

ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN
der
iXmedia KG, Lacknerwinkel 76, 5325 Plainfeld

1. Geltung, Vertragsabschluss

- 1.1 Die iXmedia KG (im Folgenden „Werbeagentur“) erbringt ihre Leistungen ausschließlich auf der Grundlage der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB). Diese gelten für alle Rechtsbeziehungen zwischen der Werbeagentur und dem Kunden, selbst wenn nicht ausdrücklich auf sie Bezug genommen wird. Die AGB sind ausschließlich für Rechtsbeziehung mit Unternehmern anwendbar, sohin B2B.
- 1.2 Maßgeblich ist jeweils die zum Zeitpunkt des Vertragsabschlusses gültige Fassung. Abweichungen von diesen sowie sonstige ergänzende Vereinbarungen mit dem Kunden sind nur wirksam, wenn sie von der Werbeagentur schriftlich bestätigt werden.
- 1.3 Allfällige Geschäftsbedingungen des Kunden werden, selbst bei Kenntnis, nicht akzeptiert, sofern nicht im Einzelfall ausdrücklich und schriftlich anderes vereinbart wird. AGB des Kunden widerspricht die Werbeagentur ausdrücklich. Eines weiteren Widerspruchs gegen AGB des Kunden durch die Werbeagentur bedarf es nicht.
- 1.4 Änderungen der AGB werden dem Kunden bekannt gegeben und gelten als vereinbart, wenn der Kunde den geänderten AGB nicht schriftlich binnen 14 Tagen widerspricht; auf die Bedeutung des Schweigens wird der Kunde in der Verständigung ausdrücklich hingewiesen.
- 1.5 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 Werbeagentur sind freibleibend und unverbindlich.

2. Social Media Kanäle

Die Werbeagentur 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 beliebigem Grund abzulehnen oder zu entfernen. Die Anbieter sind demnach nicht verpflichtet, Inhalte und Informationen an die Nutzer weiterzuleiten. Es besteht daher das von der Werbeagentur 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 Werbeagentur arbeitet auf der Grundlage dieser Nutzungsbedingungen der Anbieter, auf die sie keinen Einfluss hat, und legt diese auch dem Auftrag des Kunden zu Grunde. Ausdrücklich anerkennt der Kunde mit der Auftragserteilung, dass diese Nutzungsbedingungen die Rechte und Pflichten eines allfälligen Vertragsverhältnisses (mit-)bestimmen.

Die Werbeagentur 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 Werbeagentur aber nicht dafür einstehen, dass die beauftragte Kampagne auch jederzeit abrufbar ist.

3. Konzept- und Ideenschutz

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

- 3.1 Bereits durch die Einladung und die Annahme der Einladung durch die Werbeagentur treten der potentielle Kunde und die Werbeagentur in ein Vertragsverhältnis („Pitching-Vertrag“). Auch diesem Vertrag liegen die AGB zu Grunde.
- 3.2 Der potentielle Kunde anerkennt, dass die Werbeagentur 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 Werbeagentur ist dem potentiellen Kunden schon aufgrund des Urheberrechtsgesetzes nicht gestattet.
- 3.4 Das Konzept enthält darüber hinaus werberelevante **Ideen**, die keine Werkhöhe erreichen und damit nicht den Schutz des Urheberrechtsgesetzes genießen. Diese Ideen stehen am Anfang jedes Schaffensprozesses und können als zündender Funke alles später Hervorgebrachten und somit als Ursprung von Vermarktungsstrategie definiert werden. Daher sind jene Elemente des Konzeptes geschützt, die einzigartig sind und der Vermarktungsstrategie ihre charakteristische Prägung geben. Als Idee im Sinne dieser Vereinbarung werden insbesondere Werbeschlagwörter, Werbetexte, Grafiken und Illustrationen, Werbemittel usw. angesehen, auch wenn sie keine Werkhöhe erreichen.
- 3.5 Der potentielle Kunde verpflichtet sich, es zu unterlassen, diese von der Werbeagentur im Rahmen des Konzeptes präsentierten, kreativen Werbeideen außerhalb des Korrektivs eines später abzuschließenden Hauptvertrages, wirtschaftlich zu verwerten bzw. verwerten zu lassen oder zu nutzen bzw. nutzen zu lassen.**
- 3.6 Sofern der potentielle Kunde der Meinung ist, dass ihm von der Werbeagentur Ideen präsentiert wurden, auf die er bereits vor der Präsentation gekommen ist, so hat er dies der Werbeagentur binnen 14 Tagen nach dem Tag der Präsentation per E-Mail unter Anführung von Beweismitteln, die eine zeitliche Zuordnung erlauben, bekannt zu geben.
- 3.7 Im gegenteiligen Fall gehen die Vertragsparteien davon aus, dass die Werbeagentur dem potentiellen Kunden eine für ihn neue Idee präsentiert hat. Wird die Idee vom Kunden verwendet, so ist davon auszugehen, dass die Werbeagentur dabei verdienstlich wurde.
- 3.8 Der potentielle Kunde kann sich von seinen Verpflichtungen aus diesem Punkt durch Zahlung einer angemessenen Entschädigung zuzüglich 20 % Umsatzsteuer befreien. Die Befreiung tritt erst nach vollständigem Eingang der Zahlung der Entschädigung bei der Werbeagentur ein.

4. Leistungsumfang, Auftragsabwicklung und Mitwirkungspflichten des Kunden

- 4.1 Der Umfang der zu erbringenden Leistungen ergibt sich aus der Leistungsbeschreibung im Werbeagenturvertrag oder einer allfälligen Auftragsbestätigung durch die Werbeagentur, sowie dem allfälligen Briefingprotokoll („Angebotsunterlagen“). Nachträgliche Änderungen des Leistungsinhaltes bedürfen der schriftlichen Bestätigung durch die Werbeagentur. Innerhalb des vom Kunden vorgegeben Rahmens besteht bei der Erfüllung des Auftrages Gestaltungsfreiheit der Werbeagentur.
- 4.2 Alle Leistungen der Werbeagentur (insbesondere alle Vorentwürfe, Skizzen, Reinzeichnungen, Bürstenabzüge, Blaupausen, Kopien, Farbabdrucke 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 Werbeagentur zeitgerecht und vollständig alle Informationen und Unterlagen zugänglich machen, die für die Erbringung der Leistung erforderlich sind. Er wird sie von allen Umständen informieren, die für die Durchführung des Auftrages von Bedeutung sind, auch wenn diese erst während der Durchführung des Auftrages bekannt werden. Der Kunde trägt den Aufwand, der dadurch entsteht, dass Arbeiten infolge seiner unrichtigen, unvollständigen oder nachträglich geänderten Angaben von der Werbeagentur 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 etc.) auf allfällige Urheber-, Marken-, Kennzeichenrechte oder sonstige Rechte Dritter zu prüfen (Rechteclearing) und garantiert, dass die Unterlagen frei von Rechten Dritter sind und daher für den angestrebten Zweck eingesetzt werden können. Die Werbeagentur haftet im Falle bloß leichter Fahrlässigkeit oder nach Erfüllung ihrer Warnpflicht – jedenfalls im Innenverhältnis zum Kunden - nicht wegen einer Verletzung derartiger Rechte Dritter durch zur Verfügung gestellte Unterlagen. Wird die Werbeagentur wegen einer solchen Rechtsverletzung von einem Dritten in Anspruch genommen, so hält der Kunde die Werbeagentur schad- und klaglos; er hat ihr sämtliche Nachteile zu ersetzen, die ihr durch eine Inanspruchnahme Dritter entstehen, insbesondere die Kosten einer angemessenen rechtlichen Vertretung. Der Kunde verpflichtet sich, die Werbeagentur bei der Abwehr von allfälligen Ansprüchen Dritter zu unterstützen. Der Kunde stellt der Werbeagentur hierfür unaufgefordert sämtliche Unterlagen zur Verfügung.

5. Fremdleistungen / Beauftragung Dritter

- 5.1 Die Werbeagentur 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 Werbeagentur wird diesen Dritten sorgfältig auswählen und darauf achten, dass dieser über die erforderliche fachliche Qualifikation verfügt.
- 5.3 In Verpflichtungen gegenüber Dritten, die über die Vertragslaufzeit hinausgehen, hat der Kunde einzutreten. Das gilt ausdrücklich auch im Falle einer Kündigung des Werbeagenturvertrages aus wichtigem Grund.

6. Termine

- 6.1 Angegebene Liefer- oder Leistungsfristen gelten, sofern nicht ausdrücklich als verbindlich vereinbart, nur als annähernd und unverbindlich. Verbindliche Terminabsprachen sind schriftlich festzuhalten bzw. von der Werbeagentur schriftlich zu bestätigen.
- 6.2 Verzögert sich die Lieferung/Leistung der Werbeagentur 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 Werbeagentur berechtigt, vom Vertrag zurückzutreten.
- 6.3 Befindet sich die Werbeagentur in Verzug, so kann der Kunde vom Vertrag nur zurücktreten, nachdem er der Werbeagentur 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.

7. Vorzeitige Auflösung

- 7.1 Die Werbeagentur 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 Verpflichtungen aus diesem Vertrag, wie z.B. Zahlung eines fällig gestellten Betrages oder Mitwirkungspflichten, verstößt.
 - c) berechtigte Bedenken hinsichtlich der Bonität des Kunden bestehen und dieser auf Begehren der Werbeagentur weder Vorauszahlungen leistet noch vor Leistung der Werbeagentur 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 Werbeagentur fortgesetzt, trotz schriftlicher Abmahnung mit einer angemessenen Nachfrist von zumindest 14 Tagen zur Behebung des Vertragsverstoßes gegen wesentliche Bestimmungen aus diesem Vertrag verstößt.

8. Honorar

- 8.1 Wenn nichts anderes vereinbart ist, entsteht der Honoraranspruch der Werbeagentur für jede einzelne Leistung, sobald diese erbracht wurde. Die Werbeagentur ist berechtigt, zur Deckung ihres Aufwandes Vorschüsse zu verlangen. Ab einem Auftragsvolumen mit einem (jährlichen) Budget von € 12.000,-- oder solchen, die sich über einen längeren Zeitraum erstrecken ist die Werbeagentur berechtigt, Zwischenabrechnungen bzw. Vorausrechnungen zu erstellen oder Akontozahlungen abzurufen.
- 8.2 Das Honorar versteht sich als Netto-Honorar zuzüglich der Umsatzsteuer in gesetzlicher Höhe. Mangels Vereinbarung im Einzelfall hat die Werbeagentur für die erbrachten Leistungen und die Überlassung der urheber- und kennzeichenrechtlichen Nutzungsrechte Anspruch auf Honorar in der marktüblichen Höhe.

- 8.3 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.
- 8.4 Kostenvoranschläge der Werbeagentur sind unverbindlich. Wenn abzusehen ist, dass die tatsächlichen Kosten die von der Werbeagentur schriftlich 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 Werktagen nach diesem Hinweis schriftlich widerspricht und gleichzeitig kostengünstigere Alternativen bekannt gibt. Handelt es sich um eine Kostenüberschreitung bis 15 % ist eine gesonderte Verständigung nicht erforderlich. Diese Kostenvoranschlagsüberschreitung gilt vom Auftraggeber von vornherein als genehmigt.
- 8.5 Wenn der Kunde in Auftrag gegebene Arbeiten ohne Einbindung der Werbeagentur - unbeschadet der laufenden sonstigen Betreuung durch diese - einseitig ändert oder abbricht, hat er der Werbeagentur die bis dahin erbrachten Leistungen entsprechend der Honorarvereinbarung zu vergüten und alle angefallenen Kosten zu erstatten. Sofern der Abbruch nicht durch eine grob fahrlässige oder vorsätzliche Pflichtverletzung der Werbeagentur begründet ist, hat der Kunde der Agentur darüber hinaus das gesamte für diesen Auftrag vereinbarte Honorar (Provision) zu erstatten, wobei die Anrechnungsvergütung des § 1168 ABGB ausgeschlossen wird. Weiters ist die Agentur bezüglich allfälliger Ansprüche Dritter, insbesondere von Auftragnehmern der Agentur, schad- und klaglos zu stellen. Mit der Bezahlung des Entgelts erwirbt der Kunde an bereits erbrachten Arbeiten keinerlei Nutzungsrechte; nicht ausgeführte Konzepte, Entwürfe und sonstige Unterlagen sind vielmehr unverzüglich der Agentur zurückzustellen.

9. Zahlung, Eigentumsvorbehalt

- 9.1 Das Honorar ist sofort mit Rechnungserhalt und ohne Abzug zur Zahlung fällig, sofern nicht im Einzelfall besondere Zahlungsbedingungen schriftlich vereinbart werden. Dies gilt auch für die Weiterverrechnung sämtlicher Barauslagen und sonstiger Aufwendungen. Die von der Werbeagentur gelieferte Ware bleibt bis zur vollständigen Bezahlung des Entgelts einschließlich aller Nebenverbindlichkeiten im Eigentum der Werbeagentur.
- 9.2 Bei Zahlungsverzug des Kunden gelten die gesetzlichen Verzugszinsen in der für Unternehmensgeschäfte geltenden Höhe. Weiters verpflichtet sich der Kunde für den Fall des Zahlungsverzuges, der Werbeagentur 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 Werbeagentur sämtliche, im Rahmen anderer mit dem Kunden abgeschlossener Verträge, erbrachten Leistungen und Teilleistungen sofort fällig stellen.
- 9.4 Weiters ist die Werbeagentur nicht verpflichtet, weitere Leistungen bis zur Begleichung des aushaftenden Betrages zu erbringen (Zurückbehaltungsrecht). Die Verpflichtung zur Entgeltzahlung bleibt davon unberührt.

- 9.5 Wurde die Bezahlung in Raten vereinbart, so behält sich die Werbeagentur für den Fall der nicht fristgerechten Zahlung von Teilbeträgen oder Nebenforderungen das Recht vor, die sofortige Bezahlung der gesamten noch offenen Schuld zu fordern (Terminverlust).
- 9.6 Der Kunde ist nicht berechtigt, mit eigenen Forderungen gegen Forderungen der Werbeagentur aufzurechnen, außer die Forderung des Kunden wurde von der Werbeagentur schriftlich anerkannt oder gerichtlich festgestellt.

10. Eigentumsrecht und Urheberrecht

- 10.1 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 das Recht der Nutzung für den vereinbarten Verwendungszweck. Mangels anderslautender Vereinbarung darf der Kunde die Leistungen der Werbeagentur jedoch ausschließlich in Österreich nutzen. 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. Nutzt der Kunde bereits vor diesem Zeitpunkt die Leistungen der Werbeagentur, so beruht diese Nutzung auf einem jederzeit widerrufbaren Leihverhältnis.
- 10.2 Änderungen bzw. Bearbeitungen von Leistungen der Werbeagentur, wie insbesondere deren Weiterentwicklung durch den Kunden oder durch für diesen tätige Dritte, sind nur mit ausdrücklicher Zustimmung der Werbeagentur und - soweit die Leistungen urheberrechtlich geschützt sind - des Urhebers zulässig.
- 10.3 Für die Nutzung von Leistungen der Werbeagentur, die über den ursprünglich vereinbarten Zweck und Nutzungsumfang hinausgehen, ist - unabhängig davon, ob diese Leistungen urheberrechtlich geschützt sind - die Zustimmung der Werbeagentur erforderlich. Dafür steht der Werbeagentur und dem Urheber eine gesonderte angemessene Vergütung zu.
- 10.4 Für die Nutzung von Leistungen der Werbeagentur bzw. von Werbemitteln, für die die Werbeagentur konzeptionelle oder gestalterische Vorlagen erarbeitet hat, ist nach Ablauf des Werbeagenturvertrages unabhängig davon, ob diese Leistung urheberrechtlich geschützt ist oder nicht - ebenfalls die Zustimmung der Werbeagentur notwendig.
- 10.5 Für Nutzungen gemäß Abs 4. steht der Werbeagentur im 1. Jahr nach Vertragsende ein Anspruch auf die volle im abgelaufenen Vertrag vereinbarte Werbeagenturvergütung 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 Werbeagenturvergütung mehr zu zahlen.
- 10.6 Der Kunde haftet der Werbeagentur für jede widerrechtliche Nutzung in doppelter Höhe des für diese Nutzung angemessenen Honorars.

11. Kennzeichnung

- 11.1 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.

- 11.2 Die Werbeagentur ist vorbehalten 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 Der Kunde hat allfällige Mängel unverzüglich, jedenfalls innerhalb von acht Tagen nach Lieferung/Leistung durch die Werbeagentur, verdeckte Mängel innerhalb von acht Tagen nach Erkennen derselben, schriftlich unter Beschreibung des Mangels anzuzeigen; andernfalls gilt die Leistung als genehmigt. In diesem Fall ist die Geltendmachung von Gewährleistungs- und Schadenersatzansprüchen sowie das Recht auf Irrtumsanfechtung aufgrund von Mängeln ausgeschlossen.
- 12.2 Im Fall berechtigter und rechtzeitiger Mängelrüge steht dem Kunden das Recht auf Verbesserung oder Austausch der Lieferung/Leistung durch die Werbeagentur zu. Die Werbeagentur wird die Mängel in angemessener Frist beheben, 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 oder für die Werbeagentur mit einem unverhältnismäßig hohen Aufwand verbunden ist. In diesem Fall stehen dem Kunden die gesetzlichen Wandlungs- oder Minderungsrechte zu. Im Fall der Verbesserung obliegt es dem Auftraggeber die Übermittlung der mangelhaften (körperlichen) Sache auf seine Kosten durchzuführen.
- 12.3 Es obliegt auch dem Auftraggeber, die Überprüfung der Leistung auf ihre rechtliche, insbesondere wettbewerbs-, marken-, urheber- und verwaltungsrechtliche Zulässigkeit durchzuführen. Die Werbeagentur ist nur zu einer Grobprüfung der rechtlichen Zulässigkeit verpflichtet. Die Werbeagentur haftet im Falle leichter Fahrlässigkeit oder nach Erfüllung einer allfälligen Warnpflicht gegenüber dem Kunden nicht für die rechtliche Zulässigkeit von Inhalten, wenn diese vom Kunden vorgegeben oder genehmigt wurden.
- 12.4 Die Gewährleistungsfrist beträgt sechs Monate ab Lieferung/Leistung. Das Recht zum Regress gegenüber der Werbeagentur gemäß § 933b Abs 1 ABGB erlischt ein Jahr nach Lieferung/Leistung. Der Kunde ist nicht berechtigt, Zahlungen wegen Bemängelungen zurückzuhalten. Die Vermutungsregelung des § 924 ABGB wird ausgeschlossen.

13. Haftung und Produkthaftung

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

- 13.2 Jegliche Haftung der Werbeagentur für Ansprüche, die aufgrund der von der Werbeagentur erbrachten Leistung (z.B. Werbemaßnahme) gegen den Kunden erhoben werden, wird ausdrücklich ausgeschlossen, wenn die Werbeagentur ihrer Hinweispflicht nachgekommen ist oder eine solche für sie nicht erkennbar war, wobei leichte Fahrlässigkeit nicht schadet. Insbesondere haftet die Werbeagentur nicht für Prozesskosten, eigene Anwaltskosten des Kunden oder Kosten von Urteilsveröffentlichungen sowie für allfällige Schadenersatzforderungen oder sonstige Ansprüche Dritter; der Kunde hat die Werbeagentur diesbezüglich schad- und klaglos zu halten.
- 13.3 Schadenersatzansprüche des Kunden verfallen in sechs Monaten ab Kenntnis des Schadens; jedenfalls aber nach drei Jahren ab der Verletzungshandlung der Werbeagentur. Schadenersatzansprüche sind der Höhe nach mit dem Netto-Auftragswert begrenzt.

14. Datenschutz

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

15. Anzuwendendes Recht

Der Vertrag und alle daraus abgeleiteten wechselseitigen Rechte und Pflichten sowie Ansprüche zwischen der Werbeagentur und dem Kunden unterliegen dem österreichischen materiellen Recht unter Ausschluss seiner Verweisungsnormen und unter Ausschluss des UN-Kaufrechts.

16. Erfüllungsort und Gerichtsstand

- 16.1 Erfüllungsort ist der Sitz der Werbeagentur. Bei Versand geht die Gefahr auf den Kunden über, sobald die Werbeagentur die Ware dem von ihr gewählten Beförderungsunternehmen übergeben hat.
- 16.2 Als Gerichtsstand für alle sich zwischen der Werbeagentur und dem Kunden ergebenden Rechtsstreitigkeiten im Zusammenhang mit diesem Vertragsverhältnis wird das für den Sitz der Werbeagentur sachlich zuständige Gericht vereinbart. Ungeachtet dessen ist die Werbeagentur berechtigt, den Kunden an seinem allgemeinen Gerichtsstand zu klagen.
- 16.3 Soweit in diesem Vertrag auf natürliche Personen bezogene Bezeichnungen nur in männlicher Form angeführt sind, beziehen sie sich auf Frauen und Männer in gleicher Weise. Bei der Anwendung der Bezeichnung auf bestimmte natürliche Personen ist die jeweils geschlechtsspezifische Form zu verwenden.