

Allgemeine Geschäftsbedingungen
der
Dentsu Aegis Network Austria GmbH
(nachfolgend bezeichnet als AGENTUR)

1. Vertragliche Grundlagen

1.1 Geltungsbereich

Diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) gelten für sämtliche Rechtsgeschäfte und sämtliche Dienstleistungen und/oder Lieferungen der AGENTUR im In- und Ausland.

1.2 Rangfolge der vertraglichen Regelungen

Sämtliche vertraglichen Vereinbarungen stehen in folgender Rangfolge:

- a) Individualvertraglich vereinbarte Verträge;
- b) diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen;
- c) Gesetzliche Vorschriften.

Die zuerst genannten Vereinbarungen haben bei Widersprüchen stets Vorrang vor den zuletzt genannten. Lücken werden durch die jeweils nachrangigen Bestimmungen ausgefüllt. Die AGB finden auch für alle künftigen Geschäftsbeziehungen Anwendung, selbst wenn sie nicht nochmals ausdrücklich vereinbart werden. Widersprechende oder eigene allgemeine Geschäftsbedingungen der Kunden werden ausdrücklich durch den Vertragsabschluss ausgeschlossen. Dies gilt auch dann, wenn die Angebotsabgabe oder Angebotsannahme von Kunden unter dem Hinweis der vorrangigen Geltung der eigenen Allgemeinen Geschäftsbedingungen erfolgt.

2. Vorlaufzeiten bei Kampagnen

Die angegebenen Vorlaufzeiten sollen sicherstellen, dass gewünschte Platzierungen gebucht und Verfügbarkeitsengpässe bei den Medien vermieden werden können. Ein fristgerechtes vollständiges Briefing, eine fristgerechte Freigabe und die fristgerechte Werbemittelanlieferung stellen medienseitig die Überprüfung der technischen und rechtlichen Spezifikationen der Werbemittel sicher, sowie in Folge den korrekten Werbemittelsinsatz und vermeiden eine Verschiebung des Kampagnenstarts. Bei solchen Verschiebungen verrechnen die Medien Stornogebühren, die im vollen Umfang vom Kunden der AGENTUR zu ersetzen sind. Der Kunde oder die von ihm benannte Kreativagentur erhält vor jeder Kampagne eine Werbemittelanforderung mit technischen Spezifikationen, sowie die Termine für die zeitgerechte Anlieferung. Die AGENTUR behält sich vor, Aufwände, die durch die Nichteinhaltung der angegebenen Vorlaufzeiten entstehen, gesondert zu verrechnen. Dies gilt auch für nicht eingehaltene Vorlaufzeiten aufgrund von nicht den vorgegebenen Spezifikationen entsprechenden und/oder technisch nicht korrekt programmierten Werbemitteln. Voraussetzung für die termingerechte Durchführung der Kampagnen ist die zeitgerechte Anlieferung der technisch korrekten Werbemittel durch die Kreativagentur (im Detail geregelt unter Punkt 3). Jahresplanungen benötigen grundsätzlich längere Vorlaufzeiten und müssen gesondert vereinbart werden.

2.1 Online

Kampagnen-Planung: Innerhalb von 5 Werktagen nach Erhalt des vollständigen Briefings (samt allen für die Planung benötigten Informationen) übermittelt die AGENTUR die Planung, welche die Werbeträger, Werbeformate, den Kampagnenzeitraum, die Zielsetzung, das Buchungsvolumen, die Kosten inkl. prognostizierter Adserving und ggf. anderer technischer Kosten sowie das Honorar beinhaltet. Von dieser Frist ausgenommen sind die Jahresplanungen, Sonderwerbformen wie beispielsweise Fixplatzierungen, welche aufgrund von Vorreservierungen detaillierter abgestimmt werden müssen, Spezialkampagnen (wie beispielsweise Kooperationen, etc.) und Kampagnen mit einer Laufzeit von mehr als 3 Monaten. Bei den genannten Ausnahmen erfolgt eine Rückmeldung von der AGENTUR zur Planungsdauer binnen 2 Werktagen ab Erhalt der Anfrage. Der Einsatz von programmatischen Kampagnen wird mit dem Kunden individuell vereinbart. Aufgrund des erhöhten Analysebedarfs im Rahmen der Angebotslegung bedürfen programmatische Kampagnen oder Teilkampagnen einer längeren Vorlaufzeit als direkt gebuchte Digitalkampagnen.

Die Planung von Non-Media Projekten (z.B. Kreation, SEM, etc.) erfordert längere Vorlaufzeiten als eine reine Mediaplanung. Timings und Prozessdetails müssen je nach Produkt und Umfang im Einzelfall zwischen Kunde und AGENTUR abgeklärt werden. Dabei ist der Kunde verpflichtet, alle erforderlichen Mitwirkungsleistungen zur optimalen Durchführung der Angebotslegung zu erbringen. Das Ergebnis der Planung von Non-Media Projekten ist ein verbindlicher Kostenvorschlag auf Projektbasis.

Kampagnen-Freigabe: Die Kampagnen-Freigabe muss durch den Kunden schriftlich spätestens 15 Werktag (einlangend bei der AGENTUR) vor geplantem Kampagnenstart erfolgen, vorbehaltlich entsprechender Verfügbarkeit beim Werbeträger.

Bei Sonderumsetzungen (z.B. Fixplatzierungen, Kooperationen, etc.) muss die verbindliche Freigabe aufgrund des Abstimmungsprozesses und reserviertem Mediavolumens dementsprechend früher als 15 Werktag vor geplantem Kampagnenstart erfolgen. Dies ist im Einzelfall mit der AGENTUR abzustimmen.

Die Freigabe von Non-Media Projekten (z.B. Kreation, SEM, etc.) erfordert ebenso eine schriftliche Freigabe auf den durch die AGENTUR angebotenen Kostenvorschlag, wobei die Vorlaufzeiten aufgrund der höheren Komplexität in jedem Fall vorab individuell mit der AGENTUR abzuklären sind.

Anlieferung der Standard Werbemittel (z.B. UAP = Universal Ad Package in der Kombination 728*90, 160*600 und 300*250, Halfpage Ad 300*600): Die Anlieferung muss spätestens 10 Werktag vor Kampagnenstart erfolgen.

Sollten die gelieferten Werbemittel nicht den von den Medien vorgegebenen Spezifikationen entsprechen und/oder technisch nicht korrekt programmiert sein, verzögert sich der Kampagnenstart entsprechend.

Anlieferung von Sonderformaten (Sitebranding, Velvet Drop, Mystery Ad, etc. sowie Dentsu Data Driven Creatives): Die Anlieferung von Sonderformaten muss nach Absprache mit der AGENTUR aufgrund der komplexeren technischen Abwicklung gegebenenfalls früher als bei Standard-Werbemittel erfolgen. Dies ist im Einzelfall mit der AGENTUR abzustimmen.

Die Vorlaufzeiten stellen sicher, dass die Implementierung der Werbemittel und Werbemittelcodes (Tags) korrekt durchgeführt werden kann. Im Falle einer Unterschreitung der Vorlaufzeiten durch den Kunden übernimmt die AGENTUR für daraus entstehende Verzögerungen oder Fehler keine Verantwortung. Fixplatzierungen sind gesondert in Punkt 2.4 geregelt.

Werbemittel sind vom Kunden bzw. der beauftragten Kreativagentur an die AGENTUR zu übermitteln. Entsprechende Abstimmungen bzw. eventuell notwendige Anpassungen der Werbemittel haben dann direkt zwischen Werbeträger und Kunde bzw. beauftragter Kreativagentur zu erfolgen. Die AGENTUR ist weder verpflichtet, die Werbemittel einer technischen Überprüfung zu unterziehen, noch diese anzupassen oder die Anpassung zu überwachen.

Der Kunde erklärt sich mit dem Einsatz eines Adservers auf der Agenturseite einverstanden.

Die AGENTUR ist berechtigt die Werbemotive, welche über die eingesetzten Adserver ausgeliefert werden, im Rahmen der Kampagnenoptimierung oder in Notfällen zu tauschen. Die AGENTUR ist berechtigt, eingesetzte Werbemotive durch Nutzung von Targeting Optionen, z.B. in Abhängigkeit von der Tageszeit, der Kontaktmenge je User-Client, geografischen Faktoren oder auch basierend auf sogenanntem Verhaltenstargeting zu verändern oder zu tauschen.

Der Kunde stimmt zu, dass die AGENTUR über das eingesetzte Adserver System Daten über die Kampagne sammelt, speichert und gegebenenfalls für weitere Kampagnen des Kunden zur Optimierung einsetzt.

Sollten im Zuge der Kampagnen-Messung auf den Webseiten des Kunden Tags (Etiketten und Markierungen zur Kennzeichnung bestimmter Elemente) und Trackings eingebaut werden, übernimmt der Kunde die Verantwortung für:

- den korrekten Einbau dieser Tags auf den entsprechenden Webseiten. Dieser Einbau hat in Abstimmung mit der Agentur und ausschließlich auf vereinbarten Seiten der Webseite zu erfolgen.
- das Auffinden der eingebauten Tags auf den Webseiten, d.h. der Ort der Tags muss dokumentiert und somit nachvollziehbar sein.
- den Ausbau der Tags von den Webseiten bis spätestens 2 Werktag nach Ablauf der entsprechenden, dazugehörigen Kampagne. In jedem Fall ist der Kunde verpflichtet, die Rechtmäßigkeit der Offenlegung von Daten (insbesondere auch von personenbezogenen Daten) wie gegenüber der AGENTUR und die Rechtmäßigkeit der Verarbeitung der Daten (insbesondere auch von personenbezogenen Daten) durch die AGENTUR im Rahmen der von ihr zu erbringenden Dienstleistungen sicherzustellen.

2.2 Elektronische Medien (TV, Radio, Kino)

Kampagnen-Planung: Das Briefing durch den Kunden muss aufgrund der von den Sendern/Kinobetreibern vorgegebenen Einbuchungsfristen spätestens 11 Wochen vor geplantem Kampagnenstart erfolgen (einlangend bei der AGENTUR). Bei rechtzeitigem Erhalt des Briefings übermittelt die AGENTUR spätestens 9 Wochen vor Kampagnenstart die Planung in Form eines Mediaplanes/Flowcharts, welcher/welches den Kampagnenzeitraum, die Spotlänge, Leistungswerte sowie die Kampagnenkosten enthält.

Kampagnen-Freigabe: Die Kampagnen-Freigabe muss durch den Kunden schriftlich spätestens 8 Wochen vor Kampagnenstart (einlangend bei der AGENTUR) erfolgen.

Anlieferung der Werbemittel: Die Anlieferung der Spots und Spotblätter erfolgt gemäß der an die Kreativagentur bzw. den Kunden übermittelten Spezifikationen. Grundsätzlich müssen Spotblätter an das Planning & Implementation Team der AGENTUR geschickt werden. Die Spots sind direkt an die TV Sender/Radio Sender/Kinobetreiber zu schicken. Für die Anlieferung der Spots und Spotblätter sind die folgenden Fristen zwingend einzuhalten:

- i. **TV:** Klassische TV Spots sind spätestens 5 Werktag vor Kampagnenstart zu übermitteln.
- ii. **TV:** Werbemittel für Sonderwerbformen im TV sind spätestens 10 Werktag vor Kampagnenstart zu übermitteln.
- iii. **Radio:** Die Spots sind spätestens 3 Werktag vor Kampagnenstart an die Radio Sender zu übermitteln.
- iv. **Kino:** Die Spots sind spätestens 7 Werktag vor Kampagnenstart an die Kinobetreiber zu übermitteln.

Die Anlieferung des Sendematerials für Kooperationen, u.ä. erfolgt ausschließlich nach Vereinbarung.

Das Werbemittel muss die jeweiligen technischen Richtlinien der Sender erfüllen und die gesetzlichen Werbebeschränkungen einhalten.

2.3 Print & Out of Home (OOH)

Kampagnen-Planung: Das Briefing durch den Kunden muss aufgrund der von den Medien vorgegebenen Einbuchungsfristen spätestens 8 Wochen vor geplantem Kampagnenstart erfolgen (einlangend bei der AGENTUR). Bei rechtzeitigem Erhalt des Briefings übermittelt die AGENTUR spätestens 7 Wochen vor Kampagnenstart die Planung in Form eines Mediaplanes/Flowcharts welcher/welches den Kampagnenzeitraum, das Format und Leistungswerte sowie die Kampagnenkosten enthält. Out of Home Kampagnen müssen gesondert vereinbart werden, da Stornofristen der Medien von bis zu 16 Wochen zu berücksichtigen sind. Das Briefing für Out of Home Kampagnen muss daher spätestens 3 Wochen vor Beginn dieser Stornofristen erfolgen. Tageszeitungskampagnen müssen gesondert vereinbart werden.

Sonderwerbeformen und spezielle Platzierungswünsche müssen aufgrund längerer Vorlaufzeiten gesondert vereinbart werden. Für Kampagnen, welche ausschließlich in tagesaktuellen Publikationen beworben werden, besteht die Möglichkeit von kürzeren Planungs- und Buchungsintervallen: Briefing bis 10 Werkstage vor Erscheinungstermin (ET), Freigabe bis 5 Werkstage vor Erscheinungstermin. Briefing von Sonderstellen im OOH Bereich 6 Monate vor Kampagnenbeginn, damit diese zeitgerecht reserviert werden können.

Kampagnen-Freigabe: Die Kampagnen-Freigabe muss durch den Kunden schriftlich spätestens 6 Wochen vor Kampagnenstart erfolgen (einlangend bei der AGENTUR), vorbehaltlich der Verfügbarkeiten der einzelnen Werbeträger.

Anlieferung der Druckdaten: Die Anlieferung der Druckdaten erfolgt gemäß der, an die Kreativagentur bzw. den Kunden übermittelten, Spezifikationen direkt an die Medien. Die Druckdaten sind spätestens bis zum, auf dem Produktionsplan angegebenen, Druckunterlagenschluss an die Medien zu übermitteln.

Die Belegkontrolle für Printmedien erfolgt nach Einlangen durch die AGENTUR. Die Belege liegen danach digital vor, auf Anfrage auch einen Monat in Druckform. Reklamationen nach Ablauf dieser Monatsfrist werden nicht akzeptiert. Das Deckblatt des Beleges und die geschaltete Anzeige werden nach Ablauf der Monatsfrist digital für 3 Jahre archiviert. Klebebestätigungen und Fotodokumentationen für Out of Home Kampagnen müssen gesondert vor Klebbeginn vereinbart werden.

2.4 Sonderwerbeformen

Sonderwerbeformen in allen Mediengattungen müssen gesondert vereinbart werden. Die Rahmenbedingungen für Sonderwerbeformen können abhängig von deren Ausmaß variieren und werden bei Angebotslegung kommuniziert. Zu Sonderwerbeformen zählen auch Fixplatzierungen im Online Bereich.

3. Anlieferung von und Verantwortung für Werbemittel

Die AGENTUR erstellt Termin- und Produktionsunterlagenpläne, die die Arbeitsvorgaben für die vom Kunden beauftragte Kreativ-Agentur enthalten. Sollten Termin- oder Produktionsunterlagenpläne fehlerhaft sein, wird die AGENTUR diese nach Anzeige durch den Kunden umgehend korrigieren; eine Haftung für Schäden aufgrund fehlerhafter Termin- und Produktionsunterlagenpläne ist soweit gesetzlich zulässig ausgeschlossen. Termin- und Produktionsunterlagenpläne, die von Dritten erstellt wurden, werden ungeprüft an den Kunden weitergegeben; eine Haftung für fehlerhafte Termin- oder Produktionsunterlagenpläne von Dritten ist soweit gesetzlich zulässig ausgeschlossen. Der Kunde hat zu veranlassen, dass der Versand der Werbemittel durch die Kreativ-Agentur erfolgt.

Generell ist es den gebuchten Medien und Vermarktern vorbehalten, übermittelte Werbemittel auf ihre Inhalte, Darstellungstauglichkeit, technische Eignung und bei digitalen Medien auch die Performance – Tauglichkeit zu prüfen und gegebenenfalls die Schaltung der Werbemittel abzulehnen.

Der Kunde hat zu veranlassen, dass die jeweilige mit der Umsetzung der Werbemittel betraute Kreativ-Agentur die Verantwortung für folgende Maßnahmen übernimmt:

- die Herstellung der Werbemittel bis zur Einschaltreife;
- die Sicherstellung der technischen Spezifikationen wie von den Medien / Vermarktern gefordert und die direkte Abstimmung bzw. Adaptionen dieser mit den Medien / Vermarktern / der AGENTUR;
- den rechtzeitigen Versand der Werbemittel an die AGENTUR und/oder an von dieser bekanntgegebene Empfänger bzw. Upload auf den kommunizierten Werbemittelservers.
- gegebenenfalls auch die Kennzeichnung hinsichtlich der Einschaltreihenfolge und der terminlichen Zuordnung;
- Überprüfung der Schaltungsqualität.

5. Weitere Leistungen der AGENTUR

5.1 Programmatic Advertising

Die AGENTUR nutzt Demand Side Plattform-Technologie (DSP), um für ihre Kunden Mediaeinkauf- und Optimierung in Echtzeit von Display-, Video- und Mobil-Mediainventar anzubieten. Die AGENTUR wird mittels Insertionsauftrag als Lieferantin und Beraterin für die hier näher definierten Medialeistungen und den Einkauf von Inventar innerhalb von Ad-Netzwerken und anderen Medien über DSPs tätig.

Nach Erteilung eines Insertionsauftrages stellt der Kunde der AGENTUR jene Inhalte zur Verfügung, die in der Kampagne verwendet werden und daher zur Erbringung der Dienstleistungen nach den Bedingungen des jeweiligen Insertionsauftrages benötigt werden. Sollte der Kunde mit der Übermittlung der Inhalte in Verzug geraten, so trifft die AGENTUR keine Haftung für eine verzögerte Leistungserbringung.

Die AGENTUR kann Dienstleistungsnetzwerke (das sind Dritte, wie Verlage, Medieninhaber, nachfrageorientierte Plattformbetreiber, Werbeserver und Ad Exchange-Plattformen, Brand Safety-, Ad-Fraud- und/oder Viewability-Tracking-Anbieter, Anbieter von Kreativleistungen) mit programmatischen Kampagnen beauftragen und trifft weiters entsprechende Vorkehrungen in Bezug auf Markensicherheit, Werbetreibend und Sichtbarkeitslösungen. Der Kunde nimmt jedoch zur Kenntnis und stimmt zu, dass die Wiedergabe der Werbung nicht der endgültigen Kontrolle der AGENTUR unterliegt. Daher kann die AGENTUR nicht gewährleisten, dass die getroffenen Maßnahmen oder die Dienstleistungsnetzwerke unter allen Umständen erfolgreich sein werden.

Wird Werbung dennoch auf eine Art und Weise wiedergegeben, die nicht mit den oben genannten Thematiken übereinstimmt, wird die AGENTUR umgehend nach Kenntniserlangung Schritte einleiten, um diese Werbungen zu entfernen.

Die im Insertionsauftrag genannten Leistungen werden von Dritten bezogen, sodass die AGENTUR nur dafür einstehen kann, dass die Produkte mit angemessenem Fachwissen und angemessener Sorgfalt eingesetzt werden. Für Verspätungen oder Fehler, die die richtige Implementierung von Technologien für spezielle Werbekampagnen betreffen, haftet die AGENTUR nicht.

Die AGENTUR gibt weder ausdrückliche noch implizite Garantien hinsichtlich der programmatischen Dienstleistungen oder des Dienstleistungsnetzwerkes bzw. von diesem gelieferter Daten ab; ebenso keine impliziten Garantien betreffend Gewährleistung oder Tauglichkeit, Korrektheit, Nicht-Verletzung, oder Eignung für einen bestimmten Zweck.

6. Produkte der AGENTUR

Die AGENTUR bietet im Rahmen ihres einzigartig diversifizierten Serviceportfolios unterschiedliche Produkte zur Qualitäts- und Kommunikationsberatung an. Die AGENTUR wird den Kunden auf Anfrage über die Produkte informieren. Der Kunde erwirbt von der AGENTUR die Produkte zu den Preisen und Konditionen, die dem Kunden von der AGENTUR gemäß den vor Bestellung aufgelisteten Bedingungen angeboten wurden. Diese sind insoweit abschließend. Darüber hinausgehende Ansprüche des Kunden bestehen nicht. Audit-Rechte des Kunden gegenüber der AGENTUR sind ausgeschlossen.

7. Beauftragung Dritter

Die AGENTUR ist nach freiem Ermessen berechtigt, die vertraglich geschuldeten Leistungen selbst auszuführen, sich bei der Erbringung ebendieser Leistungen sachkundiger Dritter als Erfüllungsgehilfen zu bedienen und/oder derartige Leistungen zu substituieren. Im Falle der Substituierung erfolgt die Beauftragung von Dritten entweder im eigenen Namen oder im Namen des Kunden. Die AGENTUR wird die zur Vertragserfüllung eingesetzten Dritten sorgfältig auswählen und darauf achten, dass diese über die erforderliche fachliche Qualifikation verfügen.

8. Urheberrechte

Alle eigentümlichen geistigen Schöpfungen der AGENTUR, einschließlich jener aus Präsentationen (wie etwa Anregungen, Ideen, Skizzen, Vorentwürfe, Reinzeichnungen, Konzepte, Negative), sowie auch einzelne Teile daraus, bleiben ebenso wie die einzelnen Werkstücke und Entwurfsoriginale im Eigentum der AGENTUR, und können von dieser jederzeit – insbesondere bei Beendigung des Vertragsverhältnisses – zurückverlangt werden.

Hat der potentielle Kunde die AGENTUR bereits vorab eingeladen, ein Konzept zu erstellen, und kommt die AGENTUR dieser Einladung noch vor Abschluss des Hauptvertrages nach, so gilt, folgendes: Das Konzept untersteht in seinen sprachlichen und grafischen Teilen, soweit diese Werkhöhe iSd § 1 UrhG 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. Konzeptteile die keine Werkhöhe erreichen und damit nicht den Schutz des Urheberrechtsgesetzes genießen, dürfen vom Kunden ebenfalls nicht ohne Zustimmung der AGENTUR genutzt und weiterentwickelt werden.

Der Kunde erwirbt durch Zahlung des Honorars das Recht der Nutzung für den vereinbarten Verwendungszweck, Umfang und Dauer. Mangels anderslautender Vereinbarung darf der Kunde die Leistungen der AGENTUR ausschließlich in Österreich nutzen. 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.

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 und dieser ein von der AGENTUR verschiedener Dritter ist – 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.

Für die Nutzung von Leistungen der AGENTUR bzw. von Werbemitteln, für die die AGENTUR konzeptionelle oder gestalterische Vorlagen erarbeitet hat, ist nach Ablauf des Vertragsverhältnisses unabhängig davon, ob diese Leistung urheberrechtlich geschützt ist oder nicht, ebenfalls die Zustimmung der AGENTUR notwendig.

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

8. Gewährleistung, Haftung

Die Gewährleistung für Dienst- und Beratungsleistungen ergibt sich unabhängig von den gebuchten Marketingleistungen aus den gesetzlichen Vorschriften des Dienstvertrages, gemäß §§ 1151 ff. ABGB, sofern nicht ausdrücklich in diesen AGB Gegenteiliges geregelt wird.

Die AGENTUR haftet für Schäden, die bei der Durchführung der Aufträge des Kunden entstehen ausschließlich, soweit gesetzlich zulässig, für vorsätzlich oder grob fahrlässig Verursachung, sofern es sich nicht um Personenschäden handelt. Die Haftung der AGENTUR für bloße Vermögensschäden sowie entgangenen Gewinn ist jedenfalls ausgeschlossen. Schadenersatzansprüche des Kunden sind der Höhe nach mit dem Auftragswert begrenzt und verjähren binnen 6 Monaten ab Kenntnis von

Schaden und Schädiger. Die Beweislastumkehr gemäß § 933a Abs 3 ABGB ist ausgeschlossen.

10. Allgemeine Bestimmungen

Sämtliche Geschäftsbeziehungen der AGENTUR unterliegen ausschließlich dem Recht der Republik Österreich. Das UN-Kaufrecht und österreichische Kollisionsrecht werden ausdrücklich ausgeschlossen.

Erfüllungsort für Lieferung und Leistung ist der Geschäftssitz der AGENTUR in Wien. Ausschließlicher Gerichtsstand ist, soweit rechtlich zulässig, das für Wien, Innere Stadt, sachlich zuständige Gericht in Handelssachen. Die AGENTUR ist berechtigt, nach eigener Wahl, eigene Ansprüche am Gerichtsstand des Kunden geltend zu machen.

Die Parteien werden versuchen, alle Probleme, die bei der Durchführung dieses Vertrages entstehen, gütlich durch Verhandlungen zu lösen.

Gelingt es den Parteien nicht, ihre Meinungsverschiedenheiten binnen 60 Tagen nach der Aufforderung zur Aufnahme von Verhandlungen gütlich beizulegen, ist jede der Vertragsparteien frei gerichtlich ihre Forderungen durchzusetzen. Hievon unabhängig ist jede Vertragspartei berechtigt, gerichtlich einstweiligen Rechtsschutz auch vor Ablauf der 60-tägigen Frist zu beantragen.

Die AGENTUR behält sich vor, diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen jederzeit zu ändern. Über Änderungen unterrichtet die AGENTUR den Kunden mindestens vier Wochen vor dem Zeitpunkt des Wirksamwerdens der Änderung. Sollte der Kunde der Änderung der Geschäftsbedingungen nicht innerhalb von 4 Wochen nach Zugang der Änderungsmitteilung mit Schreiben an die Geschäftsadresse der AGENTUR widersprechen, gelten die geänderten Bedingungen als vom Kunden angenommen. Für den Fall, dass der Kunde den Änderungen nicht zustimmt, behält sich die AGENTUR das Recht zur außerordentlichen Kündigung ohne Einhaltung von allfälligen Kündigungsfristen vor.