

## AGB

### 1. Geltung

1.1. „Mario Boro | Agentur B.“ – im Folgenden als Werbeagentur bezeichnet – erbringt seine Leistungen ausschließlich auf der Grundlage der vorliegenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen. Diese gelten auch für alle künftigen Geschäftsbeziehungen, selbst wenn nicht ausdrücklich auf sie Bezug genommen wird.

1.2. Entgegenstehende oder von diesen Geschäftsbedingungen abweichende Bedingungen des Vertragspartners werden selbst bei Kenntnis nur dann wirksam, wenn sie von der Werbeagentur ausdrücklich anerkannt werden.

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

### 2. Vertragsabschluss

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

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

### 3. Leistungsumfang, Auftragsabwicklung und Mitwirkungspflichten des Kunden

3.1. Der Umfang der zu erbringenden Leistungen ergibt sich aus dem Auftrag des Kunden bzw. der Leistungsbeschreibung oder den Angaben im Vertrag. Nachträgliche Änderungen des Leistungsinhaltes bedürfen der Schriftform.

3.2. Alle Leistungen der Werbeagentur (insbesondere alle Vorentwürfe, Skizzen, Reinzeichnungen, Bürstenabzüge, Blaupausen und Farbabdrucke) sind vom Kunden zu überprüfen und binnen drei Tagen freizugeben. Bei nicht rechtzeitiger Freigabe gelten sie als vom Kunden genehmigt.

3.3. Der Kunde wird die Werbeagentur unverzüglich mit allen Informationen und Unterlagen versorgen, die für die Erbringung der Leistung erforderlich sind. Er wird es von allen Vorgängen informieren, die für die Durchführung des Auftrages von Bedeutung sind, auch wenn diese Umstände erst während der Durchführung des Auftrages bekannt werden. Der Kunde trägt den

Aufwand, der dadurch entsteht, dass Arbeiten infolge seiner unrichtigen, unvollständigen oder nachträglich geänderten Angaben von der Werbeagentur wiederholt werden müssen oder verzögert werden.

3.4. Der Kunde ist weiters verpflichtet, die für die Durchführung des Auftrages zur Verfügung gestellten Unterlagen (Fotos, Logos etc) auf eventuelle bestehende Urheber-, Kennzeichenrechte oder sonstige Rechte Dritter zu prüfen. Die Werbeagentur haftet nicht wegen einer Verletzung derartiger Rechte. Wird die Werbeagentur wegen einer solchen Rechtsverletzung in Anspruch genommen, so hält der Kunde die Werbeagentur schad- und klaglos; er hat ihm sämtliche Nachteile zu ersetzen, die ihr durch eine Inanspruchnahme Dritter entstehen.

### 4. Fremdleistungen / Beauftragung Dritter

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

4.2. Die Beauftragung von Besorgungsgehilfen erfolgt entweder im eigenen Namen oder im Namen des Kunden, in jedem Fall aber auf

Rechnung des Kunden.

4.3. Die Werbeagentur wird Besorgungsgehilfen sorgfältig auswählen und darauf achten, dass diese über die erforderliche fachliche Qualifikation verfügen.

### 5. Termine

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

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

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

### 6. Rücktritt vom Vertrag

Die Werbeagentur ist insbesondere zum Rücktritt vom Vertrag berechtigt, wenn - die Ausführung der Leistung aus Gründen, die der Kunde zu vertreten hat, unmöglich ist oder trotz Setzung einer Nachfrist weiter verzögert wird; - berechnete Bedenken hinsichtlich der Bonität des Kunden bestehen und dieser auf Begehren der Werbeagentur weder Vorauszahlungen leistet noch vor Leistung der Werbeagentur eine taugliche Sicherheit leistet.

### 7. Honorar

7.1. Wenn nichts anderes vereinbart ist, entsteht der Honoraranspruch der Werbeagentur für jede einzelne Leistung, sobald diese erbracht wurde. Die Werbeagentur ist berechtigt, zur Deckung seines Aufwandes Vorschüsse zu verlangen.

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

7.3. Kostenvoranschläge der Werbeagentur sind grundsätzlich unverbindlich. Wenn abzusehen ist, dass die tatsächlichen Kosten die von der Werbeagentur veranschlagten um mehr als 15% übersteigen, wird die Werbeagentur den Kunden auf die höheren Kosten hinweisen. Die Kostenüberschreitung gilt als vom Kunden genehmigt, wenn der Kunde nicht binnen drei Tagen nach diesem Hinweis schriftlich widerspricht und gleichzeitig kostengünstigere Alternativen bekannt gibt.

7.4. Für alle Arbeiten der Werbeagentur, die aus welchem Grund auch immer vom Kunden nicht zur Ausführung gebracht werden, gebührt der Werbeagentur eine angemessene Vergütung. Mit der Bezahlung dieser Vergütung erwirbt der Kunde an diesen Arbeiten keinerlei Rechte; nicht ausgeführte Konzepte, Entwürfe und sonstige Unterlagen sind vielmehr unverzüglich der Werbeagentur zurückzustellen.

### 8. Zahlung

8.1. Die Rechnungen der Werbeagentur werden netto Kassa ohne jeden Abzug ab Rechnungsdatum fällig und sind, sofern nicht anderes vereinbart wurde, promptly ab Erhalt der Rechnung zu bezahlen. Bei verspäteter Zahlung gelten Verzugszinsen in der Höhe von 7% als vereinbart. Gelieferte Waren bleiben bis zur vollständigen Bezahlung Eigentum der Werbeagentur.

8.2. Der Kunde verpflichtet sich, alle mit der Eintreibung der Forderung

verbundenen Kosten und Aufwände, wie insbesondere Inkassospesen oder sonstige für eine zweckentsprechende Rechtsverfolgung notwendige Kosten, zu tragen.

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

8.4. Der Kunde ist nicht berechtigt, mit eigenen Forderungen gegen Forderungen der Werbeagentur aufzurechnen, außer die Forderung des Kunden wurde von der Werbeagentur anerkannt oder gerichtlich festgestellt. Ein Zurückbehaltungsrecht des Kunden wird ausgeschlossen.

## 9. Präsentationen

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

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

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

9.4. Werden die im Zuge einer Präsentation eingebrachten Ideen und Konzepte für die Lösung von Kommunikationsaufgaben nicht in von der Werbeagentur gestalteten Werbemitteln verwertet, so ist die Werbeagentur berechtigt, die präsentierten Ideen und Konzepte anderweitig zu verwenden.

## 10. Konzept- und Ideenschutz

Hat der potentielle Kunde die Agentur vorab bereits eingeladen, ein Konzept zu erstellen, und kommt die Agentur dieser Einladung noch vor Abschluss des Hauptvertrages nach, so gilt nachstehende Regelung:

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

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

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

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

erreichen.

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

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

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

10.8. Der potentielle Kunde kann sich von seinen Verpflichtungen aus diesem Punkt durch Zahlung einer angemessenen Entschädigung zusätzlich 20 % Umsatzsteuer befreien. Die Befreiung tritt erst nach vollständigem Eingang der Zahlung der Entschädigung bei der Agentur ein.

## 11. Social Media Kanäle

11.1. Die Agentur weist den Kunden vor Auftragserteilung ausdrücklich darauf hin, dass die Anbieter von „Social-Media-Kanälen“ (z.B. facebook, im Folgenden kurz: Anbieter) es sich in ihren Nutzungsbedingungen vorbehalten, Werbeanzeigen und -auftritte aus beliebigen Grund abzulehnen oder zu entfernen. Die Anbieter sind demnach nicht verpflichtet, Inhalte und Informationen an die Nutzer weiterzuleiten. Es besteht daher das von der Agentur nicht kalkulierbare Risiko, dass Werbeanzeigen und -auftritte grundlos entfernt werden.

11.2. Im Fall einer Beschwerde eines anderen Nutzers wird zwar von den Anbietern die Möglichkeit einer Gegendarstellung eingeräumt, doch erfolgt auch in diesem Fall eine sofortige Entfernung der Inhalte. Die Wiedererlangung des ursprünglichen, rechtmäßigen Zustandes kann in diesem Fall einige Zeit in Anspruch nehmen. Die Agentur arbeitet auf der Grundlage dieser Nutzungsbedingungen der Anbieter, auf die sie keinen Einfluss hat, und legt diese auch dem Auftrag des Kunden zu Grunde. Ausdrücklich anerkennt der Kunde mit der Auftragserteilung, dass diese Nutzungsbedingungen die Rechte und Pflichten eines allfälligen Vertragsverhältnisses (mit-)bestimmen.

11.3. 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.

## 12. Eigentumsrecht und Urheberschutz

12.1. Alle Leistungen der Werbeagentur einschließlich jener aus Präsentationen (z.B. Anregungen, Ideen, Skizzen, Vorentwürfe, Skribbles, Reinzeichnungen, Konzepte, Negative, Dias), auch einzelne Teile daraus, bleiben ebenso wie die einzelnen Werkstücke und Entwurfsoriginale im Eigentum der Werbeagentur und können von der Werbeagentur jederzeit – insbesondere bei Beendigung des Vertragsverhältnisses – zurückverlangt werden. Der Kunde erwirbt durch Zahlung des Honorars nur das Recht der Nutzung (einschließlich Vervielfältigung) zum vereinbarten Zweck und im vereinbarten Nutzungsumfang. Das Bearbeitungsrecht und die Zurverfügungstellung von offenen Daten ist in den Honoraren nicht inkludiert (außer dies wird gesondert angeführt und auch verrechnet). Der Erwerb von Nutzungs- und Verwertungsrechten an Leistungen der Werbeagentur setzt in jedem Fall die vollständige Bezahlung der von der Werbeagentur dafür in Rechnung gestellten Honorare voraus.

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

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

12.4. Für die Nutzung von Leistungen der Werbeagentur bzw. von Werbemitteln, für die die Werbeagentur konzeptionelle oder gestalterische Vorlagen erarbeitet hat, ist nach Ablauf des Arbeitsvertrages mit der Werbeagentur bzw. der Geschäftsbeziehung unabhängig davon, ob diese Leistung urheberrechtlich geschützt ist oder nicht – ebenfalls die Zustimmung der Werbeagentur notwendig.

### 13. Kennzeichnung

13.1. Die Werbeagentur ist berechtigt, auf allen Werbemitteln und bei allen Werbemaßnahmen auf die Werbeagentur und allenfalls auf den Urheber hinzuweisen, ohne dass dem Kunden dafür ein Entgeltanspruch zusteht.

13.2. Die Werbeagentur ist vorbehaltlich des jederzeit möglichen Widerrufs des Kunden dazu berechtigt, auf eigenen Werbeträgern und insbesondere auf ihrem Internet-Website mit Namen und Firmenlogo auf die zum Kunden bestehende Geschäftsbeziehung hinzuweisen.

### 14. Gewährleistung und Schadenersatz

14.1. Der Kunde hat allfällige Reklamationen unverzüglich, jedenfalls jedoch innerhalb von drei Tagen nach Leistung durch die Werbeagentur geltend zu machen und zu begründen. Im Fall berechtigter und rechtzeitiger Reklamationen steht dem Kunden nur das Recht auf Verbesserung oder Austausch der Leistung durch die Werbeagentur zu.

14.2. Bei gerechtfertigter Mängelrüge werden die Mängel in angemessener Frist behoben, wobei der Kunde der Werbeagentur alle zur Untersuchung und Mängelbehebung erforderlichen Maßnahmen ermöglicht. Die Werbeagentur ist berechtigt, die Verbesserung der Leistung zu verweigern, wenn diese unmöglich ist, oder für die Werbeagentur mit einem unverhältnismäßig hohen Aufwand verbunden ist.

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

14.4. Schadenersatzansprüche des Kunden, insbesondere wegen Verzugs, Unmöglichkeit der Leistung, positiver Forderungsverletzung, Verschuldens bei Vertragsabschluss, mangelhafter oder unvollständiger Leistung, Mängelfolgeschadens oder wegen unerlaubter Handlungen sind ausgeschlossen, soweit sie nicht auf Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit der Werbeagentur beruhen.

14.5. Jeder Schadenersatzanspruch kann nur innerhalb von sechs Monaten ab Kenntnis des Schadens geltend gemacht werden.

14.6. Schadenersatzansprüche sind der Höhe nach mit dem Auftragswert exklusive Steuern begrenzt.

### 15. Haftung

15.1. Die Werbeagentur wird die ihm übertragenen Arbeiten unter Beachtung der allgemein anerkannten Rechtsgrundsätze durchführen und den Kunden rechtzeitig auf für die Werbeagentur erkennbare Risiken hinweisen. Jegliche Haftung der Werbeagentur für Ansprüche, die auf Grund der Werbemaßnahme (der Verwendung eines Kennzeichens) gegen den Kunden erhoben werden, wird ausdrücklich ausgeschlossen, wenn die Werbeagentur seine Hinweispflicht nachgekommen ist; insbesondere haftet die Werbeagentur nicht für Prozesskosten, eigene Anwaltskosten des Kunden oder Kosten von Ur-

teilsveröffentlichungen sowie für allfällige Schadenersatzforderungen oder ähnliche Ansprüche Dritter.

15.2. Die Werbeagentur haftet im Rahmen der gesetzlichen Vorschriften lediglich für Schäden, sofern ihm Vorsatz oder grobe Fahrlässigkeit nachgewiesen werden kann. Die Haftung für leichte Fahrlässigkeit ist ausgeschlossen. Das Vorliegen von grober Fahrlässigkeit hat der Geschädigte zu beweisen.

### 16. Datenschutz

Der Kunde erklärt sich ausdrücklich damit einverstanden, dass die Agentur die vom Kunden bekannt gegebenen Daten (Name, Adresse, E-Mail, Daten für Kontoüberweisung) für Zwecke der Vertragserfüllung und Betreuung des Kunden sowie für eigene Werbezwecke automationsunterstützt ermittelt, speichert und verarbeitet. Der Auftraggeber 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.

### 17. Anzuwendendes Recht

Auf die Rechtsbeziehungen zwischen dem Kunden und der Werbeagentur ist ausschließlich österreichisches Recht unter Ausschluss der internationalen Verweisungsnormen anzuwenden. Die Bestimmungen des UN-Kaufrechts finden keine Anwendung.

### 18. Erfüllungsort und Gerichtsstand

18.1. Erfüllungsort ist der Sitz der Werbeagentur.

18.2. Als Gerichtsstand für alle sich unmittelbar zwischen der Werbeagentur und dem Kunden ergebenden Streitigkeiten wird das für den Sitz der Werbeagentur örtlich und sachlich zuständige österreichische Gericht vereinbart.