberatungsprojekte): EUR 275,- / Stunde

Beratung (Agenturbereich; z.B. Kundenkontakt, PR-Beratung, Fach-Organisation, Strategie), Kreativdirektion: EUR 200,- / Stunde

Senior Kreation & Konzeption: EUR 180,- / Stunde

Kreation (z.B. Grafik und RZ, Text, Kreativkonzeption; junior): EUR 150,- / Stunde

Produktionsüberwachung: EUR 200,- / Stunde

Assistenz physisch einfach EUR 95,- / Stunde

Stundensätze bemessen sich nach der jeweils höchsten anzuwendenden Kategorie. Für fremdsprachige Aufträge oder fachlich orientierte Sonderaufträge können abweichende Sätze gelten.

10. Gewährleistung und Schadenersatz

Der Klient hat allfällige Reklamationen innerhalb von drei Tagen nach Leistung durch die Agentur schriftlich geltend zu machen und zu begründen. Im Fall berechtigter und

rechtzeitiger Reklamation steht dem Klienten nur das Recht auf Verbesserung der Leistung durch die Agentur zu.

Aufgrund der wechselnden Tätigkeitsfelder der Agentur sind – im Rahmen der rechtlichen Zulässigkeit – vor allem bei Reklamationen ebenfalls die Usancen des Gewerbes des jeweiligen Fremdlieferanten oder der jeweilige Teil dessen AGB zu berücksichtigen, sodass der Agentur keine Benachteiligung entsteht.

Schadenersatzansprüche des Klienten, insbesondere wegen Verzug, Unmöglichkeit der Leistung, positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsabschluß, mangelhafter oder unvollständiger Leistung, Mängelfolgeschaden oder wegen unerlaubter Handlungen sind ausgeschlossen, soweit sie nicht auf Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit der Agentur beruhen.

Für die zur Bearbeitung oder Nutzung überlassenen Unterlagen, Vorlagen etc. des Klienten übernimmt die Agentur keinerlei Haftung.

11. Haftung

Die Agentur wird die ihr übertragenen Arbeiten unter Beachtung der allgemein anerkannten Rechtsgrundsätze durchführen und den Klienten rechtzeitig auf für sie erkennbare gewichtige Risiken hinweisen. Für die Einhaltung der gesetzlichen, insbesondere der kennzeichen- und wettbewerbsrechtlichen Vorschriften, sowie seiner branchen-/üblichen Rahmenbedingungen ist der Klient selbst verantwortlich, auch bei von der Agentur vorgeschlagenen Werbemaßnahmen. Er wird eine von der Agentur vorgeschlagene Werbemaßnahme (ein von der Agentur vorgeschlagenes Kennzeichen) erst dann freigeben, wenn er sich selbst betreffend der wettbewerbsrechtlichen bzw. kennzeichenrechtlichen Unbedenklichkeit vergewissert hat oder wenn er bereit ist, das mit der Durchführung der Werbemaßnahme (der Verwendung des Kennzeichens) verbundene Risiko selbst zu tragen.

Die Agentur nimmt grundsätzlich an, dass der Klient die notwendigen Rechte an der Agentur zur Verfügung gestellten Unterlagen erworben hat. Dies gilt auch für Unterlagen, die der Agentur durch Dritte (z.B. Druckereien, Grafikdesigner) zur Verfügung gestellt werden, besonders wenn dies auf Veranlassung, Anfrage oder Hinweis des Klienten erfolgt, oder die Agentur nach Auftrag des Klienten Unterlagen bei Dritten anfordert.

Insbesondere nimmt die Agentur an, dass der Klient im Falle von Designanpassungen, Facelifts und sonstigen Projekten auf Basis bestehender Gestaltungen die notwendigen Rechte, inklusive den Rechten zur Abänderung besitzt.

Entsprechende Rechte für Projekte gelten sinngemäß für das Projekt als kostenfrei an die Agentur übertragen. Die Agentur trifft keine Verpflichtung, diesbezügliche Rechteeinräumungen zu überprüfen oder den Klienten auf eine solche hinzuweisen.

Jegliche Haftung der Agentur für Ansprüche, die auf Grund der Werbemaßnahme (oder der Verwendung eines Kennzeichens) gegen den Klienten erhoben werden, wird ausdrücklich ausgeschlossen; insbesondere haftet die Agentur nicht für Prozesskosten, eigene Anwaltskosten des Klienten oder Kosten von

Urteilsveröffentlichungen sowie für allfällige Schadenersatzforderungen oder ähnliche Ansprüche Dritter.

Für den Fall, dass wegen der Durchführung einer Werbemaßnahme (oder der Verwendung eines Kennzeichens) die Agentur selbst in Anspruch genommen wird, hält der Klient die Agentur schad- und klaglos: Der Klient hat der Agentur somit sämtliche finanziellen oder sonstige Nachteile (einschließlich immaterieller Schäden) zu ersetzen, die der Agentur aus der Inanspruchnahme durch einen Dritten entstehen.

Führt die Agentur Andruckkontrolle, Produktionsüberwachung oder Produktionsbetreuung durch, so ist sie nicht generell für in der Produktion auftretende Fehler haftbar zu machen, sondern führt lediglich eine grobe Kontrolle der ordnungsgemäßen Ausführung sowie Farbabstimmung ohne spezifische Haftungsübernahme, etwa für inhaltliche Details, durch.

Abstimmung von Farben obliegt, insbesondere aufgrund der Verschiedenartigkeit von Bedruckstoffen etc., der Maßgabe des Mitarbeiters der Agentur, so kein Vertreter des Klienten anwesend ist.

Die Agentur haftet keinesfalls für klientenseitig frei gegebene Fehler, auch wenn Korrekturlese- und Lektoratsleistungen vereinbart werden. Eine diesbezügliche Haftung ist ausdrücklich und schriftlich zu vereinbaren, und nur zulässig, wenn Haftungsumfang und zumutbare Rechnungsabstiche/Pönalen je Fehler genau vereinbart werden. Korrektur- und Lektoratsleistungen entbinden den Auftraggeber keinesfalls von der Pflicht, eine Maßnahme zu prüfen und frei zu geben.

Eine Haftung, die den Wert der Eigenleistungen der Agentur überschreitet, ist in jedem Fall ausgeschlossen, ausgenommen es liegt Versicherungsschutz bzw. Deckung vor.

Für Fehler maßgeblich sind vom Klienten frei gegebene Vorlagen. Die Agentur ist berechtigt, in der Produktionsabwicklung ad hoc notwendige Entscheidungen im Sinne des Klienten nach Abwägung von Vor- und Nachteilen, insbesondere im Bezug auf Relevanz des Fehlers, Kosten und Lieferzeit zu treffen – beispielsweise Fortdruck trotz Entdeckung eines Fehlers, um die zeitgerechte Lieferung nicht zu gefährden. Allfällige Mehrkosten für eine von der Agentur veranlasste Behebung eines nachträglich entdeckten Fehlers sind vom Klienten zu übernehmen, auch wenn dieser Fehler vom Klienten frei gegeben wurde.

Deklariert die Agentur spezifische Haftungsausschlüsse oder Haftungsablehnungen in Offerten, etwa für Auslandsproduktionen, so trägt der Auftraggeber im Auftragsfall das volle Risiko für diese Produktionen und kann die Agentur keinesfalls in Anspruch nehmen oder Leistungen dieser einfordern. Der Auftraggeber ist daher jedenfalls zur Begleichung der diesbezüglichen Rechnungen verpflichtet, selbst wenn das Produkt Mängel aufweist. Die Agentur wird den Klienten im Falle mangelhafter Leistung durch den Leistungserbringer jedoch entsprechend unterstützen.

Die Agentur übernimmt keine Haftung für ihr von Klienten oder Dritten überlassene bzw. zur Verfügung gestellte Produkt- und Warenmuster und ist ungeachtet des

Einsatzzweckes zu keinem Schaden- oder Kostenersatz verpflichtet, sollten diese abhanden kommen, beschädigt oder benutzt werden.

Insbesondere bei Arbeiten außer Haus / on Location sowie bei sämtlichen Fotografiearbeiten (auch im Haus) wird keine Haftung für Datenverluste oder Technikausfall und daraus resultierende Folgeschäden übernommen. Hierzu ist eine gesonderte Versicherung (z.B. Datenversicherung, Produktionsversicherung) abzuschließen, deren Koordination die Agentur auf Aufforderung übernimmt. Die Agentur ist nicht zum Hinweis auf eine solche Option verpflichtet.

Die Haftung für beigestelltes Datenmaterial aller Art (z.B. Grafik- und Satzdokumente, EPS- und PDF-Daten, Logos im Allgemeinen) und in diesem auftretende Fehler trägt der Klient, auch wenn dieses gegebenenfalls von der Agentur weiter bearbeitet wird, ausgenommen die Fehler sind eindeutig und nachvollziehbar der Agentur zuzurechnen. Insbesondere für Mängel in Daten Dritter in Bezug auf Technik und Druckdatenerstellung (Farbraum und -wirkung, Auflösung, Schrifteinbettung, Interpretationsfehler, Lithografie, Druckvorstufe, Überdruckung u.a.) und die Auswirkung auf Arbeiten der Agentur wird agenturseitig keine Haftung übernommen. Dies betrifft auch Auswirkungen auf Produktionen, welche die Agentur durchführt. Die Agentur wird bemüht sein, ordentliche Sorgfalt in Form einer grundlegenden Prüfung walten zu lassen, weist jedoch ausdrücklich auf die Möglichkeit verdeckter bzw. nicht einfach erkennbarer Mängel in Daten Dritter hin, für die sie jegliche Haftung ablehnt, auch wenn eine grundlegende Prüfung durchgeführt und bestätigt wurde. Die Agentur ist darüber hinaus grundsätzlich berechtigt, beigestelltes Datenmaterial auch ungeprüft einzusetzen.

Es wird fest gehalten, dass insbesondere EPS-Daten und andere als solches aufgrund von Bezeichnung oder Format anzunehmende Daten als Feindaten angesehen werden. Es wird allgemein auf die teils nur eingeschränkte technische Prüfbarkeit von EPS-Daten und ähnlichen komplexen Datentypen (PDF, AI,...) vor der Druckvorstufe und/oder Reinzeichnung verwiesen.

Für zu spät eingelangte Daten haftet der Klient bzw. der Inserent. Die Agentur ist diesbezüglich zu keiner Urgenz von Daten verpflichtet.

An die Agentur gestellte Haftungsansprüche jeder Art, die auf e-Mails, welche in Kopie oder Blindkopie an die Agentur ergangen sind, oder auf übersehbaren Inhalten von e-Mail-Anhängen basieren, werden mit Verweis auf die nicht-Verpflichtung zur vollinhaltlichen Erfassung ausgeschlossen.

Für strategische Leistungen der Unternehmensberatung übernimmt die Agentur keine Haftung, insbesondere für Planungen, Strategien, Sanierungen oder allgemeine betriebswirtschaftliche Schritte, ausgenommen für Schadensdeckungs-Beträge, welche von einer Versicherung gedeckt werden. Sämtliche Maßnahmen und Konzepte sind vom Auftraggeber selbst oder durch einen von diesem beigezogenen Dritten vor Anwendung auf Tauglichkeit zu prüfen.

In einem Haftungsfall der Agentur – welcher Art auch immer – ist der Klient verpflichtet, die Agentur in allen Belangen der Abwicklung, z.B. mit einer etwaigen Versicherung zu unterstützen. Bei diesbezüglichem Verstoß, insbesondere nach mehrfacher Aufforderung der Agentur, verwirkt der Klient allfällige Ansprüche.

Die Agentur ist bestrebt, aber nicht verpflichtet, eine ununterbrochene Versicherungssituation insbesondere zur Haftpflicht, für Vermögensschäden und zum Rechtsschutz herzustellen. Allfällige Haftungen der Agentur für sämtliche Schäden werden jedenfalls auf die Deckungssummen der diesbezüglichen Versicherungen begrenzt, die diesbezüglichen Versicherungsbestätigungen sind unter https://www.cmmmg.at/vers-best_ps.pdf abrufbar. Zur detaillierten Umfangsklärung oder bei Nichterreichbarkeit ist jedoch Rücksprache mit der Agentur zu halten, welche die aktuellen Versicherungsunterlagen bei Bedarf im Detail vorlegt.

Liegt Versicherungsschutz mit Deckung eines Schadensfalles vor, so werden Haftungsbeschränkungen, insbesondere hinsichtlich Vermögensschäden und der Beschränkung auf den Wert der Eigenleistungen, auf das Maximum des Deckungsbetrages der Versicherung ausgeweitet. Im Fall, dass eine Leistung durch den Versicherer jedoch aus welchem Grund auch immer unterbleibt, gelten sämtliche Haftungsbeschränkungen dieser AGB in ihrer ursprünglichen Form.

Haftungen, die sich insbesondere aus Stellungnahmen und Informationen zu einzelnen Sachverhalten ableiten, werden nur nach ausdrücklicher Vereinbarung übernommen. Ein allfälliger Hinweis auf die Eigenschaft als Sachverständiger in der Korrespondenz ist für eine Haftungsübernahme nicht ausreichend.

12. Vertraulichkeit und Daten

Die Agentur behält sich vor, Klientendaten zu erfassen und diese ausschließlich für eigene Zwecke an ihre Erfüllungsgehilfen und im Sinne des Gläubigerschutzes zu übermitteln.

Die Agentur ist berechtigt, Klienten, erbrachte Leistungen und grobe Projektvolumina in Referenzlisten zu führen und diese an potenzielle Auftraggeber weiterzugeben.

Die Agentur ist zur angemessenen Geheimhaltung der Unternehmensinterna des Klienten verpflichtet, deren Veröffentlichung dem Klienten Schaden zufügen könnte. Die Agentur haftet nicht für kriminelle Akte, durch die solche Daten an Dritte gelangen könnten.

Auftraggeber werden darauf hingewiesen, dass im Falle von Public-Affairs-Projekten bzw. sonstigen Projekten, die unter das Lobbying- und Interessenvertretungs-Transparenz-Gesetz fallen, die entsprechenden Registermeldungen (Bekanntgabe des Auftraggebers sowie des dbz. Aufgabenbereiches der Agentur in der nicht unmittelbar öffentlich, sondern nur bei berechtigtem Interesse einsehbarer Abteilung A2) unmittelbar und ohne Verpflichtung der Agentur zur Information des Auftraggebers hierüber durchgeführt werden.

Die Agentur führt regelmäßige Sicherungen ihres Datenbestandes durch, haftet aber nicht für Verluste von Daten.

Die Agentur ist berechtigt, Daten im Sinne des Gläubigerschutzes zu verarbeiten und an Dritte zu übermitteln.

13. Anzuwendendes Recht

Auf die Rechtsbeziehungen zwischen dem Klienten und der Agentur ist ausschließlich österreichisches Recht anzuwenden.

14. Erfüllungsort und Gerichtsstand

Erfüllungsort sind Sitz bzw. Betriebsstandorte der Agentur und ggfs. ihrer Erfüllungsgehilfen. Als Gerichtsstand für alle sich mittelbar oder unmittelbar zwischen der Agentur und dem Klienten ergebenden Streitigkeiten werden für Sitz und für die Betriebs-Standorte der Agentur örtlich und sachlich zuständigen österreichischen Gerichte vereinbart, wobei der Agentur die entsprechende Wahl obliegt. Die Agentur ist auch berechtigt, ein anderes, für die Agentur oder den Klienten zuständiges Gericht anzurufen.

15. Gültigkeit

Diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen ersetzen alle vorangegangenen ab sofort und auf unbestimmte Zeit. Anpassungen der AGB sind jederzeit möglich.

Die angegebenen Honorarkonditionen sind – auch international – branchenüblich.

Urheberrechtshinweis: Unsere Website wird automatisiert auf Plagiierten überwacht. Eine Übernahme dieser AGB, etwa für eigene Verwendung stellt einen Rechtsverstoß dar, der geahndet wird. Zur Nutzung ist unsere ausdrückliche Zustimmung erforderlich.