

# ALLGEMEINE GESCHÄFTS BEDINGUNGEN (AGB)

## A. Geltung der AGB

1. Diese allgemeinen Geschäftsbedingungen gelten für alle Geschäftsbeziehungen zwischen der Agentur und dem Kunden. Maßgeblich ist die im Zeitpunkt des jeweiligen Vertragsschlusses gültige Fassung.
2. Abweichende Vereinbarungen mit dem Kunden sind nur wirksam, wenn sie ausdrücklich und schriftlich vereinbart werden. Allgemeine Geschäftsbedingungen des Kunden werden selbst bei Kenntnis nicht Vertragsbestandteil, sofern dies nicht im Einzelfall ausdrücklich und schriftlich vereinbart wird.

## B. Angebote, Kostenvoranschläge

1. Angebote und Kostenvoranschläge der Agentur sind freibleibend und unverbindlich. Technische und sonstige Änderungen bleiben im Rahmen des Zumutbaren vorbehalten.

2. Wenn abzusehen ist, dass die tatsächlichen Kosten die in dem Kostenvoranschlag der Agentur (oder einem von der Agentur eingeholten Kostenvoranschlag von Subauftragnehmern) ausgewiesenen Kosten um mehr als 15 % übersteigen, wird die Agentur den Kunden auf die höheren Kosten hinweisen. Die Kostenüberschreitung gilt als genehmigt, sofern der Kunde nicht binnen zwei Werktagen schriftlich widerspricht und gleichzeitig kostengünstigere Alternativen bekannt gibt. Handelt es sich um eine Kostenüberschreitung bis 15 % ist eine gesonderte Verständigung nicht erforderlich.

## C. Leistungsbeschreibung, Mitwirkungspflicht des Kunden

1. Aufträge an die Agentur sind schriftlich zu erteilen und sollten eine möglichst umfassende und detaillierte Leistungsbeschreibung enthalten. Sollte der Kunde oder die Agentur dies wünschen, so wird der Leistungsumfang in einem mündlichen Gespräch (Briefing) mit dem Kunden festgelegt. Von der Agentur erstellte Leistungsbeschreibungen und Kontaktberichte gelten als verbindliche Bestätigung des vereinbarten Vertragsinhaltes, sofern der Kunde diesen nicht binnen längstens zwei Arbeitstagen schriftlich widerspricht. Innerhalb des vom Kunden vorgegebenen Rahmens sowie im Fall von mehrdeutigen oder unvollständigen Leistungsbeschreibungen besteht bei Erfüllung des Auftrages Gestaltungsfreiheit der Agentur.
2. Falls die Agentur den Kunden zur Freigabe ihrer Leistungen auffordert (insbesondere durch Übersendung von beabsichtigten Marketing und/oder PR Aktivitäten sowie den konkreten Texten, Layouts, Vorentwürfen, Skizzen, Reinzeichnungen, Bürstenabzügen, Blaupausen, Farbabdrucken und elektronische Dateien an den Kunden), sind diese vom Kunden zu überprüfen und binnen zwei Werktagen ab Eingang beim Kunden freizugeben. Äußert sich der Kunde nicht rechtzeitig, so gelten die betreffenden Leistungen als vom Kunden genehmigt.

3. Der Kunde hat der Agentur zeitgerecht und vollständig alle Informationen, Unterlagen und Daten zugänglich zu machen, die für die Erbringung der Leistung erforderlich sind, auch wenn diese erst während der Durchführung des Auftrages bekannt werden. Der Kunde trägt den Aufwand, der dadurch entsteht, dass Leistungen der Agentur infolge seiner unrichtigen, unvollständigen oder nachträglich geänderten Angaben von der Agentur wiederholt werden müssen oder verzögert werden.

## D. Termine

1. Angegebene Liefer- oder Leistungsfristen sind sofern nicht anders schriftlich vereinbart unverbindlich. Verzögert sich die Lieferung/Leistung der Agentur aus Gründen, die sie nicht zu vertreten hat, wie zB 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, den Vertrag aufzukündigen.

## E. Subaufträge, Fremdleistungen

1. Der Kunde ermächtigt und bevollmächtigt die Agentur, die im Zusammenhang mit der Durchführung eines Auftrages anfallenden Fremdleistungen (zB Mediaschaltungen, Fotografen, Klischeeanstalten, Druckereien, Tonstudios, Filmproduktionsgesellschaften, Models, Reinzeichnungen, rechtliche Überprüfungen etc.) direkt im Namen und auf

Rechnung des Kunden zu beauftragen. Die Agentur ist nach freiem Ermessen auch berechtigt, diese Leistungen im eigenen Namen, aber auf Rechnung des Kunden zu beauftragen. Die Agentur wird den jeweiligen Subauftragnehmer sorgfältig auswählen; der Subauftragnehmer ist jedoch in keinem Fall Erfüllungsgehilfe der Agentur.

2. Die Agentur ist darüber hinaus berechtigt, alle oder Teile der beauftragten Leistungen an Subunternehmen weiterzugeben.

3. Falls die Agentur den Kunden zur Freigabe von Kostenvoranschlägen der Subauftragnehmer auffordert, so sind diese vom Kunden zu überprüfen und binnen zwei Werktagen ab Eingang beim Kunden freizugeben. Äußert sich der Kunde nicht rechtzeitig, so gilt der Subauftrag als vom Kunden genehmigt. Mit Freigabe bestätigt der Kunde auch sein Einverständnis mit Form, Inhalt, Gestaltung und Auftragerteilung und übernimmt sämtliche dadurch entstehenden Kosten.

## F. Präsentation

1. Für die Teilnahme an Präsentationen steht der Agentur ein Honorar zu, welches den gesamten Personal- und Sachaufwand, sowie Fremdkosten abdeckt. Alle im Rahmen einer Präsentation erbrachten Leistungen, insbesondere Präsentationsunterlagen und die damit zusammenhängenden Werknutzungsrechte sowie die von der Agentur entwickelten Ideen, Konzepte und Strategien bleiben ausschließlich im Eigentum der Agentur. Sämtliche Unterlagen sind unverzüglich an die Agentur zurückzustellen. Die Agentur ist berechtigt, die von der Agentur im Rahmen der Präsentation vorgestellten Leistungen anderweitig zu verwenden. Die Weitergabe von Präsentationsunterlagen an Dritte sowie deren Veröffentlichung, Vervielfältigung oder sonstige Verbreitung mit oder ohne Bearbeitung ist ohne ausdrückliche schriftliche Zustimmung der Agentur nicht gestattet.

## G. Honorar

1. Die Verrechnung der Leistungen der Agentur erfolgt gemäß der schriftlich getroffenen Honorarvereinbarung. Wird keine Honorarvereinbarung getroffen, so ist ein marktübliches Entgelt vereinbart. Das marktübliche Entgelt besteht – wie im Folgenden im Detail ausgeführt – aus (i) einer Beratungspauschale für Beratungsleistungen; (ii) einem Kreationshonorar für Kreativleistungen; (iii) dem Produktionshonorar und (iv) dem Mediahonorar.

2. Die Beratungspauschale deckt die folgenden Leistungen ab: Administration bzw. Organisation, Kundenmeetings, Strategieüberlegungen und Beratung bei Projekten, die im engeren Sinn Aufgaben der Agentur gemäß der Leistungsbeschreibung betreffen, Überwachung, Statusberichte, Gesprächsberichte, Angebotsbeurteilung, Serviceleistungen wie etwa Aufbereitung der Mitbewerbsbeobachtung sowie Aufbereitung von Unterlagen.

3. Die Beratungspauschale beträgt 15 % des Werbebudgets. Als Werbebudget gelten sämtliche mit dem Leistungsumfang voraussichtlich verbundenen Kosten. Diese sind sämtliche mit den einzelnen Werbemaßnahmen verbundenen Kosten (samt Kosten für nachträglich erteilte Aufträge) wie insbesondere Kosten der Medienschaltungen (TV, Radio, Presse, Internet, etc.), Außenwerbung, Point of Sale Maßnahmen, Promotion, Direkt Marketing sowie für alle weiteren Fremdleistungen, nicht allerdings die Umsatzsteuer. Sofern keine kürzere Periode vereinbart wurde, ist das Budget auf einen Zeitraum von zwölf Monaten umzulegen und gilt als Bemessungsgrundlage für das Agenturhonorar unabhängig davon, ob innerhalb dieser Zeit die budgetierten Kosten anfallen oder nicht. Mangels anderer Vereinbarung gilt das zuletzt festgelegte Werbebudget auch als Bemessungsgrundlage für das Agenturhonorar der folgenden Periode(n). Dieser Beratungspauschale liegen die dem Kunden bekannt gegebenen Zeit-Schätzungen der Inanspruchnahme der Personen des Agentur-Teams zugrunde. Werden diese Schätzungen dauerhaft überschritten (auf Quartalsbasis), so ist die Agentur berechtigt, die Beratungspauschale entsprechend anzuheben.

4. Ist die Heranziehung eines Werbebudgets zur Ermittlung oder adäquaten Festlegung des Honorars ungeeignet, so ist die Agentur berechtigt, sämtliche Leistungen nicht auf Basis der Beratungspauschale, sondern auf Basis von Stundensätzen zu verrechnen. Dies gilt etwa für Public Relations Maßnahmen oder Produktions- und Realisierungskosten (zB Reinzeichnungen etc.).

## ALLGEMEINE GESCHÄFTS BEDINGUNGEN (AGB)

5. Das Kreationshonorar wird laut Agenturpreisliste (Anlage 1) verrechnet. Dies kann entweder nach Produkt (TV Spot, Internetseite, Hörfunkspot,...), nach Stundenpauschale, oder nach einer Mischform der vorherig genannten erfolgen.

6. Das Produktionshonorar beträgt 15 % der Kosten der jeweiligen Fremdleistung exklusive Umsatzsteuer.

7. Leistungen der Agentur, die weder von der Beratungspauschale, noch vom Kreationshonorar umfasst sind, insbesondere Produktions- und Medialeistungen sowie sonstige Fremdleistungen, werden separat in Rechnung gestellt.

8. Sofern die Agenturpreisliste (Anlage 1) der Agentur keine abweichenden Stundensätze enthält, gilt ein Basisstundensatz von € 150 (zuzüglich gesetzlicher Umsatzsteuer), der sich je nach Qualifikation des Mitarbeiters auf das maximal vierfache erhöhen kann. Die Mindestverrechnungseinheit ist eine halbe Stunde.

9. Barauslagen (zB, Farbausdrucke, elektronischer Datenversand, Erstellung und Übermittlung von Datenträgern, Vervielfältigungskosten, Botenfahrten, Versand- und Portokosten, Reisekosten etc.), werden dem Kunden entweder aufgeschlüsselt weiter verrechnet oder pauschal in Höhe von fünf Prozent des Nettohonorars verrechnet. Alle Leistungen der Agentur, die nicht von der Honorarvereinbarung umfasst sind, werden gesondert entloht.

10. Das Mediahonorar beträgt 5% des Netto-Netto-Volumens der gebuchten Medien. Sofern die Medienbuchung nicht über die Agentur abgewickelt wird, verpflichtet sich der Kunde, die von der Media-Agentur erstellten Mediapläne einschließlich Kosten im Voraus der Agentur offen zu legen.

11. Sämtliche oben genannten Beträge verstehen sich exklusive Umsatzsteuer. Diese wird zusätzlich in gesetzlicher Höhe in Rechnung gestellt.

12. Werden Leistungen der Agentur aus welchem Grund auch immer vom Kunden nicht zur Ausführung gebracht, so steht der Agentur dennoch das vereinbarte Honorar zu. Die Anrechnungsbestimmung des § 1168 ABGB wird ausgeschlossen. In diesem Fall erwirbt der Kunde mit der Bezahlung des Honorars keinerlei Nutzungsrechte an bereits erbrachten Arbeiten; nicht ausgeführte Konzepte, Entwürfe und sonstige Unterlagen sind vielmehr unverzüglich der Agentur zurückzustellen.

### H. Zahlung

1. Das Agenturhonorar wird nach Abschluss des Projekts abgerechnet. Bei Projekten, die sich über mehr als ein Monat erstrecken, ist die Agentur berechtigt, monatliche Zwischenabrechnungen zu legen. Die Agentur ist in jedem Fall berechtigt, Vorschüsse in angemessener Höhe zur Deckung ihres Aufwands zu verlangen und/oder Akontenzahlungen abzurufen. Von der Agentur ausgelegte Barauslagen und Kosten für Fremdleistungen sind binnen drei Tagen nach Rechnungslegung zur Zahlung fällig.

2. Alle Zahlungen sind binnen 14 Tagen ab Rechnungsdatum spesenfrei und ohne irgendwelche Abzüge zur Zahlung fällig.

3. Die Geltendmachung von Gegenforderungen durch Aufrechnung oder durch Ausübung von Zurückbehaltungsrechten durch den Kunden ist nur bei unbestrittenen oder rechtskräftig festgestellten Forderungen zulässig.

4. Bei verspäteter Zahlung hat der Kunde Verzugszinsen in Höhe von 1 % pro Monat, zumindest jedoch in gesetzlich für Unternehmerge schäfte vorgeschriebener Höhe zu bezahlen. Auch sämtliche Mahnspesen und durch das Einschalten eines Inkassobüros oder eines Anwaltes entstehende Kosten gehen zu Lasten des Kunden. Die Geltendmachung von darüber hinausgehenden Rechten bleibt davon unberührt.

5. Ist der Kunde mit der Bezahlung des Honorars trotz Setzung einer Nachfrist von mindestens 14 Tagen im Rückstand, so ist die Agentur unbeschadet weitergehender Rechte berechtigt, die eigenen Leistungen bis zur vollständigen Bezahlung des Rückstandes einzustellen und sämtliche, im Rahmen anderer mit dem Kunden abgeschlossener Verträge, erbrachten Leistungen und Teilleistungen sofort fällig stellen. Wurde die Bezahlung in Raten vereinbart, so ist die Agentur in diesem Fall berechtigt, die

sofortige Bezahlung der gesamten noch offenen Schuld zu fordern (Terminverlust).

### I. Eigentum

1. Von der Agentur gelieferten Waren bleiben bis zur vollständigen Bezahlung des Entgelts einschließlich aller Nebenkosten im Eigentum der Agentur.

2. Alle Leistungen der Agentur, einschließlich jener aus Präsentationen (z.B. Anregungen, Ideen, Skizzen, Vorentwürfe, Scribbles, Reinzeichnungen, Konzepte, Negative, Dias, Marktforschungen, Datenträger), auch einzelne Teile daraus, bleiben ebenso wie die einzelnen Werkstücke und Entwurfsoptionen im Eigentum der Agentur und können von der Agentur jederzeit – insbesondere bei Beendigung des Vertragsverhältnisses – zurückverlangt werden.

### J. Nutzung

1. Mit vollständiger und ordnungsgemäßer Vertragserfüllung erwirbt der Kunde für die Dauer des Vertrages an allen von der Agentur im Rahmen dieses Auftrags konzipierten, gestalteten und gefertigten Arbeiten das Recht zur Nutzung zum vereinbarten Zweck und im vereinbarten Umfang, soweit diese Rechtseinräumung nach österreichischem Recht oder den tatsächlichen Verhältnissen (besonders für Musik-, Film- und Fotorechte) möglich ist. Das Nutzungsrecht erstreckt sich ausschließlich auf Österreich für die Dauer 1 Jahres ab Erstpublikation und nur auf jenes Werbemedium, das im Leistungsumfang festgelegt wurde.

2. Umfasst die Leistungsbeschreibung auch die Erstellung von Software (Homepages, Banner, etc), so erwirbt der Kunde mit vollständiger und ordnungsgemäßer Vertragserfüllung das Recht zur Nutzung der Oberfläche. Mangels gesonderter Vereinbarung ist die Agentur jedoch nicht verpflichtet, die Software (Quellcodes) offen zu legen; der Kunde ist nicht berechtigt, selbst oder durch Dritte Änderungen an der Software vorzunehmen oder diese zu editieren. Für die Offenlegung der Software ist ein gesondertes Entgelt zu entrichten. Dieses Entgelt beträgt 25 Prozent des gesamten Herstellungsentgelts, wobei unter dem Herstellungsentgelt das für die erstmalige Erstellung der Software in Rechnung gestellte Entgelt zuzüglich jener Beträge, die für Adaptierungen oder Weiterentwicklungen der Software in Rechnung gestellt worden sind, zu verstehen ist. Mit vollständiger Bezahlung des Entgelts erhält der Kunde das Recht, die von der Agentur erstellt Software zu nutzen, bearbeiten, verändern oder weiter zu entwickeln.

3. Die Agentur wird sich bemühen, urheberrechtliche Nutzungs- und Verwertungsrechte (§§ 66 – 78 UrhG) Dritter, soweit diese benötigt werden, abzugelten und diese Rechte auf den Kunden zu übertragen, wie sie vom Dritten erworben wurden, ohne aber eine Haftung dafür zu übernehmen. Die damit in Zusammenhang stehenden Kosten werden vom Kunden getragen.

4. Die Nutzung der von der Agentur erbrachten Leistungen und von der Agentur gestalteten Werbemitteln nach Ablauf des Agenturvertrages ist – unabhängig davon, ob diese Leistung urheberrechtlich geschützt ist oder nicht – nur mit schriftlicher Zustimmung der Agentur und nur gegen Bezahlung einer angemessenen Vergütung zulässig. Die zu bezahlende Vergütung beträgt für jeden Monat der weiteren Nutzung der Agenturleistungen nach Vertragsbeendigung, sofern nichts anderes vereinbart wird, zwei Drittel stet (= bleibt) des durchschnittlichen Monatshonorars berechnet auf Basis des in den letzten zwölf Monaten verrechneten Honorars.

5. Die Nutzung der von der Agentur erbrachten Leistungen, die über den ursprünglich vereinbarten Zweck und Nutzungsumfang hinausgeht, ist ebenfalls nur mit schriftlicher Zustimmung der Agentur und – soweit die Leistungen urheberrechtlich geschützt sind – des Urhebers, sowie nur gegen Bezahlung einer angemessenen Vergütung zulässig.

6. Änderungen und/oder Bearbeitungen an den von der Agentur erbrachten Leistungen durch den Kunden, wie zB deren Weiterentwicklung, sind nur mit der ausdrücklichen schriftlichen Zustimmung der Agentur und gegebenenfalls des Urhebers zulässig.

7. Bei vertragswidriger Nutzung ist die Agentur berechtigt, zusätzlich zur angemessenen Vergütung ein Pönale in Höhe der doppelten angemessenen Vergütung in Rechnung zu stellen.

## ALLGEMEINE GESCHÄFTS BEDINGUNGEN (AGB)

8. Die Agentur ist berechtigt, auf sämtlichen unter ihrer Mitwirkung gestalteten Werbemitteln und Werbemaßnahmen einen Hinweis auf die Agentur und den Urheber und auf die Zusammenarbeit zwischen der Agentur und dem Kunden unentgeltlich anzubringen. Die Agentur ist darüber hinaus berechtigt, Namen und Logo des Kunden zu Referenzzwecken im Rahmen von Wettbewerben oder eigenen Werbemaßnahmen zu verwenden.

### K. Gewährleistung

1. Der Kunde hat allfällige Mängel unverzüglich, jedenfalls innerhalb von acht Tagen nach Lieferung/Leistung durch die Agentur, verdeckte Mängel innerhalb von acht Tagen 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.

2. 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. Im Fall der Verbesserung obliegt es dem Kunden die Übermittlung der mangelhaften (körperlichen) Sache auf seine Kosten durchzuführen.

3. Es obliegt dem Kunden die Überprüfung der Leistung auf ihre rechtliche, insbesondere wettbewerbs-, marken-, urheber- und verwaltungsrechtliche Zulässigkeit durchzuführen. Die Agentur haftet nicht für die Richtigkeit von Inhalten, wenn diese vom Kunden vorgegeben oder genehmigt wurden.

4. Die Gewährleistungfrist beträgt sechs Monate ab Lieferung/Leistung. Das Recht zum Regress gegenüber der Agentur gemäß § 933 b 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.

### L. Haftung

1. Der Kunde steht dafür ein, dass durch die Verwendung der von ihm für die Durchführung des Auftrages zur Verfügung gestellten Unterlagen (Fotos, Logos, etc) nicht in Urheber-, Kennzeichenrechte oder sonstige Rechte Dritter eingegriffen wird. Die Agentur trifft diesbezüglich keine eigene Überprüfungspflicht. Die Agentur haftet nicht wegen einer Verletzung derartiger Rechte. Wird die Agentur wegen einer solchen Rechtsverletzung 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.

2. Die Agentur achtet bei der Erstellung von Vorschlägen auf die Einhaltung gesetzlicher Vorschriften, insbesondere der Bestimmungen des Wettbewerbsrechts. Die Agentur wird den Kunden auf rechtlich bedenkliche oder ethisch problematische Werbe- und/oder verkaufsfördernde Maßnahmen aufmerksam machen und allenfalls eine rechtliche Prüfung empfehlen. Kosten der rechtlichen Überprüfungen gehen zu Lasten des Kunden.

3. Wenn die Agentur ihrer Warnpflicht nachgekommen sind, oder eine solche für Agentur nicht erkennbar war, wobei leichte Fahrlässigkeit nicht schadet, oder die betreffende bedenkliche Werbe- und/oder verkaufsfördernde Maßnahme durch den Kunden trotz Warnung ausdrücklich gewünscht wird, haftet die Agentur nicht für Ansprüche die aufgrund einer solchen Werbe- und/oder verkaufsfördernden Maßnahme gegen den Kunden von Dritten erhoben wird. Insbesondere haftet die Agentur nicht für Prozesskosten, Anwaltskosten oder Kosten von Urteilsveröffentlichungen sowie allfälliger Schadenersatzforderungen oder sonstigen Ansprüchen Dritter. Sollte die Agentur aufgrund einer solchen trotz Warnung auf Wunsch des Kunden durchgeführten Werbe- und/oder verkaufsfördernden Maßnahme von Dritten direkt in Anspruch genommen werden, hält der Kunde die Agentur hinsichtlich sämtlicher geltend gemachter Ansprüche einschließlich Anwalts- und sonstige Prozesskosten schad- und klaglos.

4. **Für von der Agentur verursachte Sach- oder Vermögensschäden des Kunden haftet die Agentur nur bei Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit.** Die Agentur haftet nur für den Ausgleich typischer und vorhersehbarer Schäden; eine Haftung für mittelbare Schäden, Folgeschä-

den und entgangenen Gewinn ist jedenfalls ausgeschlossen. Das Vorliegen von grober Fahrlässigkeit hat der Kunde zu beweisen. Die Agentur haftet ferner nicht für die Richtigkeit der in Werbungen welcher Art immer getätigten Aussagen.

5. **Die Haftung der Agentur ist jedenfalls mit der Höhe des in den letzten zwölf Monaten vor Schadenseintritts bezahlten Nettohonorars oder falls höher, mit dem von der Haftpflichtversicherung der Agentur geleisteten Betrag begrenzt.** Die Agentur haftet für von ihr beauftragte Dritte gemäß § 1315 ABGB. Schadensersatzansprüche des Kunden verfallen in sechs Monaten ab Kenntnis des Schadens; jedenfalls aber nach drei Jahren ab der Verletzungshandlung der Agentur.

### M. Kündigung

1. Verträge gelten grundsätzlich auf unbestimmte Zeit geschlossen und können von jeder Seite schriftlich unter Einhaltung einer Kündigungsfrist von sechs Monaten zum Kalenderquartal gekündigt werden. Eine Angabe von Gründen ist nicht erforderlich.

2. Jede Vertragspartei kann den Vertrag darüber hinaus ohne Kündigungsfrist jederzeit aus wichtigem Grund beenden. Als wichtige Gründe gelten insbesondere wesentliche Vertragsverletzungen, die trotz Mahnung und Setzung einer angemessenen Nachfrist nicht beseitigt werden, wie insbesondere die Verletzung von Zahlungspflichten, die Verletzung der Mitwirkungspflicht des Kunden oder die Pflicht zur Offenlegung der Mediapläne der Media-Agentur durch den Kunden.

3. Sollte die Agentur vor Kündigung Fremdleistungen in Auftrag gegeben haben (insbesondere Buchungen und Reservierungen von Medien) die sich auf einen Zeitraum nach Vertragsende beziehen, so wird die Agentur Rechte und Pflichten daraus mit dem Zeitpunkt der Vertragsbeendigung auf den Kunden übertragen; der Kunde wird alle Rechte und Pflichten daraus übernehmen und hält die Agentur hinsichtlich allfälliger Ansprüche des leistungserbringenden Unternehmens schad- und klaglos. Unbeschadet davon sind allfällige der Agentur daraus zustehenden Honoraransprüche, insbesondere das Produktionshonorar.

### N. Datenschutz

1. Der Kunde erklärt sich damit einverstanden, dass die Agentur die vom Kunden bekannt gegebenen Daten (Name, Adresse, E-Mail, Kreditkartendaten, Konto) für Zwecke der Vertragserfüllung sowie für eigene Werbezwecke automationsunterstützt ermittelt, speichert und verarbeitet. Der Auftraggeber ist einverstanden, dass ihm elektronische Post zu Werbezwecken bis auf Widerruf zugesendet wird.

### O. Allgemeines

1. Der Kunde stimmt zu, dass der Schriftverkehr auch per Telefax oder Email geführt werden kann. Die Agentur wird versuchen, technische Einrichtungen zu schaffen um damit verbundene Risiken (Übertragsfehler, Viren, Manipulationen) zu reduzieren, ohne jedoch für einen Erfolg zu haften. Die Agentur ist nicht verpflichtet, von ihr im Zusammenhang mit der Auftragsabwicklung erstellte Unterlagen (Reinzeichnungen, Filmkopien, Tonbänder, Ausdrucke usw.) länger als sechs Monate nach Vertragsbeendigung aufzubewahren. Gegen Kostenersatz stellt die Agentur dem Kunden auf Wunsch bei Vertragsende Kopien der erhaltenen Unterlagen in geeigneter Form zur Verfügung.

2. Die Betreuung von Unternehmen, die im selben Geschäftszweig wie der Kunde tätig sind, ist der Agentur grundsätzlich unbenommen.

3. Die sich aus dem Vertragsverhältnis zwischen der Agentur und dem Kunden ergebenden Rechte und Pflichten gehen jeweils auf allfällige Rechtsnachfolger über.

4. Änderungen und Ergänzungen des Vertrages zwischen der Agentur und dem Kunden bedürfen der Schriftform. Sollten einzelne Bestimmungen dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen unwirksam sein, so berührt dies die Wirksamkeit der übrigen Bestimmungen und der unter ihrer Zugrundelegung geschlossenen Verträge nicht. Die unwirksame Bestimmung ist durch eine wirksame, die ihrem Sinn und Zweck am nächsten kommt, zu ersetzen.

## ALLGEMEINE GESCHÄFTS BEDINGUNGEN (AGB)

5. Auf die Rechtsbeziehung zwischen der Agentur und dem Kunden sowie auf diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen findet österreichisches Recht Anwendung. Die Anwendung von UN Kaufrecht wird ausdrücklich ausgeschlossen. Erfüllungsort ist der Geschäftssitz der Agentur. Ausschließlicher Gerichtsstand ist das für Wien Innere Stadt sachlich zuständige Gericht.