

STR(AD)EGY

Agentur für Werbestrategie

ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN

der STRADEGY Werbeagentur GmbH

(Stand: 01.10.2022)

1. Geltung, Vertragsabschluss

1.1 Die STRADEGY Werbeagentur GmbH (im Folgenden „Agentur“) erbringt ihre Leistungen ausschließlich auf der Grundlage der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen (im Folgenden auch „AGB“). Diese gelten für alle Rechtsbeziehungen zwischen der Agentur und dem Kunden, selbst wenn nicht ausdrücklich auf sie Bezug genommen wird.

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

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

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

1.5 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 dem Sinn und Zweck am nächsten kommt, zu ersetzen.

1.6 Die Angebote der Agentur sind freibleibend und unverbindlich. Angebote der Agentur sind längstens für einen Zeitraum von vier Wochen ab dem Tag der Abgabe gültig. Satz-, Tipp- und Druckfehler im Angebot sind vorbehalten.

2. Social Media Kanäle

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

nung der Inhalte zu erreichen, kann die Agentur aber in keiner Art und Weise dafür einstehen, dass die beauftragte Kampagne auch jederzeit abrufbar ist.

3. Konzept- und Ideenschutz

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

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

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

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

3.4 Das Konzept enthält darüber hinaus auch 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 verleihen. Als Idee im Sinne dieser Vereinbarung werden insbesondere Werbeschlagwörter, Werbetexte, Grafiken, Illustrationen, Werbemittel, usw. angesehen, auch wenn sie keine Werkhöhe erreichen.

3.5 Dem Kunden ist eine Nutzung dieser von der Agentur im Rahmen des Konzeptes präsentierten kreativen Werbeideen, unabhängig davon, ob diese urheberrechtlichen Schutz genießen oder nicht, nur nach Maßgabe eines später abzuschließenden Hauptvertrages gestattet. Kommt es nicht zum Abschluss eines Hauptvertrages, ist (vorbehaltlich Punkt 3.7) jegliche Nutzung und/oder Verwertung der Ideen durch den Kunden und/oder Dritte untersagt.

3.6 Sofern der potentielle Kunde der Meinung ist, dass ihm von der Agentur Ideen präsentiert wurden, auf die er bereits vor der Präsentation selbst gekommen ist, so hat er dies der Agentur binnen 14 Werktagen nach dem Tag der Präsentation per E-Mail unter Anführung von relevanten 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.

3.7 Der potentielle Kunde darf die von der Agentur im Rahmen eines Konzeptes entwickelten Ideen ohne Abschluss eines Hauptvertrages nur dann wirtschaftlich nutzen und verwerten bzw. nutzen und verwerten lassen, wenn er diese der Agentur durch Zahlung einer angemessenen Entschädigung zuzüglich 20 % Umsatzsteuer abgibt. Die Höhe der Entschädigung ist von der Agentur nach freiem Ermessen festzulegen. Die Berechtigung zur Nutzung besteht erst nach vollständigem Eingang der Zahlung bei der Agentur.

STR(AD)EGY

Agentur für Werbestrategie

4. Leistungsumfang, Auftragsabwicklung und Mitwirkungspflichten des Kunden

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

4.2 Alle Leistungen der Agentur (insbesondere alle Vorentwürfe, Skizzen, Reinzeichnungen, Bürstenabzüge, Blaupausen, Kopien, Farbabbdrücke und elektronische Dateien) sind vom Kunden zu überprüfen und von ihm binnen drei Werktagen ab Eingang beim Kunden freizugeben. Bei nicht rechtzeitiger Freigabe gelten sie als vom Kunden genehmigt.

4.3 Der Kunde wird der Agentur zeitgerecht und vollständig alle Informationen, Daten und Unterlagen zugänglich machen, die für die Erbringung der Leistung erforderlich sind. Er wird sie von allen Umständen zeitgerecht 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.

4.4 Der Kunde ist weiters verpflichtet, die für die Durchführung des Auftrages zur Verfügung gestellten Unterlagen (Fotos, Logos, Grafiken, etc.) auf allfällige Urheber-, Marken-, Kennzeichenrechte oder sonstige Rechte Dritter zu prüfen (Rechteclearing) und garantiert, dass diese Unterlagen frei von Rechten Dritter sind und daher für den angestrebten Zweck eingesetzt werden können. Die Agentur haftet – jedenfalls im Innenverhältnis zum Kunden – nicht wegen einer Verletzung derartiger Rechte Dritter durch zur Verfügung gestellte Unterlagen. Wird die Agentur wegen einer solchen Rechtsverletzung von einem Dritten in Anspruch genommen, so hält der Kunde die Agentur schad- und klaglos; er hat ihr sämtliche Nachteile zu ersetzen, die ihr durch eine Inanspruchnahme Dritter entstehen; insbesondere übernimmt er die Kosten einer angemessenen rechtlichen Vertretung sowie sämtliche andere Verfahrenskosten. Der Kunde verpflichtet sich, die Agentur bei der Abwehr von allfälligen Ansprüchen Dritter mit größtmöglicher Sorgfalt zu unterstützen. Der Kunde stellt der Agentur hierfür unaufgefordert sämtliche Unterlagen und sonstige relevanten Informationen zeitgerecht zur Verfügung.

5. Fremdleistungen / Beauftragung Dritter

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

5.2 Die Beauftragung von Dritten im Rahmen einer Fremdleistung erfolgt entweder im eigenen Namen oder im Namen des Kunden. Die Agentur wird diesen Dritten sorgfältig auswählen und darauf achten, dass dieser über die erforderliche fachliche Qualifikation verfügt. Die Agentur weist ausdrücklich darauf hin, dass im Falle der Beauftragung von Dritten auch deren AGB für den Kunden verbindlich sind. Dies gilt etwa für die AGB der Film- und Musikwirtschaft, wenn die Agentur für den Kunden beispielsweise Filmproduktionen bei Dritten in Auftrag gibt.

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

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

6. Termine

6.1 Angegebene Liefer- oder Leistungsfristen gelten, sofern nicht ausdrücklich als verbindlich vereinbart, nur als annähernd und unverbindlich. Es handelt sich somit grundsätzlich um bloße Richtwerte, aus deren Überschreitung dem Kunden keinerlei Rechtsansprüche erwachsen. Verbindliche Terminabsprachen sind schriftlich festzuhalten bzw. von der Agentur schriftlich zu bestätigen.

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

6.3 Befindet sich die Agentur in Bezug auf einen verbindlichen Termin 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 fruchtlos verstrichen ist. Schadenersatzansprüche des Kunden wegen Nichterfüllung oder Verzug sind ausgeschlossen, ausgenommen bei Nachweis von Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit.

6.4 Voraussetzung für die Einhaltung verbindlich vereinbarter Leistungs- oder Liefertermine ist der rechtzeitige, d.h. zu den von der Agentur angegebenen Terminen, Eingang sämtlicher notwendiger Unterlagen bzw. sonstiger Angaben, die zur zeitgerechten Erfüllung des Auftrages von Seiten des Kunden bereitgestellt bzw. bekannt gegeben werden müssen. Leistungs- oder Lieferverzögerungen, die durch nicht (termingerecht) zur Verfügung gestellte, unrichtige, unvollständige oder nachträglich geänderte Unterlagen bzw. sonstige relevante Angaben entstehen, sind nicht von der Agentur zu vertreten und berechtigen den Kunden auch nicht zum Rücktritt oder zur vorzeitigen Auflösung.

7. Vorzeitige Auflösung

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

- a) die Ausführung der Leistung aus Gründen, die der Kunde zu vertreten hat, unmöglich wird oder trotz Setzung einer Nachfrist von 14 Tagen weiter verzögert wird;
- b) der Kunde fortgesetzt, trotz schriftlicher Abmahnung mit einer Nachfristsetzung von 14 Tagen, gegen wesentliche vertragliche Verpflichtungen, wie z.B. Zahlung eines fällig gestellten Betrages oder Mitwirkungspflichten, verstößt;
- c) berechtigte Bedenken hinsichtlich der Bonität des Kunden bestehen und dieser auf Begehren der Agentur weder Vorauszahlungen leistet noch vor Leistung der Agentur eine taugliche Sicherheit leistet.

7.2 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 vertragliche Bestimmungen verstößt.

8. Honorar

8.1 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 € 7.000,- oder solchen, die sich über einen längeren Zeitraum erstrecken, ist die Agentur während der Laufzeit des Auftrages jederzeit berechtigt, Zwischenabrechnungen bzw. Vorausrechnungen zu erstellen oder Akontozahlungen abzurufen.

STR(AD)EGY

Agentur für Werbestrategie

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

8.3 Der potentielle Kunde verpflichtet sich, für die von der Agentur erbrachten Leistungen jedenfalls ein angemessenes Entgelt zuzüglich Umsatzsteuer im gesetzlichen Ausmaß zu leisten. Dieses angemessene Entgelt steht der Agentur jedenfalls auch dann zu, wenn der potentielle Kunde der Agentur nach erfolgter Präsentation keinen Auftrag erteilt (Abschlagshonorar siehe Punkt 8.6).

8.4 Die Agentur hat neben ihrem Anspruch auf Honorar überdies Anspruch auf Ersatz der im Zuge der Auftragsabwicklung anfallenden Auslagen (Reise-, Transport- und Materialkosten, Lizenzentgelte etc.). Umfasst der Auftrag die Beauftragung und Betreuung von Fremddienstleistungen jedweder Art (wie beispielsweise Radio-, TV- oder Social-Media-Werbung), sind die dafür anfallenden Entgelte und Kosten nach Wahl der Agentur entweder von der Agentur zu bevorschussen oder vom Kunden direkt an den beauftragten Dritten zu bezahlen.

8.4 Kostenvoranschläge 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 Kunden 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 § 1168 ABGB wird einvernehmlich ausgeschlossen. Mit der Bezahlung des Entgelts erwirbt der Kunde an bereits erbrachten Arbeiten keinerlei Nutzungs- oder Verwertungsrechte; nicht ausgeführte Konzepte, Entwürfe und sonstige Unterlagen sind vielmehr unverzüglich der Agentur zurückzustellen.

8.6 Das Abschlagshonorar wird mit einem Pauschalbetrag in Höhe von € 2.500,00 festgelegt. Sollten der Agentur im Zuge der Konzepterstellung und Präsentation höhere Kosten entstanden sein, hat diese für die erbrachten Leistungen zusätzlich einen Anspruch auf Entgelt in angemessener Höhe.

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 Teilrechnungen sowie für die Weiterverrechnung sämtlicher Barauslagen und sonstiger Aufwendungen. Die von der Agentur gelieferte Ware bleibt bis zur vollständigen Bezahlung des Entgelts einschließlich aller Nebenverbindlichkeiten im Eigentum der Agentur.

9.2 Bei Zahlungsverzug des Kunden gelten die gesetzlichen Verzugszinsen in der für Unternehmengeschäfte geltenden Höhe. Weiters verpflichtet sich der Kunde für den Fall des Zahlungsverzugs, der Agentur die entstehenden Mahn- und Inkassospesen, soweit sie zur zweckentsprechenden Rechtsverfolgung notwendig sind, zu ersetzen. Dies umfasst jedenfalls die Kosten zweier Mahnschreiben in marktüblicher Höhe von derzeit zumindest € 20,00 je Mahnung 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. Weiters ist die Agentur nicht verpflichtet, weitere Leistungen bis zur Begleichung des aushaftenden Betrages zu erbringen (Zurückbehaltungsrecht). Die Verpflichtung zur Entgeltzahlung bleibt davon unberührt.

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

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

10. Eigentumsrecht und Urheberrecht

10.1 Alle Leistungen der Agentur, einschließlich jener aus Präsentationen (z.B. Anregungen, Ideen, Skizzen, Vorentwürfe, Scribbles, Zeichnungen, 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 des Vertragsverhältnisses - zurückverlangt werden. Der Kunde erwirbt durch Zahlung des Honorars ein nicht exklusives Nutzungsrecht für den vereinbarten Verwendungszweck. Mangels anderslautender Vereinbarung darf der Kunde die Leistungen der Agentur jedoch ausschließlich in Österreich nutzen. Der Erwerb von Nutzungs- und Verwertungsrechten an Leistungen der Agentur setzt in jedem Fall die vollständige Bezahlung der von der Agentur dafür in Rechnung gestellten Honorare voraus.

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

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 gesonderte angemessene Vergütung zu.

10.4 Für die Nutzung von Leistungen der Agentur bzw. von Werbemitteln, für die die Agentur konzeptionelle oder gestalterische Vorlagen erarbeitet hat, ist nach Ablauf des Agenturvertrages unabhängig davon, ob diese Leistung urheberrechtlich geschützt ist oder nicht, ebenfalls die Zustimmung der Agentur notwendig. Selbiges gilt, wenn im Zuge einer Auftragserteilung des Kunden eine zeitlich beschränkte Nutzung vereinbart wird.

10.5 Für Nutzungen gemäß Abs. 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 bezahlen.

10.6 Der Kunde hat der Agentur für jede widerrechtliche Nutzung eine Vergütung in doppelter Höhe des für diese Nutzung angemessenen Honorars zu bezahlen und er verpflichtet sich im Falle einer Beanspruchung der Agentur durch Dritte, die Agentur vollumfänglich schad- und klaglos zu halten; er hat sämtliche Nachteile zu ersetzen, insbesondere die Kosten einer angemessenen rechtlichen Vertretung.

10.7 Verwendet die Agentur im Zuge der Auftragsabwicklung Content Dritter (wie etwa Stockfotos, Musikstücke etc.), wird sie den Kunden darauf hinweisen. Für die Lizenzierung, insbesondere dass die jeweilige Lizenz den gewünschten Verwendungszweck abdeckt, ist der Kunde selbst verantwortlich, sofern er der Agentur nicht einen gesonderten Auftrag dafür erteilt.

STR(AD)EGY

Agentur für Werbestrategie

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 berechtigt, auf eigenen Werbeträgern und insbesondere auf ihrer Internet-Website mit Namen und Firmenlogo auf die zum Kunden bestehende oder vormalige Geschäftsbeziehung hinzuweisen (Referenzhinweis).

12. Gewährleistung

12.1 Die Agentur gewährleistet die ordnungsgemäße Durchführung der vom Kunden in Auftrag gegebenen Leistungen. Der Kunde hat allfällige Mängel unverzüglich, jedenfalls innerhalb von acht Werktagen nach Lieferung/Leistung durch die Agentur sowie verdeckte Mängel innerhalb von acht Werktagen nach Erkennen derselben, schriftlich unter Beschreibung des Mangels der Agentur anzuzeigen; andernfalls gilt die Leistung als genehmigt. In diesem Fall sind die Geltendmachung von Gewährleistungs- und Schadenersatzansprüchen sowie das Recht auf Irrtumsanfechtung aufgrund von Mängeln ausgeschlossen.

12.2 Im Fall einer berechtigten und rechtzeitigen Mängelrüge steht dem Kunden das Recht auf Verbesserung oder Austausch der Lieferung/Leistung durch die Agentur zu. Die Agentur wird die Mängel in angemessener Frist beheben, wobei der Kunde der Agentur alle zur Untersuchung und Mängelbeseitigung erforderlichen Maßnahmen ermöglicht. Die Agentur ist berechtigt, die Verbesserung der Leistung zu verweigern, wenn diese unmöglich oder für die Agentur mit einem unverhältnismäßig hohen Aufwand verbunden ist. In diesem Fall stehen dem Kunden die gesetzlichen Wandlungs- oder Minderungsrechte zu. Die Gewährleistung ist am Sitz der Agentur zu erbringen. Die Übermittlung mangelhafter (körperlicher) Sachen an die Agentur obliegt daher dem auf eigene Kosten.

12.3 Der Kunde ist verpflichtet, die für die Durchführung des Auftrages erforderlichen Unterlagen auf eventuell bestehende Urheber-, Kennzeichenrechte oder sonstige Rechte Dritter zu prüfen. Es obliegt auch dem Kunden, die Leistung selbst auf ihre rechtliche, insbesondere wettbewerbs-, marken-, urheber- und verwaltungsrechtliche Zulässigkeit zu prüfen. Die Agentur ist nur zu einer Grobprüfung der rechtlichen Zulässigkeit verpflichtet und haftet bei für Rechtsverletzungen nur bei Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit, deren Vorliegen der Kunde zu beweisen hat.

12.4 Die Gewährleistungsfrist beträgt sechs Monate ab Lieferung/Leistung. Das Recht zum Regress gegenüber der Agentur gemäß § 933b ABGB ist ausgeschlossen. Der Kunde ist nicht berechtigt, Zahlungen wegen Bemängelungen zurückzuhalten. Die Vermutungsregelung des § 924 ABGB wird einvernehmlich ausgeschlossen.

13. Haftung und Produkthaftung

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

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 allfällige Schadenersatzforderungen oder sonstige Ansprüche Dritter; der Kunde hat die Agentur diesbezüglich schad- und klaglos zu halten.

13.3 Schadenersatzansprüche, gleich aus welchem Rechtsgrund, sind soweit gesetzlich zulässig der Höhe nach mit 50 % des jeweiligen Netto-Auftragswerts der verrechneten Eigenleistungen (wie z.B. Provisionen) begrenzt. Klargestellt wird, dass Kosten für Fremdleistungen wie Media-Kosten, Druckkosten, Produktionskosten für Werbeartikel, usw. nicht unter Eigenleistungen der Agentur fallen.

14. Datenschutz

14.1 Der Kunde stimmt zu, dass seine persönlichen Daten, nämlich Name/Firma, Beruf, Firmenbuchnummer, Vertretungsbefugnisse, Ansprechperson, Geschäftsanschrift und sonstige Adressen des Kunden, Telefonnummer, Telefaxnummer, E-Mail-Adresse, Bankverbindungen, UID-Nummer zum Zwecke der Vertragserfüllung und Betreuung des Kunden sowie für eigene Werbezwecke, beispielsweise zur Zusendung von Angeboten, Werbeprospekten und Newsletter (in Papier- und elektronischer Form), sowie zum Zwecke des Hinweises auf die zum Kunden bestehende oder vormalige Geschäftsbeziehung (Referenzhinweis) automationsunterstützt ermittelt, gespeichert und verarbeitet werden. Der Kunde ist einverstanden, dass ihm elektronische Post zu Werbezwecken bis auf Widerruf zugesendet wird.

14.2 Diese Zustimmung kann jederzeit schriftlich mittels E-Mail, Telefax oder Brief an die im Kopf der AGB angeführten Kontaktdaten widerrufen werden.

14.3 Der Kunde garantiert, dass er etwaige von ihm überlassene personenbezogene Daten Dritter der Agentur rechtmäßig zur Verfügung stellt, insbesondere also eine rechtswirksame Einwilligung der Betroffenen vorliegt. Für Schäden oder sonstige Vermögensnachteile, die der Agentur aus einer solcherart vom Kunden veranlassten Datenschutzverletzung resultieren, hält dieser die Agentur vollkommen schad- und klaglos.

15. Anzuwendendes Recht

Alle abgeschlossenen Verträge und daraus abgeleitete wechselseitige Rechte und Pflichten sowie Ansprüche zwischen der Agentur und dem Kunden unterliegen dem österreichischen materiellen Recht unter Ausschluss seiner Verweisungsnormen und des UN- Kaufrechts.

16. Erfüllungsort und Gerichtsstand

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

16.2 Als Gerichtsstand für alle sich zwischen der Agentur und dem Kunden ergebenden Rechtsstreitigkeiten wird das für den Sitz der Agentur in 8564 Söding-St. Johann sachlich zuständige Gericht vereinbart. Ungeachtet dessen ist die Agentur berechtigt, den Kunden an seinem allgemeinen Gerichtsstand zu klagen.

17. Schlussbestimmung

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