Allgemeine Geschäftsbedingungen der papabogner GmbH

(Fassung 1.10.2026)

Handelsgericht Wien, FN 485357
Am Tabor 18/4, 1020 Wien
post@papabogner.com

Inhalt:

I. Allgemeine Bestimmungen für sämtliche Vertragsverhältnisse
II. Ergänzende Regelungen für Filmproduktionsaufträge
III. Ergänzende Regelungen für Webdesignaufträge

I. Allgemeine Bestimmungen für sämtliche Vertragsverhältnisse

I. Allgemeine Bestimmungen für sämtliche Vertragsverhältnisse

1. Geltung, Vertragsabschluss

1.1. Die papabogner GmbH (im Folgenden „Agentur“) erbringt ihre Leistungen ausschließlich auf der Grundlage der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen (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 dieser 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. AGB des Kunden widerspricht die Agentur ausdrücklich. Eines weiteren Widerspruchs gegen AGB des Kunden durch die Agentur 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. Die vorliegenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen zielen auf Geschäftsbeziehungen mit Unternehmern im Sinne des KSchG ab.

2. Vorvertragliche Hinweise

2.1. Keine Branchenexklusivität: Die Agentur weist darauf hin, dass sie dem Kunden generell keinerlei (Branchen-) Exklusivität zusagen kann. Jede Ausnahme davon Bedarf einer konkreten unterschriftlichen Einzelvereinbarung.

2.2. Social-Media-Kanäle: Medieninhaber und wirtschaftlicher Eigentümer der Social Media Kanäle ist der Kunde. 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 beliebigem Grund abzulehnen oder zu entfernen. Die Anbieter sind demnach nicht verpflichtet, Inhalte und Informationen an die Nutzer weiterzuleiten. Es besteht daher das von der Agentur nicht kalkulierbare Risiko, dass Werbeanzeigen und -auftritte grundlos entfernt werden. Die Wiedererlangung des ursprünglichen, rechtmäßigen Zustandes kann in diesem Fall einige Zeit in Anspruch nehmen. Die Agentur arbeitet auf der Grundlage dieser Nutzungsbedingungen der Anbieter, auf die sie keinen Einfluss hat, und legt diese auch einem Auftrag des Kunden zu Grunde. Ausdrücklich anerkennt der Kunde mit der Auftragsertei-

lung, 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“ 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.

2.3. Kennzeichenrechte: Besteht der Auftrag an die Agentur nicht in der Schaffung eines Kennzeichens (Marke), so ist die Agentur nicht verpflichtet, das Kennzeichen des Kunden auf allfällige Konflikte hin zu überprüfen. Im Falle der Beauftragung der Schaffung eines Kennzeichens übernimmt die Agentur lediglich eine Grobprüfung. Die Pflicht zur Grobprüfung entfällt, wenn die Agentur mit dem Kunden darüber eine ausdrückliche Vereinbarung trifft.

2.4. Urheberrechte an zur Verfügung gestelltem Content: Der Agentur ist es bei vom Kunden zur Verfügung gestellten Inhalten (z. B. Fotos, Texte, Grafiken, Logos, Musik) nicht möglich, diese auf Rechtsverletzungen hin zu überprüfen. Es obliegt dem Kunden, das Rechteclearing für derartige zur Verfügung gestellte Inhalte selbst zu betreiben.

2.5. Risikohinweise: Weist die Agentur den Kunden vor Kampagnenstart konkret darauf hin, dass mit einer Kampagne ein konkretes Risiko einhergeht oder Rechte Dritter oder Gesetze verletzt werden könnten, und lässt sich der Kunde auf dieses Risiko ein, so gilt als vereinbart und wird angenommen, dass die Agentur ihre vertraglichen Verpflichtungen erfüllt hat.

3. Konzept- und Ideenschutz

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

3.1. 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.

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 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, strategische Überlegungen, Konzept-Ideen, Werbemittel usw. angesehen, auch wenn sie keine Werkhöhe erreichen.

3.5. 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.

4. Vertragsabschluss

4.1. Die Angebote der Agentur sind freibleibend und unverbindlich.

4.2. Mit der Bestellung einer bestimmten Agenturleistung (Auftragserteilung) erklärt der Kunde sein bindendes Angebot.

4.3. Die Agentur kann das Angebot (die Bestellung) durch Zusendung einer Auftragsbestätigung oder unmittelbare Ausführung der Leistung annehmen, womit der Vertrag jeweils rechtswirksam zustande kommt, oder es – auch ohne Angabe von Gründen bzw. gegebenenfalls teilweise – ablehnen.

4.4. Der konkrete Auftragsinhalt wird durch die schriftliche Bestätigung beiderseits verbindlich definiert; mündliche Erklärungen von Mitarbeitern binden die Agentur nicht. Weicht die Auftragsbestätigung von der Bestellung des Kunden ab, so müssen Einwendungen dagegen vom Kunden binnen 3 Arbeitstagen erhoben werden, widrigenfalls der Auftrag im Umfang der Auftragsbestätigung als erteilt gilt.

4.5. Nachträgliche Änderungen des Leistungsinhaltes bedürfen der schriftlichen Bestätigung durch die Agentur.

5. Auftragsabwicklung und Mitwirkungspflichten des Kunden

5.1. Innerhalb des vom Kunden vorgegeben Rahmens besteht bei der Erfüllung des Auftrages Gestaltungsfreiheit der Agentur.

5.2. Alle Leistungen der Agentur (insbesondere alle Vorentwürfe, Skizzen, Kopien, Farbabdrucke und elektronische Dateien) sind vom Kunden zu überprüfen und von ihm bis zum zweitfolgenden Arbeitstag freizugeben. Ohne Widerspruch oder mit ausdrücklicher Freigabe gelten sie als vom Kunden genehmigt.

5.3. Der Kunde wird der Agentur zeitgerecht und vollständig alle Informationen und Unterlagen zugänglich machen, die für die Erbringung der Leistung erforder-

lich sind. Er wird sie von allen Umständen informieren, die für die Durchführung des Auftrages von Bedeutung sind, auch wenn diese erst während der Durchführung des Auftrages bekannt werden. Der Kunde trägt den Aufwand, der dadurch entsteht, dass Arbeiten infolge seiner unrichtigen, unvollständigen oder nachträglich geänderten Angaben von der Agentur wiederholt werden müssen oder verzögert werden.

5.4. 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 das die Unterlagen frei von Rechten Dritter sind und daher für den angestrebten Zweck eingesetzt werden können.

5.5. Die Agentur 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 Agentur wegen einer solchen Rechtsverletzung von einem Dritten in Anspruch genommen, so hält der Kunde die Agentur schad- und klaglos; er hat ihr sämtliche Nachteile zu ersetzen, die ihr durch eine Inanspruchnahme Dritter entstehen, insbesondere die Kosten einer angemessenen rechtlichen Vertretung. Der Kunde verpflichtet sich, die Agentur bei der Abwehr von allfälligen Ansprüchen Dritter zu unterstützen. Der Kunde stellt der Agentur hierfür unaufgefordert sämtliche Unterlagen zur Verfügung.

6. Fremdleistungen / Beauftragung Dritter

6.1. 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“).

6.2. 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.

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

6.4. In Verpflichtungen gegenüber Dritten, die über die Vertragslaufzeit hinausgehen und die dem Kunden offen gelegt wurden, tritt der Kunde ein. Das gilt ausdrücklich auch im Falle einer Kündigung des Agenturvertrages aus wichtigem Grund.

7. Termine

7.1. Angegebene Liefer- oder Leistungsfristen gelten, sofern nicht ausdrücklich als verbindlich vereinbart, als unverbindlich. Verbindliche Terminabsprachen sind von der Agentur schriftlich zu bestätigen.

7.2. Verzögert sich die Lieferung/Leistung der Agentur aus Gründen, die sie nicht zu vertreten hat (insbesondere auch durch das Warten auf Freigaben), 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.

7.3. Befindet sich die Agentur in Verzug, so kann der Kunde vom Vertrag nur zurücktreten, nachdem er der Agentur schriftlich eine angemessene Nachfrist von zumindest 14 Tagen gesetzt hat und diese fruchtlos verstrichen ist. Schadenersatzansprüche des Kunden wegen Nichterfüllung oder Verzug sind ausgeschlossen, ausgenommen bei Nachweis von Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit.

8. Kündigung/ Auflösung

8.1. In der Vereinbarung eines zeitlich befristeten Budgetrahmens ist eine auf diesen Zeitraum befristete Auftragserteilung gelegen.

8.2. Der Vertrag wird, soweit dem Vertragsgegenstand ein Dauerschuldverhältnis zugrunde liegt und kein bestimmter Endtermin vereinbart wurde, auf unbestimmte Zeit geschlossen und kann von beiden Parteien durch schriftliche Erklärung zum Quartalsende unter Einhaltung einer Kündigungsfrist von einem Monat beendet werden.

8.3. Jede Vertragspartei 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 die andere Vertragspartei zu vertreten hat, unmöglich wird oder trotz Setzung einer Nachfrist von 14 Tagen weiter verzögert wird;

b) die andere Vertragspartei 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) über das Vermögen des Kunden ein Konkurs- oder Ausgleichsverfahren eröffnet oder ein Antrag auf Eröffnung eines solchen Verfahrens mangels kostendeckenden Vermögens abgewiesen wird oder wenn der Kunde seine Zahlungen einstellt.

d) 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.

9. Honorar

9.1. 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. Die Agentur ist berechtigt, Zwischenab-

rechnungen bzw. Vorausrechnungen zu erstellen oder Akontozahlungen abzurufen.

9.2. Das Honorar versteht sich als Netto-Honorar zuzüglich der Umsatzsteuer und der Werbeabgabe 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.

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

9.4. Kostenvoranschläge der Agentur sind unverbindliche Kostenschätzungen. 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 Arbeitstagen nach diesem Hinweis schriftlich widerspricht. Handelt es sich um eine Kostenüberschreitung bis 15%, ist eine gesonderte Verständigung nicht erforderlich. Diese Kostenvoranschlagsüberschreitung gilt vom Kunden von vornherein als genehmigt.

9.5. Für alle Arbeiten der Agentur, die aus welchem Grund auch immer vom Kunden nicht zur Ausführung gebracht werden, gebührt der Agentur das vereinbarte volle Entgelt. Die Anrechnungsbestimmung des § 1168 ABGB wird ausgeschlossen. Mit der Bezahlung des Entgelts erwirbt der Kunde an bereits erbrachten Arbeiten keinerlei Nutzungsrechte; nicht ausgeführte Konzepte, Entwürfe und sonstige Unterlagen sind vielmehr unverzüglich der Agentur zurückzustellen.

10. Zahlung, Eigentumsvorbehalt

10.1. Das Honorar ist sofort mit Rechnungserhalt und ohne Abzug zur Zahlung fällig, soferne nicht im Einzelfall besondere Zahlungsbedingungen schriftlich vereinbart wurden. Dies gilt auch für die Weiterverrechnung sämtlicher Barauslagen und sonstiger Aufwendungen.

10.2. Die von der Agentur gelieferte Ware bleibt bis zur vollständigen Bezahlung des Entgelts einschließlich aller Nebenverbindlichkeiten im Eigentum der Agentur.

10.3. Bei Zahlungsverzug des Kunden gelten die gesetzlichen Verzugszinsen in der für Unternehmergeschäfte geltenden Höhe (§ 456 UGB). 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 € 25,00 je Mahnung sowie eines Mahnschreibens eines mit der Eintreibung beauftragten Rechtsanwalts. Die Geltendmachung weitergehender Rechte und Forderungen bleibt davon unberührt.

10.4. 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.

10.5. Weiters ist die Agentur im Verzugsfall nicht verpflichtet, weitere Leistungen bis zur Begleichung des aushaftenden Betrages zu erbringen (Zurückbehaltungsrecht). Die Verpflichtung zur Entgeltzahlung bleibt davon unberührt.

10.6. 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).

10.7. 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.

10.8. Zahlungen werden grundsätzlich zuerst auf Kosten und Spesen, dann auf Zinsen und zuletzt auf das Kapital angerechnet. Die Agentur ist jedoch berechtigt, eingehende Zahlungen zuerst auf die älteste Forderung anzurechnen.

11. Eigentumsrecht und Urheberrecht

11.1. Alle Leistungen der Agentur, einschließlich jener aus Präsentationen (z.B. Anregungen, Ideen, Skizzen, Vorentwürfe, Skribbles, Reinzeichnungen, Konzepte), 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 das Recht der Nutzung für den vereinbarten Verwendungszweck.

11.2. 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. Nutzt der Kunde bereits vor dem Zahlungszeitpunkt die Leistungen der Agentur, so beruht diese Nutzung auf einem jederzeit widerrufbaren Leihverhältnis.

11.3. Soweit für die Nutzung der Leistungen der Agentur Software von Drittanbietern notwendig ist, sind die entsprechenden Lizenzen vom Kunden auf eigene Kosten zu beschaffen. Die Agentur wird auf die Notwendigkeit der gesonderten Lizenzierung hinweisen und den Kunden bei der Beschaffung der Lizenzen beraten bzw. über ausdrücklichen Auftrag auch besorgen.

11.4. Änderungen und 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.

11.5. Für die Nutzung von Leistungen der Agentur, die über den ursprünglich vereinbarten Zweck und Nutzungsumfang hinausgeht, ist (unabhängig davon, ob diese

Leistungen urheberrechtlich geschützt sind oder nicht) die Zustimmung der Agentur erforderlich. Dafür steht der Agentur und dem Urheber eine gesonderte angemessene Vergütung zu.

11.6. 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 Leistungen urheberrechtlich geschützt sind oder nicht) die Zustimmung der Agentur notwendig.

11.7. Ungeachtet der Rechteeinräumung erkennt der Kunde an, dass für bestimmte Komponenten der Leistungen oder Ergebnisse "Open Source"-Softwarelizenzen („OSS“) gelten können, das sind alle von der „Open Source Initiative“ als Open-Source-Lizenzen genehmigte Softwarelizenzen oder diesen ähnlichen Lizenzen. In dem Umfang, in dem die Lizenzen für Open Source-Komponenten erforderlich sind, gelten die Bedingungen dieser Lizenzen anstelle der Bedingungen der Rechteeinräumung. Die Agentur ist verpflichtet, die Lizenzbedingungen der von ihr eingesetzten Open-Source-Komponenten im Vorhinein sorgfältig zu überprüfen. Sie gewährleistet, dass durch die geplante Nutzung der entwickelten Software die OSS-Lizenzen nicht verletzt werden.

11.8. Ungeachtet der Rechteeinräumung erkennt der Kunde an, dass die Agentur für ihre Leistungen Systeme der Künstlichen Intelligenz einsetzt. An den Ergebnissen der KI-Systeme entsteht (zumeist) kein geistiges Eigentum. Die Agentur steht für die Ergebnisse der KI ein. Die Agentur gewährleistet, dass die Verwertung der KI-Ergebnisse keine geistigen Eigentumsrechte Dritter verletzt.

12. Kennzeichnung

12.1. Die Agentur ist berechtigt, auf allen Werbemitteln auf die Agentur und allenfalls auf den Urheber hinzuweisen, ohne dass dem Kunden dafür ein Entgeltanspruch zusteht.

12.2. Die Agentur ist vorbehaltlich des jederzeit möglichen, schriftlichen Widerrufs des Kunden dazu berechtigt, auf eigenen Werbeträgern und insbesondere auf ihrer Website mit Namen und Firmenlogo auf die zum Kunden bestehende oder vormalige Geschäftsbeziehung hinzuweisen (Referenzhinweis).

13. Gewährleistung

13.1. Die Agentur leistet für ihre entgeltlichen Leistungen Gewähr nach den Regelungen der §§ 922ff ABGB

13.2. Der Kunde hat allfällige Mängel unverzüglich, längstens aber innerhalb von acht Arbeitstagen nach Lieferung/Leistung durch die Agentur, verdeckte Mängel innerhalb von acht Arbeitstagen nach Erkennen derselben, schriftlich unter Beschreibung des Mangels 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.

13.3. Im Fall berechtigter und rechtzeitiger 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 Mängelbehebung 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. Im Fall der Verbesserung obliegt es dem Kunden die Übermittlung der mangelhaften (körperlichen) Sache auf seine Kosten durchzuführen.

13.4. Es obliegt auch dem Kunden, die Überprüfung der Leistung auf ihre rechtliche, insbesondere wettbewerbs-, marken-, urheber- und verwaltungsrechtliche Zulässigkeit durchzuführen. Die Agentur ist nur zu einer Grobprüfung der rechtlichen Zulässigkeit verpflichtet. Die Agentur haftet im Falle leichter Fahrlässigkeit oder nach Erfüllung einer allfälligen Warnpflicht gegenüber dem Kunden nicht für die rechtliche Zulässigkeit von Inhalten, wenn diese vom Kunden vorgegeben oder genehmigt wurden.

13.5. Die Gewährleistungsfrist beträgt sechs Monate ab Lieferung/Leistung. Das Recht zum Regress gegenüber der Agentur gemäß § 933b Abs 1 ABGB erlischt ein Jahr nach Lieferung/Leistung. Der Kunde ist nicht berechtigt, Zahlungen wegen Bemängelungen zurückzuhalten. Die Vermutungsregelung des § 924 ABGB wird ausgeschlossen.

14. Haftung und Produkthaftung

14.1. Die Haftung der Agentur und die ihrer Organe, Angestellten, Auftragnehmer oder sonstigen Erfüllungsgehilfen („Leute“) ist im Grunde nach auf Vorsatz oder grobe Fahrlässigkeit beschränkt; die Haftung für leichte Fahrlässigkeit ist ausgeschlossen. Dieser Haftungsausschluss gilt nicht für Personenschäden und Schäden an Sachen, die die Agentur zur Bearbeitung übernommen hat. Soweit die Haftung der Agentur ausgeschlossen oder beschränkt ist, gilt dies auch für die persönliche Haftung ihrer „Leute“.

14.2. 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.

14.3. Schadenersatzansprüche des Kunden verfallen in sechs Monaten ab Kenntnis des Schadens; jedenfalls aber nach drei Jahren ab der Verletzungshandlung der Agentur. Schadenersatzansprüche sind der Höhe nach mit dem Netto-Auftragswert begrenzt.

15. Datenschutz

15.1. Ist die Agentur für den Kunden als Auftragsdatenverarbeiter im Sinne der Art 4 Nr. 8 und Art 28 ff DSGVO tätig, so ist zwischen den Vertragsparteien ein ergänzender Auftragsdatenverarbeitervertrag (ADV) abzuschließen.

16. Sonstiges

16.1. Sollten einzelne Bestimmungen der AGB ganz oder teilweise unwirksam sein oder werden, oder sollte sich in dem Vertrag eine Lücke befinden, so soll hierdurch die Gültigkeit der übrigen Bestimmungen nicht berührt werden.

16.2. Änderungen und Ergänzungen der AGB bedürfen der Schriftform. Das gilt auch für ein Abgehen von dem Schriftformerfordernis. Erklärungen per E-Mail oder Telefax entsprechen der Schriftform.

16.3. Sollten in diesen AGB oder anderen Verträgen der Agentur auf natürliche Personen bezogene Bezeichnungen nur in männlicher Form angeführt sein, 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.

17. Anwendbares Recht/Gerichtsstand/Erfüllungsort

17.1. Auf dieses Vertragsverhältnis findet materielles österreichisches Recht unter Ausschluss der Verweisungsnormen Anwendung.

17.2. Als Gerichtstand für alle sich mittelbar oder unmittelbar aus dem Vertrag ergebenden Streitigkeiten wird das für 1020 Wien örtlich und sachlich zuständige österreichische Gericht vereinbart.

17.3. Der Erfüllungsort für die vertragsgegenständlichen Leistungen ist in 1020 Wien.

II. Ergänzende Regelungen für Filmproduktionsaufträge

18. Filmproduktionsaufträge

18.1. Der Kunde beauftragt die Agentur mit der Herstellung der Filmproduktion einschließlich der Endfertigung der abnahmefähigen, veröffentlichungsfähigen Fassung.

18.2. Die Agentur übernimmt die organisatorische und praktische Durchführung der Produktion bis zur Abnahme durch den Kunden.

18.3. Die Agentur ist berechtigt, bei der Produktion Archiv- und Fremdmaterial zu verwenden.

18.4. Der Kunde ist berechtigt und verpflichtet, die Agentur bei der Auswahl und der inhaltlichen Ausgestaltung der Themen der Produktion redaktionell zu unterstützen und in jedem Stadium der Produktion nach besten Kräften mitzuwirken. Kostenneutrale Vorschläge des Kunden sind von der Agentur zu berücksichtigen.

18.5. Der Kunde ist berechtigt, sich über den Stand der Dreharbeiten und der Produktion in regelmäßigen Abständen zu informieren.

18.6. Die Letztentscheidung über die Umsetzung und Inszenierung der Produktion bleibt – innerhalb der durch den Auftrag festgelegten „Key-Elements“ - der Agentur vorbehalten; das gilt ausdrücklich auch bei der Umsetzung von Änderungswünschen im Zusammenhang mit der Abnahme.

18.7. Änderungswünsche zum Dreh müssen vom Kunden vor oder während dem PPM (Pre-Production Meeting) eingebracht werden. Danach gelten alle für den Dreh relevanten Details der Produktion als abgenommen.

18.8. Änderungswünsche des Kunden zum Schnitt sind der Agentur bis längstens 3 Arbeitstage Tage nach Übermittlung des Rohschnittes schriftlich (E-Mail genügt) bekannt zu geben, widrigenfalls der Rohschnitt als genehmigt gilt.

18.9. Wurde der Rohschnitt (ausdrücklich oder durch Schweigen) genehmigt oder wurden alle geltend gemachten Änderungswünsche im Feinschnitt umgesetzt, so können nur mehr schwerwiegende Gründe wie Gesetzes- oder Rechtsverletzungen zur Verweigerung der Abnahme herangezogen werden, keinesfalls aber redaktionelle, inhaltlich oder gestalterische Gründe.

18.10. Die Abnahme des Feinschnittes gilt als erteilt, wenn der Kunde bis längstens 4 Tage nach Übermittlung des Feinschnittes keine Änderungswünsche bekannt gibt oder die Produktion verwertet wird.

18.11. Die übertragenen Nutzungsrechte werden im Angebot oder Auftrag definiert. Wohlverstanden ist, dass die (werbliche) Nutzung und Verwertung aufgrund von Verträgen mit Schauspielern (Mitwirkenden) zeitlich befristet sein können.

18.12. Der Agentur verbleiben sämtliche Rechte am Footage, soweit dieses nicht in den Feinschnitt aufgenommen wurde.

18.13. Die Agentur ist berechtigt, Ausschnitte aus dem Feinschnitt im maximalen Umfang von 1 Minute zur Bewerbung ihres eigenen Schaffens zu nutzen.

18.14. Sofern nicht anderwertig vereinbart, werden die Rohdaten bis 1 Jahr nach Abnahme archiviert. Ein Anspruch auf Archivierung besteht nicht.

III. Ergänzende Regelungen für Webdesignaufträge

19. Webdesignaufträge

19.1. Vertragsgegenständlich sind die Konzeptionierung und die Erstellung von Websites, Mailings, Apps, Tools usw. (im Folgenden kurz „Website“) sowie die Einräumung von Nutzungsrechten daran.

19.2. Die Vertragsparteien werden die Anforderungsspezifikationen der Website des Kunden in der Auftragsdokumentation einvernehmlich festlegen.

19.3. Die Agentur verpflichtet sich, für die grafische Gestaltung der Website mindestens einen (1) Vorschlag zu erarbeiten, wobei das Corporate Design des Kunden berücksichtigt wird.

19.4. Die Agentur verpflichtet sich zur Umsetzung der Anforderungsspezifikationen im Rahmen der mit dem Kunden abgestimmten Gestaltungsvariante.

19.5. Der Kunde verpflichtet sich, an der Erstellung der Website, insbesondere durch Bereitstellung oder Freigabe von einzubindenden Content, mitzuwirken.

19.6. Änderungswünsche sind von der Agentur nur dann zu berücksichtigen, wenn damit kein Mehraufwand verbunden ist.

19.7. Auf die erstmalige Abrufbarhaltung der Website folgt eine einwöchige Testphase. Werden innerhalb der Testphase vom Kunden keine nicht Mängel angezeigt, so entspricht dies der Endabnahme.

19.8. Bauen die Leistungen der Agentur auf fremden Programmierungsleistungen Dritter auf, so übernimmt die Agentur für diese Basisprogrammierungen keine Haftung und oder Gewährleistung. Die Agentur trifft insbesondere keine Verpflichtung, diese Basisprogrammierung auf Fehler oder ihre Aktualität hin zu überprüfen.

19.9. Ein Mehraufwand der Agentur, die dadurch entsteht, dass im kommerziellen Umfeld (z.B. Facebook, Browser etc.) technische Neuerungen eingeführt werden, ist vom Kunden gesondert zu tragen.