

Allgemeine Geschäftsbedingungen

Joberg GmbH · FN 668823 p · Handelsgericht Wien · UID ATU82869503
Modecenterstraße 17-19/Unit 2/EG A3, 1110 Wien · kontakt@joberg.co

1. Geltung, Vertragsabschluss

1.1 Die Joberg 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. Die AGB gelten ausschließlich gegenüber Unternehmern im Sinne des § 1 KSchG bzw. § 14 BGB (B2B); Verträge mit Verbrauchern werden nicht geschlossen.

1.2 Maßgeblich ist jeweils die zum Zeitpunkt des Vertragsschlusses gültige Fassung. Abweichungen von diesen AGB 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 sowie auf die konkret geänderten Klauseln wird der Kunde in der Verständigung ausdrücklich hingewiesen. Diese Zustimmungsfiktion gilt nicht für die Änderung wesentlicher Leistungsinhalte und Entgelte.

1.5 Sollten einzelne Bestimmungen dieser AGB 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 Agentur sind freibleibend und unverbindlich. Der Vertrag kommt durch schriftliche Auftragsbestätigung der Agentur oder durch die vom Kunden unterfertigte Annahme des Angebots zustande.

1.7 Schriftform im Sinne dieser AGB ist auch durch E-Mail gewahrt, sofern nichts anderes bestimmt ist. Freigaben, Briefings und Änderungswünsche per E-Mail sind daher verbindlich.

2. Versand- und Zustelldienstleister

Die Agentur weist den Kunden darauf hin, dass der Paketversand durch Post- und Paketdienstleister erfolgt, auf deren Beförderungsbedingungen, Laufzeiten und Zustellpraxis die Agentur keinen Einfluss hat. Zustellungen können sich verzögern, Sendungen können vom Empfänger verweigert,

an Poststellen oder Empfangszentralen abgegeben, ungeöffnet retourniert oder in Einzelfällen verloren gehen. Die Agentur wählt den Dienstleister sorgfältig aus und kann für Verzögerungen, Verweigerungen oder Verluste, die im Verantwortungsbereich des Dienstleisters liegen, nicht eintreten; sie tritt dem Kunden auf Verlangen allfällige Ersatzansprüche gegen den Dienstleister ab. Unzustellbare oder retournierte Sendungen begründen keinen Anspruch auf Minderung des Honorars; bereits angefallene Kosten für Objekte, Verpackung und Porto sind vom Kunden zu tragen. Auf Wunsch und gegen gesondertes Entgelt wird ein Ersatzversand an geprüfte Adressen organisiert.

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. Dazu zählen insbesondere die Auswahl und Bedeutung des physischen Objekts (Metapher), Aufhänger, Werbeschlagwörter, Werbetexte, Grafiken, Illustrationen und Werbemittel, auch wenn sie keine Werkhöhe erreichen. Geschützt sind jene Elemente des Konzeptes, die eigenartig sind und der Vermarktungsstrategie ihre charakteristische Prägung geben.

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.

3.6 Sofern der potentielle Kunde der Meinung ist, dass ihm von der Agentur Ideen präsentiert wurden, auf die er bereits vor der Präsentation gekommen ist, so hat er dies der Agentur 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 Agentur dem potentiellen Kunden eine für ihn neue Idee präsentiert hat. Wird die Idee vom Kunden verwendet, so ist davon auszugehen, dass die Agentur dabei verdienstlich wurde.

3.8 Der potentielle Kunde kann sich von seinen Verpflichtungen aus diesem Punkt durch Zahlung einer angemessenen Entschädigung, welche sich nach dem Einzelfall berechnet, zuzüglich 20 % Umsatzsteuer befreien. Die Befreiung tritt erst nach vollständigem Eingang der Zahlung der Entschädigung bei der Agentur ein.

4. Leistungsumfang, Auftragsabwicklung und Mitwirkungspflichten des Kunden

4.1 Der Umfang der zu erbringenden Leistungen ergibt sich aus der Leistungsbeschreibung im Agenturvertrag oder einer allfälligen Auftragsbestätigung durch die Agentur, sowie dem allfälligen Briefingprotokoll („Angebotsunterlagen“). Nachträgliche Änderungen des Leistungsinhaltes bedürfen der schriftlichen Bestätigung durch die Agentur. Innerhalb des vom Kunden vorgegebenen Rahmens besteht bei der Erfüllung des Auftrages Gestaltungsfreiheit der Agentur.

4.1a Leadgenerierung durch Paketversand: Im Rahmen der Leadgenerierung durch Paketversand erbringt die Agentur folgende Leistungen, sofern nicht im Einzelfall abweichend schriftlich vereinbart: (a) Konzeption und Erstellung einer Kampagne, bestehend aus einem physischen Objekt und einem Verkaufsanschreiben (Sales-Letter); die konkrete Ausgestaltung erfolgt in Abstimmung mit dem Kunden und bedarf dessen Freigabe gemäß Punkt 4.2; (b) Beschaffung der Objekte und Verpackung; (c) Organisation des Versands der freigegebenen Pakete im Namen und auf Rechnung des Kunden an die in der vereinbarten Kontaktliste enthaltenen Unternehmen; die Auswahl des Versanddienstleisters erfolgt nach Ermessen der Agentur, sofern nicht anders vereinbart; (d) sofern vereinbart, telefonische Nachkontaktierung gemäß Punkt 4.5a.

4.2 Alle Leistungen der Agentur (insbesondere alle Vorentwürfe, Skizzen, Reinzeichnungen, Texte, Sales-Letter, Objektvorschläge, Kontaktlisten und elektronische Dateien) sind vom Kunden zu überprüfen und von ihm binnen drei Werktagen ab Eingang beim Kunden freizugeben. Nach Verstreichen dieser Frist ohne Rückmeldung des Kunden gelten sie als vom Kunden genehmigt. Mit der Freigabe des Sales-Letters und der Kontaktliste erklärt der Kunde, dass die darin enthaltenen Aussagen über sein Unternehmen, seine Produkte und Leistungen zutreffend sind.

4.3 Der Kunde wird der Agentur 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 Agentur wiederholt werden müssen oder verzögert werden.

4.3a Bereitstellung der Firmenkontakte: Die für den Paketversand zu kontaktierenden Firmenkontakte werden entweder vom Kunden bereitgestellt oder, sofern gesondert vereinbart, von der Agentur nach den vereinbarten Kriterien recherchiert. Stellt der Kunde die Firmenkontakte bereit, so ist er verpflichtet, diese der Agentur in einem geeigneten Format und rechtzeitig vor dem geplanten Versandbeginn zur Verfügung zu stellen; er garantiert, dass diese Daten aktuell, korrekt und für den beabsichtigten Zweck (Direktwerbung per Post und gegebenenfalls telefonische Nachkontaktierung) rechtlich zulässig verwendet werden dürfen (siehe auch Punkt 4.4). Erfolgt die Recherche der Firmenkontakte durch die Agentur, so erfolgt dies nach bestem Wissen und Gewissen und unter Beachtung der vereinbarten Kriterien; die Agentur übernimmt keine Gewähr für die

Richtigkeit, Vollständigkeit oder Aktualität dieser Daten und keine Gewähr für eine bestimmte Anzahl erreichbarer Ansprechpersonen.

4.4 Der Kunde ist verpflichtet, die von ihm für die Durchführung des Auftrages zur Verfügung gestellten Kontaktdaten (insbesondere Firmennamen, Adressen, Ansprechpersonen, E-Mail-Adressen, Telefonnummern) auf ihre datenschutz- und wettbewerbsrechtliche Zulässigkeit (insbesondere Vorliegen eines berechtigten Interesses oder von Einwilligungen, Beachtung von Werbewidersprüchen und Robinsonlisten) zu prüfen und garantiert, dass die zur Verfügung gestellten Kontaktdaten im Einklang mit den geltenden Bestimmungen (insbesondere DSGVO, TKG 2021, UWG) für den angestrebten Zweck eingesetzt werden dürfen. Stellt der Kunde der Agentur Kontaktdaten zur Verfügung, so hält er die Agentur hinsichtlich aller Ansprüche Dritter (insbesondere Betroffener oder Aufsichtsbehörden) aufgrund einer rechtlich unzulässigen Verwendung dieser Daten schad- und klaglos und verpflichtet sich, sämtliche Kosten (einschließlich angemessener Rechtsverteidigung) zu tragen, die der Agentur in diesem Zusammenhang entstehen. Die Agentur ist nicht verpflichtet, die vom Kunden bereitgestellten Kontaktdaten auf ihre Zulässigkeit hin zu überprüfen, es sei denn, es bestehen offenkundige Anhaltspunkte für eine Rechtswidrigkeit.

4.4a Auftragsverarbeitung: Soweit die Agentur personenbezogene Daten verarbeitet, die ihr vom Kunden zur Verfügung gestellt werden, handelt sie als Auftragsverarbeiter des Kunden im Sinne des Art. 28 DSGVO. Die Parteien schließen hierüber vor Beginn der Verarbeitung einen Auftragsverarbeitungsvertrag ab, der als Anlage Bestandteil des Agenturvertrages wird. Die Agentur verarbeitet diese Daten ausschließlich zur Durchführung der vereinbarten Kampagne und nach Weisung des Kunden, verpflichtet ihre Mitarbeiter und Erfüllungsgehilfen zur Vertraulichkeit, trifft angemessene technische und organisatorische Maßnahmen und löscht oder retourniert die Daten nach Abschluss der Kampagne, soweit keine gesetzlichen Aufbewahrungspflichten entgegenstehen. Soweit die Agentur Kontakte selbst recherchiert, ist sie insoweit datenschutzrechtlich Verantwortliche und erfüllt die Informationspflichten nach Art. 13 und 14 DSGVO durch ihre Datenschutzerklärung und geeignete Hinweise im Sales-Letter.

4.5a Rückmeldung und Terminbuchung: Die Agentur richtet im Rahmen der Kampagne Möglichkeiten für die kontaktierten Unternehmen ein, proaktiv auf das Paket zu reagieren (z. B. durch Angabe einer E-Mail-Adresse oder eines Terminbuchungs-Links des Vertriebsmitarbeiters des Kunden im Sales-Letter). Die Bearbeitung dieser direkten Rückmeldungen und die Terminbuchung obliegen dem Kunden, sofern nicht ausdrücklich anders schriftlich vereinbart. Sofern als Teil der Leistung vereinbart, erfolgt eine aktive telefonische Nachkontaktierung der Unternehmen, die nicht proaktiv reagiert haben, durch die Agentur mit dem Ziel der Terminvereinbarung für den Kunden. Die konkreten Details und der Umfang dieser Nachkontaktierung (Anzahl der Kontaktversuche, Zeitraum, Gesprächsleitfaden) werden im jeweiligen Angebot oder der Auftragsbestätigung gesondert festgelegt.

4.5b Rechtsrahmen der telefonischen Kontaktaufnahme: Die Agentur führt Anrufe ausschließlich gegenüber Unternehmen bzw. deren Ansprechpersonen im geschäftlichen Bereich durch und beachtet dabei die einschlägigen Vorschriften des Telekommunikations- und Wettbewerbsrechts des jeweiligen Ziellandes (in Österreich insbesondere § 174 TKG 2021, in Deutschland § 7 UWG, in der Schweiz Art. 3 UWG). Der Kunde nimmt zur Kenntnis, dass Werbeanrufe je nach Zielland nur unter bestimmten Voraussetzungen zulässig sind, und wird die Agentur über bekannte Werbewidersprüche, bestehende Kundenbeziehungen und erteilte Einwilligungen der Kontakte

informieren. Ansprechpersonen, die einer weiteren Kontaktaufnahme widersprechen, werden von der Agentur in eine Sperrliste aufgenommen und nicht mehr kontaktiert; der Kunde ist verpflichtet, ihm bekannt werdende Widersprüche unverzüglich an die Agentur weiterzugeben.

4.6 Kein Erfolgsversprechen: Die Agentur schuldet die sorgfältige Konzeption und Durchführung der Kampagne, nicht jedoch einen bestimmten wirtschaftlichen Erfolg. Insbesondere werden keine bestimmte Anzahl an Rückmeldungen, Terminen, Angeboten oder Aufträgen und keine bestimmte Rücklauf- oder Abschlussquote zugesichert. Von der Agentur genannte Kennzahlen (z. B. Terminquoten früherer Kampagnen) sind Erfahrungswerte aus konkreten Kampagnen und keine Zusage für den Einzelfall; sie hängen wesentlich von Produkt, Zielgruppe, Preisniveau, Kontaktqualität, Zeitpunkt und der Mitwirkung des Kunden ab.

4.7 Objekte, Versand ins Ausland und Produktkonformität: Die im Rahmen der Kampagne versendeten physischen Objekte werden in Abstimmung mit dem Kunden ausgewählt. Der Kunde ist verpflichtet, die Agentur auf branchen- oder unternehmensspezifische Beschränkungen (z. B. Compliance-Regeln der Empfänger zu Geschenken, Lebensmittel- oder Sicherheitsvorschriften) hinzuweisen, soweit sie ihm bekannt sind. Bei Versand in Länder außerhalb der EU (insbesondere in die Schweiz) trägt der Kunde die anfallenden Zölle, Einfuhrabgaben und Zollabwicklungskosten sowie das Risiko von Verzögerungen durch die Zollabfertigung; die Agentur weist auf diese Kosten vor Versand hin. Die Agentur beschafft ausschließlich handelsübliche, im EWR verkehrsfähige Objekte; eine Prüfung der Produktsicherheit über die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns hinaus schuldet sie nicht.

5. Fremdleistungen / Beauftragung Dritter

5.1 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“).

5.2 Die Beauftragung von Dritten im Rahmen einer Fremdleistung erfolgt entweder im eigenen Namen oder im Namen des Kunden, letztere nach vorheriger Information an den Kunden. Die Agentur wird diesen Dritten sorgfältig auswählen und darauf achten, dass dieser über die erforderliche fachliche Qualifikation verfügt.

5.3 In Verpflichtungen gegenüber Dritten, die dem Kunden namhaft gemacht wurden und die über die Vertragslaufzeit hinausgehen, hat der Kunde einzutreten. Das gilt ausdrücklich auch im Falle einer Kündigung des Agenturvertrages 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 Agentur schriftlich zu bestätigen. Versandtermine setzen die rechtzeitige Freigabe gemäß Punkt 4.2 und die rechtzeitige Bereitstellung der Kontaktdaten gemäß Punkt 4.3a voraus und verschieben sich bei Verzögerungen im Verantwortungsbereich des Kunden entsprechend.

6.2 Verzögert sich die Lieferung/Leistung der Agentur aus Gründen, die sie nicht zu vertreten hat, wie z. B. Ereignisse höherer Gewalt, Lieferengpässe bei Objekten, Streiks oder Störungen bei Versanddienstleistungen 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.

6.3 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.

7. Vertragsdauer und vorzeitige Auflösung

7.1 Die Agentur 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 Agentur weder Vorauszahlungen leistet noch vor Leistung der Agentur eine taugliche Sicherheit leistet; (d) der Kunde die Agentur zu Aussagen, Handlungen oder Kontaktaufnahmen veranlassen will, die gegen gesetzliche Bestimmungen verstoßen.

7.2 Der Kunde ist berechtigt, den Vertrag aus wichtigen Gründen ohne Nachfristsetzung aufzulösen. Ein wichtiger Grund liegt insbesondere dann vor, wenn die Agentur fortgesetzt, trotz schriftlicher Abmahnung mit einer angemessenen Nachfrist von zumindest 14 Tagen zur Behebung des Vertragsverstoßes, gegen wesentliche Bestimmungen aus diesem Vertrag verstößt.

7.3 Kampagnenverträge enden mit Abschluss der vereinbarten Kampagne. Laufende Betreuungsverträge (z. B. monatliche Kontingente) werden, sofern nichts anderes vereinbart ist, auf unbestimmte Zeit geschlossen und können von beiden Seiten unter Einhaltung einer Frist von einem Monat zum Monatsende schriftlich gekündigt werden; bereits beauftragte und in Produktion befindliche Kampagnen sind davon nicht berührt und werden abgeschlossen und abgerechnet.

8. Honorar

8.1 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. Ab einem Auftragsvolumen mit einem (jährlichen) Budget von € 5.000,– oder bei Aufträgen, die sich über einen längeren Zeitraum erstrecken, ist die Agentur berechtigt, Zwischenabrechnungen bzw. Vorausrechnungen zu erstellen oder Akontozahlungen abzurufen. Kosten für Objekte, Verpackung und Porto sind, sofern nichts anderes vereinbart ist, vor Versandbeginn zu bezahlen.

8.2 Das Honorar versteht sich als Netto-Honorar zuzüglich der Umsatzsteuer 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.

8.3 Alle Leistungen der Agentur, die nicht ausdrücklich durch das vereinbarte Honorar abgegolten sind, werden gesondert entlohnt. Alle der Agentur erwachsenden Barauslagen (insbesondere Objekte, Verpackung, Porto, Zölle, Adressdaten) sind vom Kunden zu ersetzen.

8.4 Kostenvoranschläge der Agentur sind unverbindlich. 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 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 Kunden von vornherein als genehmigt.

8.5 Wenn der Kunde in Auftrag gegebene Arbeiten ohne Einbindung der Agentur – unbeschadet der laufenden sonstigen Betreuung durch diese – einseitig ändert oder abbricht, hat er der Agentur 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 Agentur begründet ist, hat der Kunde der Agentur darüber hinaus das gesamte für diesen Auftrag vereinbarte Honorar zu bezahlen, wobei die Anrechnung ersparter Aufwendungen nach § 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 Agentur gelieferte Ware bleibt bis zur vollständigen Bezahlung des Entgelts einschließlich aller Nebenverbindlichkeiten im Eigentum der Agentur.

9.2 Bei Zahlungsverzug des Kunden gelten die gesetzlichen Verzugszinsen in der für Unternehmungsgeschäfte 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 den Pauschalbetrag nach § 458 UGB sowie die Kosten zweier Mahnschreiben in marktüblicher Höhe von derzeit zumindest € 20,00 je Mahnung und 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 Agentur sämtliche, im Rahmen anderer mit dem Kunden abgeschlossener Verträge, erbrachten Leistungen und Teilleistungen sofort fällig stellen.

9.4 Weiters ist die Agentur 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 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).

9.6 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. Eigentumsrecht und Urheberrecht

10.1 Alle Leistungen der Agentur, einschließlich jener aus Präsentationen (z. B. Anregungen, Ideen, Skizzen, Vorentwürfe, Konzepte, Texte, Reinzeichnungen), 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. Mangels anderslautender Vereinbarung darf der Kunde die Leistungen der Agentur in dem Gebiet nutzen, für das die Kampagne vereinbart wurde, jedenfalls in Österreich, Deutschland und der Schweiz. 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 diesem Zeitpunkt die Leistungen der Agentur, so beruht diese Nutzung auf einem jederzeit widerrufbaren Leihverhältnis.

10.1a Eigentum und Nutzungsrechte an Kampagnenmaterialien: Soweit die Agentur im Rahmen der Leadgenerierung durch Paketversand spezifische Materialien wie das physische Objekt (sofern nicht vom Kunden beigestellt) und den Sales-Letter erstellt, verbleibt das geistige Eigentum (insbesondere Urheberrechte) an diesen Materialien bei der Agentur. Mit der vollständigen Bezahlung des vereinbarten Honorars erwirbt der Kunde das nicht-ausschließliche, zeitlich und räumlich auf den Zweck der konkreten Kampagne beschränkte Nutzungsrecht, diese Materialien im Rahmen der durchgeführten Aktion zu verwenden. Eine weitergehende Nutzung, Vervielfältigung oder Bearbeitung dieser Materialien durch den Kunden oder Dritte bedarf der vorherigen schriftlichen Zustimmung der Agentur und kann gegebenenfalls einer zusätzlichen Vergütungspflicht unterliegen. Sofern das physische Objekt vom Kunden beigestellt wurde, verbleibt das Eigentum daran beim Kunden. Die versendeten Pakete samt Objekt gehen mit Zustellung in das Eigentum des jeweiligen Empfängers über.

10.2 Änderungen bzw. 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. Die Herausgabe aller sogenannten „offenen Dateien“ wird damit ausdrücklich

nicht Vertragsbestandteil. Die Agentur ist nicht zur Herausgabe verpflichtet; ohne vertragliche Abtretung der Nutzungsrechte auch für „elektronische Arbeiten“ hat der Kunde keinen Rechtsanspruch darauf.

10.3 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.

10.4 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 Leistung urheberrechtlich geschützt ist oder nicht, ebenfalls die Zustimmung der Agentur notwendig.

10.4a Weiterverwendung von Kampagnenmaterialien nach Vertragsende: Die über die ursprüngliche Kampagne hinausgehende oder nach Beendigung des Agenturvertrages erfolgende Nutzung der von der Agentur für die Paketkampagne konzipierten und erstellten Materialien (insbesondere des Sales-Letters und des Konzepts des physischen Objekts, auch wenn dieses nicht urheberrechtlichen Schutz genießt) bedarf der vorherigen schriftlichen Zustimmung der Agentur. Für eine solche weitergehende Nutzung steht der Agentur eine gesonderte angemessene Vergütung zu, deren Höhe im Einzelfall zu vereinbaren ist. Die Regelungen in Punkt 10.5 finden hierbei keine automatische Anwendung, sondern dienen lediglich als Orientierungspunkt für die Bemessung der angemessenen Vergütung.

10.5 Für Nutzungen gemäß Punkt 10.4 steht der Agentur im 1. Jahr nach Vertragsende ein Anspruch auf die volle im abgelaufenen Vertrag vereinbarte Agenturvergütung 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 Agenturvergütung mehr zu zahlen.

10.6 Der Kunde haftet der Agentur für jede widerrechtliche Nutzung in doppelter Höhe des für diese Nutzung angemessenen Honorars.

11. Kennzeichnung

11.1 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 zusteht.

11.2 Die Agentur ist vorbehaltlich 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) und durchgeführte Kampagnen in anonymisierter Form (ohne Nennung des Kunden, ohne vertrauliche Kennzahlen) als Fallbeispiele darzustellen.

12. Gewährleistung

12.1 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 eine allfällige Abweichung der 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 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.

12.3 Es obliegt 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. Für die inhaltliche Richtigkeit der Angaben über das Unternehmen, die Produkte und Leistungen des Kunden im Sales-Letter ist ausschließlich der Kunde verantwortlich.

12.4 Die Gewährleistungsfrist beträgt sechs Monate ab 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 Agentur 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 Agentur ausgeschlossen oder beschränkt ist, gilt dies auch für die persönliche Haftung ihrer „Leute“.

13.2 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.

13.3 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 des betroffenen Auftrags begrenzt.

13.4 Die Haftungsausschlüsse und -beschränkungen nach den Punkten 6.3, 12 und 13 gelten nicht für Schäden, die die Agentur vorsätzlich oder grob fahrlässig verursacht hat, nicht für Personenschäden und nicht für Ansprüche nach dem Produkthaftungsgesetz, soweit diese zwingend sind.

14. Anzuwendendes Recht

Der Vertrag und alle daraus abgeleiteten wechselseitigen Rechte und Pflichten sowie Ansprüche zwischen der Agentur und dem Kunden unterliegen dem österreichischen materiellen Recht unter Ausschluss seiner Verweisungsnormen und unter Ausschluss des UN-Kaufrechts. Dies gilt auch für Kunden mit Sitz in Deutschland oder der Schweiz.

15. Erfüllungsort und Gerichtsstand

15.1 Erfüllungsort ist der Sitz der Agentur. Bei Versand geht die Gefahr auf den Kunden über, sobald die Agentur die Ware dem von ihr gewählten Beförderungsunternehmen übergeben hat.

15.2 Als Gerichtsstand für alle sich zwischen der Agentur und dem Kunden ergebenden Rechtsstreitigkeiten im Zusammenhang mit diesem Vertragsverhältnis wird das für den Sitz der Agentur sachlich zuständige Gericht in Wien vereinbart. Ungeachtet dessen ist die Agentur berechtigt, den Kunden an seinem allgemeinen Gerichtsstand zu klagen.

15.3 Soweit in diesem Vertrag auf natürliche Personen bezogene Bezeichnungen nur in männlicher Form angeführt sind, beziehen sie sich auf alle Geschlechter in gleicher Weise.

16. Vertraulichkeit und Datenschutz

16.1 Die Parteien verpflichten sich wechselseitig, alle im Rahmen der Anbahnung und Durchführung der Geschäftsbeziehung bekannt gewordenen vertraulichen Informationen der jeweils anderen Partei geheim zu halten, vertraulich zu behandeln und ausschließlich für Zwecke der Vertragserfüllung zu verwenden. Eine Nutzung zur Erlangung eines eigenen wettbewerblichen, kommerziellen oder finanziellen Vorteils ist unzulässig.

16.2 Als „vertrauliche Informationen“ gelten alle nicht offenkundigen Informationen kaufmännischer, technischer, organisatorischer, finanzieller oder rechtlicher Art, insbesondere Geschäfts- und Betriebsgeheimnisse, Kunden-, Kontakt- und Zielgruppendaten, Kampagnen-, Vertriebs- und Konzeptunterlagen, Sales-Letter, Preise, Kalkulationen, Methoden und Know-how sowie das Bestehen und der Inhalt des jeweiligen Vertrags. Dies gilt unabhängig davon, ob die Informationen ausdrücklich als vertraulich gekennzeichnet sind, und unabhängig von der Form der Offenlegung.

16.3 Von der Geheimhaltungspflicht ausgenommen sind Informationen, die (a) zum Zeitpunkt der Offenlegung bereits offenkundig waren oder später ohne Verletzung dieser Bestimmung offenkundig werden, (b) der empfangenden Partei nachweislich bereits vorher rechtmäßig bekannt waren, (c) von der empfangenden Partei nachweislich unabhängig und ohne Nutzung vertraulicher Informationen der anderen Partei entwickelt wurden, oder (d) aufgrund zwingender gesetzlicher, behördlicher oder gerichtlicher Verpflichtung offenzulegen sind. Im Fall von (d) wird die zur Offenlegung verpflichtete

Partei die andere Partei – soweit rechtlich zulässig – vorab informieren und die Offenlegung auf das erforderliche Maß beschränken.

16.4 Die Parteien geben vertrauliche Informationen nur an solche Mitarbeiter, Organe, Berater oder Erfüllungsgehilfen weiter, die diese zur Vertragserfüllung benötigen („Need-to-know“-Prinzip), und stellen sicher, dass diese Personen in zumindest gleichem Umfang zur Vertraulichkeit verpflichtet sind.

16.5 Die Geheimhaltungspflicht besteht ab dem ersten Kontakt (auch vorvertraglich), für die gesamte Dauer der Geschäftsbeziehung sowie für einen Zeitraum von drei (3) Jahren nach deren Beendigung fort. Weitergehende gesetzliche Geheimnisschutz- und Schutzbestimmungen, insbesondere nach dem UWG, bleiben unberührt.

16.6 Auf schriftliche Aufforderung der offenlegenden Partei sowie mit Beendigung der Geschäftsbeziehung sind vertrauliche Informationen einschließlich sämtlicher Kopien, Notizen und Zusammenfassungen zurückzugeben oder dauerhaft und unwiederbringlich zu löschen, soweit keine gesetzlichen Aufbewahrungspflichten entgegenstehen.

16.7 Die der Agentur nach Punkt 11 (Kennzeichnung) und Punkt 17 (Testimonials und Rezensionen) zustehenden Rechte bleiben von dieser Bestimmung unberührt.

16.8 Datenschutz: Die Parteien verarbeiten personenbezogene Daten der jeweils anderen Partei (insbesondere Kontaktdaten von Ansprechpersonen) zur Durchführung des Vertrages auf Grundlage des Art. 6 Abs. 1 lit. b und f DSGVO. Die Verarbeitung von Kontaktdaten Dritter im Rahmen von Kampagnen richtet sich nach den Punkten 4.3a, 4.4, 4.4a und 4.5b sowie nach dem gesondert abzuschließenden Auftragsverarbeitungsvertrag. Die Datenschutzerklärung der Agentur ist unter joberg.co/datenschutz abrufbar.

17. Testimonials und Rezensionen

17.1 Der Kunde räumt der Agentur unentgeltlich das zeitlich und räumlich unbeschränkte, nicht-ausschließliche und übertragbare Recht ein, alle im Rahmen der Geschäftsbeziehung oder im Zusammenhang mit den erbrachten Leistungen von ihm erstellten oder zur Verfügung gestellten Testimonials, Rezensionen, Zitate, Logos, Markennamen und sonstigen Kennzeichen (zusammenfassend „Kundenfeedback“) in jeglicher Form und in allen Medien (insbesondere Website, Sales-Letter, Werbeanzeigen, Social-Media-Kanäle, E-Mails, Präsentationen, Printmaterialien) für eigene werbliche und geschäftliche Zwecke zu nutzen, zu vervielfältigen, zu verbreiten, öffentlich zugänglich zu machen, zu bearbeiten (soweit die Aussage nicht sinnentstellend verändert wird) und auf sonstige Weise zu verwerten. Diese Nutzungsrechte bleiben auch nach Beendigung der Zusammenarbeit bestehen, da Testimonials und Rezensionen die Zufriedenheit des Kunden während der Geschäftsbeziehung authentisch widerspiegeln.

17.2 Soweit Kundenfeedback den Namen, das Bild oder sonstige personenbezogene Daten einer natürlichen Person enthält (z. B. ein namentlich gezeichnetes Zitat), erfolgt die Nutzung auf Grundlage der Einwilligung dieser Person, die jederzeit mit Wirkung für die Zukunft widerrufen werden kann (Art. 7 Abs. 3 DSGVO). Nach einem Widerruf wird die Agentur das betreffende Feedback binnen angemessener Frist, spätestens binnen 14 Tagen, von ihren digitalen Kanälen entfernen und bei Neuauflagen von Druckwerken nicht mehr verwenden; bereits produzierte

Druckwerke dürfen aufgebraucht werden. Die Nutzung von Firmenlogos und Firmennamen als Referenz richtet sich nach Punkt 11.2.

17.3 Der Kunde sichert zu, dass er über alle erforderlichen Rechte an dem Kundenfeedback verfügt und dass die Nutzung des Kundenfeedbacks durch die Agentur gemäß Punkt 17.1 keine Rechte Dritter (insbesondere Urheber-, Marken-, Persönlichkeitsrechte oder Wettbewerbsrechte) verletzt und nicht gegen geltendes Recht verstößt. Der Kunde hält die Agentur diesbezüglich von allen Ansprüchen Dritter schad- und klaglos.

17.4 Die Agentur ist nicht verpflichtet, das Kundenfeedback tatsächlich zu nutzen. Sie behält sich das Recht vor, Kundenfeedback jederzeit und ohne Angabe von Gründen nicht mehr zu verwenden oder zu entfernen.

17.5 Sofern personenbezogene Daten im Kundenfeedback enthalten sind, sichert der Kunde zu, dass die betroffenen Personen in die Weitergabe und Nutzung ihrer Daten durch die Agentur zu den in Punkt 17.1 genannten Zwecken gemäß den geltenden Datenschutzbestimmungen (insbesondere DSGVO) eingewilligt haben. Der Kunde stellt der Agentur auf Anfrage entsprechende Nachweise zur Verfügung.

Bestätigung

Der Kunde bestätigt durch die Unterschrift des erhaltenen Angebotes bzw. durch schriftliche Auftragserteilung, die AGB zur Kenntnis genommen zu haben und dass im Falle einer Auftragserteilung diese Regeln dem Vertragsverhältnis zugrunde liegen.