



Geschäftsbedingungen

Allgemeines

- Für sämtliche Geschäfte zwischen dem Kunden und der Agentur gelten ausschließlich diese "text & pr-Geschäftsbedingungen". Entgegenstehende Geschäftsbedingungen des Kunden sind nur dann wirksam, wenn sie von der Agentur ausdrücklich und schriftlich anerkannt werden.
- Von diesen "text & pr-Geschäftsbedingungen" abweichende oder diese ergänzende Vereinbarungen bedürfen der Schriftform.
- Sollten einzelne Bestimmungen dieser "text & pr-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.

Vertragsabschluss

- Die Angebote der Agentur sind freibleibend. Der Kunde ist an seinen Auftrag zwei Wochen ab dessen Zugang bei der Agentur gebunden. Aufträge des Kunden gelten erst durch schriftliche Auftragsbestätigung der Agentur als angenommen, sofern die Agentur nicht - etwa durch Tätigwerden aufgrund des Auftrages zu erkennen gibt, dass sie den Auftrag annimmt.

Leistung und Honorar

- Wenn nicht 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.
- Für die erbrachten grafischen Leistungen und die Abgeltung der Nutzungsrechte verrechnet die Agentur das branchenübliche Honorar nach den Richtlinien der Wirtschaftskammer Österreich.
- Für die Abwicklung von Schaltungen (Print, Plakat, Radio, TV etc.) über die Agentur wird das branchenübliche Service fee in Höhe von 17,5 % verrechnet.
- Erzielte Rabatte bzw. Preisnachlässe - nicht jedoch Skontovereinbarungen zwischen Agentur und Dritten - werden an den Kunden weitergeben.
- Die Festlegung von Pauschalhonoraren setzt die möglichst detaillierte Definition des Projektes bzw. der Aufgabenstellung und der zu erbringenden Leistungen voraus.
- Die erste Besprechung in der Agentur ist für den Kunden kostenfrei und für die Vertragspartner ohne Verbindlichkeit, sofern damit kein detailliertes Aktivitätenprogramm bzw. keine konkrete Aktion verbunden ist. Ist die Besprechung gleichbedeutend mit einer eigentlichen PR-Konsultation, wird der effektive Zeitaufwand in Rechnung gestellt.
- Alle Leistungen der Agentur, die nicht ausdrücklich durch das vereinbarte Honorar abgegolten sind, werden gesondert entlohnt. Das gilt insbesondere für alle Nebenkosten, Sonderkosten, Fremdkosten sowie Beschaffungs- und Produktionskosten.
- Alle der Agentur erwachsenen Barauslagen, die über den üblichen Geschäftsbetrieb hinausgehen (z.B. für Botendienste, außergewöhnliche Versandkosten oder Reisen) sind vom Kunden zu ersetzen. Die Erstattung von Reisekosten durch den Kunden gilt als vereinbart, wenn die Besprechung nicht am Sitz der Agentur stattfindet.
- Kostenvorschläge der Agentur sind grundsätzlich unverbindlich. Wenn abzusehen ist, dass die tatsächlichen Kosten die von der Agentur schriftlich veranschlagten um mehr als 15 Prozent übersteigen, wird die Agentur den Kunden auf die höheren Kosten hinweisen. Die Kostenüberschreitung gilt als vom Kunden genehmigt, wenn der Kunde nicht binnen drei Tagen nach diesem Hinweis schriftlich widerspricht und gleichzeitig kostengünstigere Alternativen bekanntgibt.
- Für alle Arbeiten der Agentur, die aus welchem Grund auch immer nicht zur Ausführung gelangen, gebührt der Agentur eine angemessene Vergütung. Mit der Bezahlung dieser Vergütung erwirbt der Kunde an diesen Arbeiten keinerlei Rechte; nicht ausgeführte Konzepte, Entwürfe udgl. sind vielmehr unverzüglich der Agentur zurückzustellen.

Nebenkosten, Sonderkosten, Fremdkosten, Beschaffungs- und Produktionskosten

- **NEBENKOSTEN:** Das sind Aufwendungen, die der Agentur bei der Durchführung des Auftrages entstehen und die vom Auftraggeber neben dem Honorar zu tragen sind. Zu den Nebenkosten zählen insbesondere:
 - o Reisekosten im Rahmen der Abwicklung eines Auftrages inklusive km-Gelder und Diäten. Es gelten die Fahrtkostenvergütungen für das für die Auftragsbefreiung wirtschaftlichste und angemessenste Verkehrsmittel als vereinbart. In jedem Fall stehen dem Vertreter der Agentur jedoch zu: Bahnreisen 1. Klasse bzw. Schlafwagen, Inlandsflüge in Economy-Class, Business-Class bei Auslandsflügen. Nächtigung in einem Hotel gehobener Klasse (Bad/WC).
 - o Bezüglich der Kosten für Telefon und Telefax etc. gelten als Nachweis die Aufzeichnungen der Agentur.
 - o Taxispesen, Botendienste u.ä.
 - o Vervielfältigungen, Kopien, Drucksorten, Kosten für die Beschaffung von Unterlagen.
 - o Sind Nebenkosten mit einem Zeit- und Organisationsaufwand verbunden, erfolgt die Abrechnung zusätzlich auch nach den jeweiligen Stundensätzen.
 - o Zu Nebenkosten wird, sofern nicht Zeit- und Organisationsaufwand in Ansatz gebracht werden, ein Aufschlag von 20 % zur anteiligen Deckung der Bürokosten berechnet.
 - o Werden zur Erbringung einer Leistung besondere Geräte benötigt, deren ständige Haltung der Agentur nicht zu

gemutet werden können, sind diese vom Auftraggeber beizustellen. Sind diese Geräte jedoch bei der Agentur verfügbar, werden aliquote kalkulatorische Kosten zuzüglich eines Zuschlages von 20 Prozent in Rechnung gestellt.

- **SONDERKOSTEN:** Das sind Leistungen, die über den üblichen Umfang der PR-Berater-/Agenturleistung hinausgehen. Diese werden gesondert in Rechnung gestellt. Dies sind z.B.:
 - o Vorarbeiten, die der Beschaffung von Unterlagen für die Erfüllung der zu erbringenden Dienstleistung dienen oder der Beschaffung solcher Leistungen von dritter Seite, soweit diese nicht vom Auftraggeber beigestellt werden.
 - o Arbeiten in Sonderfachgebieten.
 - o Leistungen nach Erfüllung der zu erbringenden Dienstleistung (wie z.B. Erfolgskontrolle).
 - o m Kosten anderer zur Erfüllung des Auftrages notwendigerweise beizuziehender Fachleute, sofern die Beauftragung nicht direkt durch den Auftraggeber erfolgt.
- Erfolgt die Abrechnung der Sonderleistungen Dritter durch den PR-Berater/die Agentur, so wird lediglich der Organisations- und Zeitaufwand den Sonderkosten zugeschlagen. Dem etwaigen Umfang nach sind Sonderleistungen, sofern sie absehbar sind, bereits im Vertrag anzuführen bzw. sollte zumindest darauf hingewiesen werden.
- **FREMDKOSTEN:** Das sind Kosten und Aufwendungen von Dritten, die bei der Durchführung der PR- oder Werbemaßnahmen entstehen, wie Saalmieten, Bewirtungskosten, Kosten für die Ausstattung von Veranstaltungsräumen, Anmietung technischer Geräte, Honorare an Dritte etc. Sie werden unter Aufsicht des Zeit- und Organisationsaufwandes oder unter Aufschlag des branchenüblichen Service fee in Höhe von 17,5 % weiterverrechnet.
- **BESCHAFFUNGS- UND PRODUKTIONSKOSTEN:** Das sind spezielle Aufwendungen für Leistungen wie Dokumentationen, Markt- und Meinungsforschungen, Übersetzungen, grafische Arbeiten, Satz und Repros, Fotos, Druckkosten, u.ä. Sie werden gesondert ausgewiesen und unter Aufschlag des Zeit- und Organisationsaufwandes oder unter Aufschlag des branchenüblichen Service fee in Höhe von 17,5 % weiterverrechnet.
- Die PR-Agentur wird nach Möglichkeit vor Inanspruchnahme derartiger Leistungen Kostenvorschläge einholen. Barauslagen und Unkosten werden separat nach effektivem Aufwand abgerechnet.

Präsentationen

- Für die Teilnahme an Präsentationen steht der Agentur ein angemessenes Honorar zu, das zumindest den gesamten Personal- und Sachaufwand der Agentur für die Präsentation sowie die Kosten sämtlicher Fremdleistungen deckt. Erhält die Agentur nach der Präsentation keinen Auftrag, so bleiben alle Leistungen der Agentur, insbesondere die Präsentationsunterlagen und deren Inhalt im Eigentum der Agentur; der Kunde ist nicht berechtigt, diese - in welcher Form immer - weiter zu nutzen; die Unterlagen sind vielmehr unverzüglich der Agentur zurückzustellen.
- Werden die im Zuge einer Präsentation eingebrachten Ideen und Konzepte für die Lösung von Kommunikationsaufgaben nicht in von der Agentur gestalteten Werbemitteln verwertet, so ist die Agentur berechtigt, die präsentierten Ideen und Konzepte anderweitig zu verwenden.
- Die Weitergabe von Präsentationsunterlagen an Dritte sowie deren Veröffentlichung, Vervielfältigung, Verbreitung oder sonstige Verwendung ist ohne ausdrückliche Zustimmung der Agentur nicht zulässig.

Eigentumsrecht und Urheberrecht

- Alle Leistungen der Agentur einschließlich jener aus Präsentationen (z.B. Anregungen, Ideen, Skizzen, Vorentwürfe, Reinzeichnungen, Konzepte, Negative, Fotos, Dias), auch einzelne Teile daraus, bleiben ebenso wie die einzelnen Werkstücke und Entwurfsoriginale im Eigentum der Agentur und können von der Agentur jederzeit - insbesondere bei Beendigung des Agenturvertrages - zurückverlangt werden. Der Kunde erwirbt durch Zahlung des Honorars nur das Recht der Nutzung (einschließlich Vervielfältigung) zum vereinbarten Zweck und im vereinbarten Nutzungsumfang. Ohne gegenseitige Vereinbarung mit der Agentur darf der Kunde die Leistungen der Agentur nur selbst, ausschließlich in Österreich und nur für die Dauer des Agenturvertrages nutzen.
- Änderungen von Leistungen der Agentur durch den Kunden sind nur mit ausdrücklicher Zustimmung der Agentur und - soweit die Leistungen urheberrechtlich geschützt sind - des Urhebers zulässig.
- Für die Nutzung von Leistungen der Agentur, die über den ursprünglich vereinbarten Zweck und Nutzungsumfang hinausgeht, ist unabhängig davon, ob diese Leistung urheberrechtlich geschützt ist - die Zustimmung der Agentur erforderlich. Dafür steht der Agentur und dem Urheber eine gesonderte angemessene Vergütung zu; angemessene ist grundsätzlich das in der Agenturvereinbarung festgelegte Honorar; mindestens jedoch in der Höhe von 8,825 % des vom Kunden an die mit der Herstellung, Verbreitung bzw. Veröffentlichung der Werbemittel beauftragten Dritten gezahlten Entgelts.
- 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 ist - ebenfalls die Zustimmung der Agentur notwendig.
- Dafür stehen der Agentur im 1. Jahr nach Vertragsende der volle Anspruch der im abgelaufenen Vertrag vereinbarten Agenturvergütung, im Regelfall 15 %, 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 kein Agenturvergütung mehr zu zahlen.

Kennzeichnung

- Die Agentur ist berechtigt, auf allen Werbemitteln und bei

allen Werbemaßnahmen auf die Agentur und allenfalls auf den Urheber hinzuweisen, ohne dass dem Kunden dafür ein Entgeltanspruch zustünde.

Genehmigung

- Alle Leistungen der Agentur (insbesondere alle Vorentwürfe, Skizzen, Bürstenabzüge und Farbdrucke) sind vom Kunden zu überprüfen und binnen drei Tagen freizugeben. Bei nicht rechtzeitiger Freigabe gelten sie als vom Kunden genehmigt.
- Der Kunde wird insbesondere die rechtliche; vor allem die wettbewerbs- und kennzeichenrechtliche Zulässigkeit der Agenturleistungen überprüfen lassen. Die Agentur veranläßt eine externe rechtliche Prüfung nur auf schriftlichen Wunsch des Kunden; die damit verbundenen Kosten hat der Kunde zu tragen.

Termine

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

Zahlungen

- Die Rechnungen der Agentur sind prompt netto Kassa ohne jeden Abzug ab Rechnungsdatum fällig, sofern nicht anderes vereinbart wurde. Bei verspäteter Zahlung gelten Verzugszinsen in der Höhe von mindestens 10 % p.a. als vereinbart. Gelieferte Waren bleiben bis zur vollständigen Bezahlung Eigentum der Agentur.
- Der Kunde darf nur mit unbestrittenen oder rechtskräftig festgestellten Forderungen aufrechnen oder ein Zurückbehaltungsrecht geltend machen.

Gewährleistung und Schadenersatz

- Die Gewährleistungsfrist gegenüber Unternehmen als Kunden beträgt 6 Monate.
- Ist ein Mangel sofort erkennbar, hat der Kunde allfällige Reklamationen innerhalb von drei Tagen nach Leistung durch die Agentur schriftlich geltend zu machen und zu begründen. Im Fall berechtigter und rechtzeitiger Reklamationen steht dem Kunden nur das Recht auf Verbesserung der Leistung durch die Agentur 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 der Agentur beruhen.
- Wurde der Auftrag in der mangelhaften Form vom Kunden schriftlich oder mündlich freigegeben, besteht keine Möglichkeit auf Schadenersatz.
- Die Beweislastumkehr, also die Verpflichtung der Agentur zum Beweis ihrer Unschuld, wird gegenüber Unternehmen als Kunden gänzlich ausgeschlossen.
- Für die ihr zur Bearbeitung überlassenen Unterlagen des Kunden übernimmt die Agentur keinerlei Haftung.

Haftung

- Die Agentur 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 auch bei den von der Agentur vorgeschlagenen Werbemaßnahmen ist aber der Kunde selbst verantwortlich. Er wird eine von der Agentur vorgeschlagene Werbemaßnahme (ein von der Agentur vorgeschlagene Kennzeichen) erst dann freigeben, wenn er selbst sich von der wettbewerbsrechtlichen (kennzeichenrechtlichen) Unbedenklichkeit vergewissert hat oder wenn er bereit ist, das mit der Durchführung der Werbemaßnahme (der Verwendung des Kennzeichens) verbundene Risiko selbst zu tragen.
- Jegliche Haftung der Agentur für Ansprüche, die auf Grund der Werbemaßnahme (der Verwendung eines Kennzeichens) gegen den Kunden erhoben werden, wird ausdrücklich ausgeschlossen, wenn die Agentur ihrer Hinweispflicht nachgekommen ist; insbesondere haftet die Agentur 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 Werbemaßnahme (der Verwendung eines Kennzeichens) die Agentur selbst in Anspruch genommen wird, hält der Kunde die Agentur schad- und klaglos: Der Kunde hat der Agentur somit sämtliche finanziellen und sonstige Nachteile (einschließlich immaterieller Schäden) zu ersetzen, die der Agentur aus der Inanspruchnahme durch einen Dritten entstehen.

Anzuwendendes Recht

- Auf die Rechtsbeziehungen zwischen dem Kunden und der Agentur ist ausschließlich österreichisches Recht anzuwenden.

Erfüllungsort und Gerichtsstand

- Erfüllungsort ist der Sitz der Agentur und zwar Wels.
- Als Gerichtsstand für alle sich mittelbar oder unmittelbar zwischen der Agentur und dem Kunden ergebenden Streitigkeiten wird das für den Sitz der Agentur örtlich und sachlich zuständige österreichische Gericht vereinbart. Die Agentur ist jedoch auch berechtigt, ein anderes, für den Kunden zuständiges Gericht anzurufen.