

Allgemeine Geschäftsbedingungen

1. Allgemeines

Für sämtliche Geschäfte zwischen dem Kunden und BrandCom Werbeagentur, Mag. Thomas Aichelburg-Rumerskirch, Sankt-Ulrichs-Platz 4/2/1, in der Folge BrandCom genannt, gelten ausschließlich diese „Allgemeinen Geschäftsbedingungen“. Entgegenstehende Geschäftsbedingungen des Kunden sind nur dann wirksam, wenn sie von BrandCom ausdrücklich anerkannt werden.

Von diesen „Allgemeinen Geschäftsbedingungen“ abweichende oder diese ergänzende Vereinbarungen bedürfen der Schriftform. 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 nach am nächsten kommt, zu ersetzen.

2. Vertragsabschluss

Grundlage der Geschäftsbeziehung ist das jeweilige Angebot, in dem alle vereinbarten Leistungen (Leistungsumfang) sowie die Vergütung festgehalten werden.

Die Angebote der Agentur sind freibleibend. Der Kunde ist an seinen Auftrag zwei Wochen nach Zugang bei BrandCom gebunden. Aufträge gelten erst durch schriftliche Auftragsbestätigung von BrandCom als angenommen, sofern BrandCom nicht – etwa durch Tätigwerden auf Grund des Auftrags – zu erkennen gibt, dass sie den Auftrag annimmt.

3. Leistung und Honorar

Wenn nichts anderes vereinbart ist, entsteht der Honoraranspruch der Agentur für jede einzelne Leistung, sobald diese erbracht wurde. BrandCom ist berechtigt, zur Deckung ihres Aufwandes Vorschüsse - in Form von Teilzahlungen in der Höhe von mindestens 1/3 der gesamten Auftragssumme - zu verlangen. Alle Leistungen von BrandCom, die nicht ausdrücklich durch das vereinbarte Honorar abgegolten sind, werden gesondert entlohnt.

Das gilt insbesondere für alle Nebenleistungen.

Alle BrandCom erwachsenden Barauslagen (z.B. Kosten für Taxi- und Botendienste) sind vom Kunden zu ersetzen. Auf Fremdkosten werden für Organisation und Abwicklung 15 Prozent Agenturprovision verrechnet. Kostenvoranschläge der Agentur sind unverbindlich. Abweichungen von +/- 10% der tatsächlichen Kosten gegenüber den veranschlagten gelten als genehmigt. Bei Abweichungen von mehr als + 10%, wird BrandCom den Kunden auf die höheren Kosten hinweisen. Diese Kostenüberschreitung gilt als vom Kunden genehmigt, wenn der Kunde nicht binnen zwei Tagen nach diesem Hinweis schriftlich widerspricht und gleichzeitig kostengünstigere Alternativen bekannt gibt.

Für alle Arbeiten von BrandCom, die aus welchem Grund auch immer nicht zur Ausführung gelangen, gebührt der Agentur eine Vergütung (Abstandshonorar) in Höhe von 2/3 der angefallenen Kosten. Mit der Bezahlung dieser Vergütung erwirbt der Kunde an dieser Arbeit keinerlei Rechte, nicht ausgeführte Konzepte, Entwürfe und dergleichen sind vielmehr unverzüglich der Agentur zurückzustellen.

4. Präsentation

Für die Teilnahme an Präsentationen steht der Agentur ein angemessenes Honorar zu, das zumindest den gesamten Personal und Sachaufwand von BrandCom für die Präsentation sowie die Kosten

sämtlicher Fremdleistungen deckt. Erhält die Agentur nach der Präsentation keinen Auftrag, so bleiben alle Leistungen von BrandCom, insbesondere die Präsentationsunterlagen und deren Inhalt im Eigentum von BrandCom, der Kunde ist nicht berechtigt, diese - in welcher Form immer – weiter zu nutzen; die Unterlagen sind vielmehr unverzüglich der Agentur auf Wunsch zurückzustellen. Führt die Präsentation zu einem Auftrag, so ist das Präsentationshonorar anzurechnen. Werden die, im Zuge einer Präsentation an Kunden eingebrachten Ideen und Konzepte für die Lösung von Kommunikationsaufgaben, nicht für diesen Kunden verwendet, so ist BrandCom berechtigt, die präsentierten Ideen und Konzepte anderweitig zu verwenden. Die Weitergabe von Präsentationsunterlagen an Dritte sowie deren Veröffentlichung, Vervielfältigung oder sonstige Verbreitung ist ohne ausdrückliche Zustimmung der Agentur nicht zulässig.

5. Verpflichtung zur Verschwiegenheit

BrandCom, ihre Mitarbeiter und die hinzugezogenen Dritten verpflichten sich, über alle Angelegenheiten, die ihnen im Zusammenhang mit ihrer Tätigkeit für den Kunden bekannt werden, Stillschweigen zu bewahren. Diese Schweigepflicht bezieht sich sowohl auf den Kunden als auch auf dessen Geschäftsverbindungen. Nur der Kunde selbst, nicht aber dessen Erfüllungsgehilfen, kann BrandCom schriftlich von dieser Schweigepflicht entbinden. Diese Verpflichtung gilt auch nach Beendigung des Vertrages.

6. Eigentumsrecht und Urheberrecht

Alle Leistungen von BrandCom (wie z.B. Anregungen, Ideen, Konzepte, Skizzen, Vorentwürfe, Scribbles, Layouts, Reinzeichnungen, Bildmaterial, Datenfiles, konkrete Maßnahmen etc.) auch einzelne Teile daraus, bleiben Eigentum von BrandCom. Der Kunde erwirbt durch Zahlung des Honorars nur das Recht der Nutzung (einschließlich Vervielfältigung) zum vereinbarten Zweck und im vereinbarten Umfang. Ohne gegenteilige Vereinbarung mit BrandCom darf der Kunde die Leistungen von BrandCom nur selbst, ausschließlich in Österreich und nur für die vertraglich vereinbarte Dauer nutzen. Änderungen von Leistungen von BrandCom durch den Kunden sind nur mit ausdrücklicher Zustimmung von BrandCom und soweit die Leistungen urheberrechtlich geschützt sind – des Urhebers zulässig. Für die Nutzung von Leistungen von BrandCom, die über den ursprünglich vereinbarten Zweck und Umfang hinausgeht, ist –unabhängig davon, ob diese Leistung urheberrechtlich geschützt ist – die Zustimmung von BrandCom erforderlich. Dafür steht BrandCom und dem Urheber eine gesonderte, angemessene Vergütung zu; angemessen ist grundsätzlich das in der Vereinbarung festgehaltene Honorar, mindestens jedoch in der Höhe von 10 % des vom Kunden an die mit der Herstellung, Verbreitung bzw. Veröffentlichung beauftragten Dritten gezahlten Entgelts.

7. Kennzeichnung

BrandCom ist berechtigt, auf allen Informationsmitteln und bei allen Maßnahmen auf BrandCom und allenfalls auf den Urheber hinzuweisen, ohne dass dem Kunden dafür ein Entgeltanspruch zusteht.

8. Genehmigung

Alle vorgeschlagenen bzw. durchzuführenden Leistungen und Maßnahmen von BrandCom sind vom Kunden zu überprüfen und binnen zwei Tagen schriftlich freizugeben. Bei nicht rechtzeitiger Freigabe gelten sie als vom Kunden genehmigt. Werden durchzuführenden Leistungen und Maßnahmen im Rahmen von Meetings, Gesprächen oder Telefonaten an BrandCom herangetragen, so erfolgt die Freigabe der Leistungen durch den Kunden auf Grundlage der Besprechungsprotokolle von BrandCom. Der Kunde wird insbesondere die rechtliche, vor allem die wettbewerbs- und kennzeichenrechtliche Zulässigkeit dieser Leistungen überprüfen lassen (siehe auch Pkt. 12 Haftung). BrandCom veranlasst eine

externe rechtliche Prüfung nur auf schriftlichen Wunsch des Kunden, - die damit verbundenen Kosten hat der Kunde zu tragen.

9. Termine

BrandCom 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 BrandCom eine Nachfrist von mindestens 14 Tagen gewährt hat. Diese Frist beginnt mit dem Zugang eines Mahnschreibens an BrandCom. Eine Verpflichtung zur Leistung von Schadenersatz aus dem Titel des Verzugs besteht nur bei Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit von BrandCom. Unabwendbare oder unvorhersehbare Ereignisse - insbesondere Verzögerungen bei beauftragten Dritten von BrandCom –entbinden BrandCom jedenfalls von der Einhaltung des vereinbarten Liefertermins.

10. Zahlung

Honorarnoten von BrandCom sind sofort nach Eingang ohne Abzug fällig. Bei verspäteter Zahlung gelten Mahngebühren in der Höhe von € 7,50 für die erste, € 15,00 für die zweite und € 23,00 für die dritte Mahnung und Verzugszinsen in der Höhe des Vierfachen des allgemeinen Basiszinssatzes als vereinbart. Gelieferte Waren bleiben bis zur vollständigen Bezahlung Eigentum von BrandCom. Der Kunde darf nur mit unbestrittenen oder rechtskräftig festgestellten Forderungen aufrechnen oder ein Zurückbehalterecht geltend machen.

11. Gewährleistung und Schadenersatz

Der Kunde hat allfällige Reklamationen innerhalb von drei Tagen nach Leistung durch BrandCom schriftlich geltend zu machen und zu begründen. Im Fall berechtigter und rechtzeitiger Reklamation steht dem Kunden das Recht auf Verbesserung der Leistung durch BrandCom zu. 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 von BrandCom beruhen.

12. Haftung

BrandCom wird die ihr übertragenen Arbeiten unter Beachtung der allgemein anerkannten Rechtsgrundsätze durchführen und den Kunden rechtzeitig auf für sie erkennbare gewichtige Risiken hinweisen. Für die Einhaltung der gesetzlichen insbesondere der wettbewerbsrechtlichen Vorschriften bei von der Agentur vorgeschlagenen Leistungen und Maßnahmen ist ausdrücklich der Kunde selbst verantwortlich. Insbesondere wird der Kunde eine, von BrandCom vorgeschlagene, Leistung oder Maßnahme erst dann freigeben, wenn er sich selbst von der wettbewerbsrechtlichen (kennzeichenrechtlichen) Unbedenklichkeit vergewissert hat oder wenn er bereit ist, das mit der Durchführung verbundene Risiko selbst zu tragen. Jegliche Haftung von BrandCom für Ansprüche, die aufgrund von vorgeschlagenen Leistungen und Maßnahmen von BrandCom gegen den Kunden erhoben werden, wird ausdrücklich ausgeschlossen, wenn BrandCom ihrer Hinweispflicht nach gekommen ist, insbesondere haftet BrandCom nicht für Prozesskosten, eigene Anwaltskosten des Kunden oder Kosten von Urteilsveröffentlichungen sowie für allfällige Schadenersatzforderungen oder ähnliche Ansprüche Dritter.

Für den Fall, dass wegen der Durchführung einer von BrandCom vorgeschlagenen Leistung oder Maßnahme BrandCom selbst in Anspruch genommen wird, hält der Kunde BrandCom schad- und

klaglos. Der Kunde hat BrandCom somit sämtliche finanzielle und sonstige Nachteile einschließlich immaterieller Schäden zu ersetzen, die BrandCom aus der Inanspruchnahme durch einen Dritten entstehen.

13. Anzuwendendes Recht

Auf die Rechtsbeziehung zwischen Kunden und BrandCom und auf die Frage eines gültig zustande gekommenen Vertrages sowie seiner Vor- und Nachwirkungen ist ausschließlich österreichisches Recht anzuwenden.

14. Erfüllungsort und Gerichtsstand

Erfüllungsort ist Wien.

Als Gerichtsstand für alle sich mittelbar oder unmittelbar zwischen BrandCom und dem Kunden ergebenden Streitigkeiten wird das für den Sitz von BrandCom örtlich und sachlich zuständige österreichische Gericht vereinbart. BrandCom ist jedoch auch berechtigt, ein anderes, für den Kunden zuständiges Gericht anzurufen.

Werbeagentur BrandCom
Mag. Thomas Aichelburg-Rumerskirch
Sankt-Ulrichs-Platz 4/2/1
1070 Wien
Tel.: 43/1/ 585 61 99
Fax: 43/1/ 585 61 99 14
office@brandcom.at
UID: ATU 54 76 37 05

Wien, im Juli 2011

Haftung für Links

Diese Website enthält Links zu externen Webseiten Dritter, auf deren Inhalte wir keinen Einfluss haben. Deshalb können wir für diese fremden Inhalte auch keine Gewähr übernehmen. Für die Inhalte der verlinkten Seiten ist stets der jeweilige Anbieter oder Betreiber der Seiten verantwortlich. Die verlinkten Seiten wurden zum Zeitpunkt der Verlinkung auf mögliche Rechtsverstöße überprüft. Rechtswidrige Inhalte waren zum Zeitpunkt der Verlinkung nicht erkennbar. Eine permanente inhaltliche Kontrolle der verlinkten Seiten ist jedoch ohne konkrete Anhaltspunkte einer Rechtsverletzung nicht zumutbar. Bei bekannt werden von Rechtsverletzungen werden wir derartige Links umgehend entfernen. [Quelle: Informationen der WKO zusammengefasst von Ingrid J.Bressler]