



Allgemeine Geschäftsbedingungen

Art. 1 Geltungsbereich und Umfang des Auftrages

1. Die Lumsden & Friends KG (im Folgenden „Werbeagentur“ oder „Agentur“) erbringt ihre Leistungen auf der Grundlage der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen (im Folgenden „AGB“). Diese gelten für alle Rechtsbeziehungen zwischen der Werbeagentur und dem Auftraggeber (im Folgenden auch „Kunden“), selbst wenn nicht ausdrücklich auf sie Bezug genommen wird. Die AGB sind ausschließlich für Rechtsbeziehungen mit Unternehmern anwendbar. Die AGB sind insbesondere integrierender Bestandteil von Werkverträgen, die die fachmännische Durchführung von Aufträgen im Bereich des Werbegravur-Designs, d.h. in den u.a. im Berufsbild der Werbeagentur dargestellten Tätigkeitsbereichen, zum Gegenstand haben.

2. Maßgeblich ist jeweils die zum Zeitpunkt des Vertragsschlusses gültige Fassung.

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 Werbeagentur ausdrücklich. Der Tätigkeit der Werbeagentur liegt in der Regel eine Vereinbarung mit dem Auftraggeber zugrunde, die sowohl den Umfang der Leistungen als auch das dafür in Rechnung zu stellende Entgelt beinhaltet. Es empfiehlt sich, die vom Fachverband Werbung und Marktkommunikation aufgelegten Muster-Auftragsformulare zu verwenden und gegengezeichnete Gesprächsprotokolle zu verfassen. Zur Festlegung möglichst klarer Auftragsverhältnisse werden daher zwischen den Vertragspartnern Geltungsbereich und Umfang des Auftrages in einer Leistungsbeschreibung so detailliert wie nur möglich definiert.

Eine derartige Leistungsbeschreibung enthält zumindest genaue Angaben über folgende Teilbereiche der Leistungserstellung:

- General-/Subunternehmerauftrag
- Graphik-Design (Entwurf, Ausführungspläne), Ausführung
- kreativer/handwerklicher Leistungsumfang
- Fremdleistungen (Lieferungen Dritter)

4. Für die Leistungserstellung sind ausreichende Auftragsgrundlagen unabdingbare Voraussetzung. Es sind dies vor allem:

- Umfassendes Briefing
- Beistellung detaillierter Unterlagen
- Geschäftsbedingungen etc.

5. Der Kunde ist verpflichtet, die für die Durchführung des Auftrages zur Verfügung gestellten Unterlagen (Fotos, Logos etc.) auf allfällige Urheber-, Marken-, Kennzeichenrechte oder sonstige Rechte Dritter zu überprüfen („Rechtecleaning“) und garantiert, dass die Unterlagen frei von Rechten Dritter sind und daher zum angestrebten Zweck eingesetzt werden können. Die Werbeagentur haftet im Falle bloß leichter Fahrlässigkeit oder nach Erfüllung ihrer Warnpflicht – jedenfalls im Innenverhältnis zum Kunden – nicht wegen einer Verletzung derartiger Rechte Dritter durch zur Verfügung gestellte Unterlagen. Wird die Agentur wegen einer solchen Rechtsverletzung von einem Dritten in Anspruch genommen, so hält der Kunde die Agentur schad- und klaglos; der Kunde hat ihr sämtliche Nachteile zu ersetzen, die ihr durch eine Inanspruchnahme Dritter entstehen, insbesondere die Kosten einer

angemessenen rechtlichen Vertretung. Der Kunde verpflichtet sich, die Agentur bei der Abwehr von allfälligen Ansprüchen Dritter nach bestem Wissen und Gewissen zu unterstützen. Der Kunde stellt der Agentur hierfür unaufgefordert sämtliche Unterlagen zur Verfügung.

Art. 2 Auftragsdurchführung; Ausführungs- und Lieferfristen

1. Die Werbeagentur ist berechtigt, den Auftrag durch sachverständige, unselbständig beschäftigte Mitarbeiter oder gewerbliche/freiberufliche Kooperationspartner (ganz oder teilweise) durchführen zu lassen. Die Mitarbeit spezialisierter Partner ist schriftlich zu vereinbaren.

2. Der Auftraggeber sorgt dafür, dass die organisatorischen Rahmenbedingungen zur Erfüllung des Auftrages an seinem Geschäftssitz/dem Erfüllungsort – sofern dies nicht Teil des Auftrages ist – ein möglichst ungestörtes, dem raschen Fortgang der Konzeptions-, Entwurfs- und Ausführungsarbeiten förderliches Arbeiten erlauben.

3. Der Auftraggeber sorgt weiters dafür, dass der Werbeagentur auch ohne dessen ausdrückliche Aufforderung alle für die Erfüllung des Auftrages notwendigen Unterlagen zeitgerecht vorgelegt werden und ihr von allen Vorgängen und Umständen Kenntnis gegeben wird, die für die Ausführung des Auftrages von Bedeutung sind. Dies gilt auch für alle Unterlagen, Vorgänge und Umstände, die erst während der Auftragsabwicklung bekannt werden. Der Kunde trägt den Aufwand und sämtliche Kosten, die dadurch entstehen, dass Arbeiten infolge seiner unrichtigen, unvollständigen oder nachträglich geänderten Angaben von der Werbeagentur wiederholt werden müssen oder verzögert werden.

4. Bei Übernahme eines Graphik-Design-Auftrages sind in Abhängigkeit vom Auftragsumfang präzise Vereinbarungen betreffend die Fristigkeit der auszuführenden Graphik-Design-Arbeiten bzw. der Lieferungen zu treffen.

5. Die in Auftrag gegebenen Leistungen gelten mit der vom Auftraggeber schriftlich bestätigten Übergabe des Werkes als erbracht.

6. Die vertraglich vereinbarte Lieferzeit beginnt mit dem Tag der Annahme des Auftrages durch die Werbeagentur, wenn alle notwendigen Arbeitsunterlagen vom Auftraggeber als Kunden zur Verfügung gestellt wurden. Die vereinbarten Liefertermine sind grundsätzlich einzuhalten.

Art. 3 Entgeltlichkeit von Präsentationen

1. Die Einladung des Auftraggebers eine Präsentation zu erstellen (Vorentwurf), gilt als Auftrag, einen definierten Leistungsinhalt zu erbringen, der einen Rechtsanspruch auf Entgeltlichkeit der Präsentation begründet. Die Höhe des Entgeltes richtet sich nach der jeweiligen Vereinbarung.

Sollte anlässlich der Einladung die Höhe des Entgeltes nicht vereinbart worden sein, so gebührt ein angemessenes Entgelt.

2. Alle Leistungen der Werbeagentur erfolgen gegen Entgelt, lediglich die zur Offertlegung nötige Erstellung von Leistungs-, Zeit- und Kostenplänen erfolgt kostenlos. Ausdrücklich wird festgehalten, dass die Werbeagentur weder Konzepte noch Gestaltungsvorschläge unentgeltlich vorlegt. Die Einladung des Auftraggebers, eine Präsentation mit Vorentwürfen zu erstellen, gilt auch als Willenserklärung des Auftraggebers, einen Auftrag zur Ausführung der gewünschten Arbeiten in vollem Umfang zu vergeben. Durch die Abhaltung der Präsentation gilt ein Präsentationsauftrag als erteilt, angenommen und erfüllt. Vergibt ein Auftraggeber eines Präsentationswettbewerbes nach erfolgter Präsentation überhaupt keinen oder nur einen erheblich reduzierten Auftrag an die Werbeagentur oder einen Präsentationsmitbewerber, steht

der Werbeagentur das volle Gestaltungshonorar anstelle des reduzierten Präsentationshonorars zu. Das Präsentationsentgelt beinhaltet keine Einräumung von Rechten. Die Inhalte und Vorschläge einer Präsentation sind urheberrechtlich geschützt.

Art. 4 Konzept- und Ideenschutz

1. Hat der potentielle Kunde vorab bereits eingeladen, ein Konzept zu erstellen, und kommt die Agentur dieser Einladung noch vor Abschluss des Hauptvertrages nach, so gilt nachstehende Regelung:

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.

2. Der potentielle Kunde anerkennt, dass die Agentur bereits mit der Konzepterarbeitung kostenintensive Vorleistungen erbringt, obwohl er selbst noch keine Leistungspflicht übernommen hat.

3. Das Konzept untersteht in seinen sprachlichen und grafischen Teilen, soweit diese Werkhöhe erreichen, dem Schutz der Urheberrechtsgesetzes (UrhG). Eine Nutzung und Bearbeitung dieser Teile ohne Zustimmung der Werbeagentur ist dem potentiellen Kunden schon auf Grund des UrhG nicht gestattet.

4. Das Konzept enthält darüber hinaus werberelevante Ideen, die keine Werkhöhe erreichen und damit nicht den Schutz des UrhG genießen. Diese Ideen stehen am Anfang jedes Schaffensprozesses und können als zündender Funke alles später Hervorgebrachten und somit als Ursprung von Vermarktungsstrategien definiert werden. Daher sind jene Elemente des Konzeptes geschützt, die eigenständige geistige Leistungen sind und der Vermarktungsstrategie ihre charakteristische Prägung geben. Als Idee im Sinne dieser Vereinbarung werden insbesondere Werbeschlagwörter, Werbetexte, Grafiken und Illustrationen, Werbemittel usw. angesehen, auch wenn sie keine Werkhöhe erreichen.

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.

Art. 5 Urheberrechtliche Bestimmungen und Nutzungsrechte

1. Das gesetzliche Urheberrecht der Werbeagentur an ihren Werken ist unverzichtbar.

2. Der Auftraggeber ist verpflichtet dafür Sorge zu tragen, dass die Leistungen der Werbeagentur nur für den jeweils vereinbarten Auftragszweck Verwendung finden.

3. Die dem Kunden für die Dauer des Vertragsverhältnisses eingeräumten Werknutzungsrechte dürfen nur mit ausdrücklicher Zustimmung der Werbeagentur als Urheber an Dritte entgeltlich oder unentgeltlich übertragen werden. Die weitere, darüber hinausgehende Nutzung ist mit der Werbeagentur gesondert zu vereinbaren.

4. Der Kunde ist erst nach ordnungsgemäßer Bezahlung des vereinbarten Honorars befugt die urheberrechtlich geschützten Leistungen in der vereinbarten Art und Weise zu nutzen.

5. Für die Nutzung von Werbemitteln, für die die Werbeagentur konzeptionelle oder gestalterische Vorlagen erarbeitet hat, ist nach Ablauf des Agenturvertrages – unabhängig davon, ob diese Leistung urheberrechtlich geschützt ist – die ausdrückliche Zustimmung der Werbeagentur notwendig.



Lumsden & Weiretmayr GmbH

Firmensitz: Ungargasse 59-61 Top 201

phone: +43 1 786 23 88, fax: DW 25

office@lumsdenandfriends.at, lumsdenandfriends.at

Handelsgericht Wien, UID ATU75579713, FN 526280 t

6. Für die Nutzung von Leistungen der Werbeagentur, die über den ursprünglich vereinbarten Zweck und Nutzungsumfang hinausgeht, ist – unabhängig davon, ob diese Leistung urheberrechtlich geschützt ist – die ausdrückliche Zustimmung der Werbeagentur notwendig.

7. Werden urheberrechtliche Leistungen der Werbeagentur sowie auch Ideen und Konzepte (wie unter Art. 4 näher festgehalten) über die vereinbarte Form, den Zweck und Umfang sowie auch nach Beendigung des Vertragsverhältnisses hinaus genutzt, so ist der Kunde verpflichtet, der Werbeagentur hierfür ein gesondert zu vereinbarendes angemessenes Honorar zu bezahlen. Dies gilt auch im Fall der Neuaufgabe eines Druckwerkes.

8. Alle eigenständig geistigen Leistungen der Werbeagentur, unabhängig davon, ob diese urheberrechtlich geschützt sind, dürfen weder im Original noch bei der Reproduktion ohne Genehmigung des Urhebers / der Werbeagentur geändert werden. Nachahmungen, welcher Art auch immer, sind unzulässig. Insbesondere sind Änderungen bzw. Bearbeitungen von Leistungen der Werbeagentur, 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.

9. Alle Leistungen der Werbeagentur, einschließlich jener aus Präsentationen (z.B. Anregungen, Ideen, Skizzen, Scribbles, Vorentwürfe, Konzepte), auch einzelne Teile daraus, bleiben ebenso wie die Konstruktionsdaten und Entwurfsoriginale im Eigentum der Werbeagentur und können von der Werbeagentur jederzeit – insbesondere nach Beendigung des Vertragsverhältnisses – zurückverlangt werden. Eine Archivierung erfolgt nach Absprache (insbesondere über die Dauer).

10. Bei allen Leistungen der Werbeagentur besteht das Honorar grundsätzlich aus zwei Teilen: zum einen als Honorar für die Ausarbeitung im Original und zum anderen als Vergütung für die unbeschränkte Übertragung der Nutzungsrechte (Copyright).

11. Ist bei Vertragsabschluss die Vergütung für die uneingeschränkte Übertragung aller Nutzungsrechte nicht ausdrücklich festgelegt worden, so stellt im Zweifel das vereinbarte Honorar lediglich das Entgelt für die Ausarbeitung der in Auftrag gegebenen Leistungen dar.

12. Die Werbeagentur ist zur Anbringung ihres Firmenwortlautes einschließlich des dazugehörigen Corporate Design auf jedem von ihr entwickelten und ausgeführten Objekt in angemessener Größe berechtigt, ohne dass dem Kunden dafür ein Entgeltanspruch zusteht.

13. Die Werbeagentur ist berechtigt, auch nach Beendigung des Vertragsverhältnisses, auf eigenen Werbeträgern und insbesondere auf ihrer Internet-Website auf die zum Kunden bestehende oder vormalige Geschäftsbeziehung hinzuweisen (Referenzhinweis).

Art. 6 Verschwiegenheitspflicht

1. Die Werbeagentur behandelt alle internen Vorgänge und erhaltenen Informationen, die ihr durch die Arbeit beim und mit dem Kunden bekannt geworden sind, streng vertraulich; insbesondere werden auftragsbezogene Unterlagen Dritten nur mit ausdrücklicher Zustimmung des Auftraggebers zugänglich gemacht.

2. Die Werbeagentur hat ihre Mitarbeiter und Angestellten zur Beachtung dieser Grundsätze anzuhalten; sie bürgt sich für deren Verhalten.

Art. 7 Rücktrittsrecht

1. Für den Fall der Überschreitung einer vereinbarten Lieferzeit aus alleinigem Verschulden der Werbeagentur ist

der Auftraggeber berechtigt, mittels eingeschriebenem Brief vom Vertrag zurückzutreten, wenn auch innerhalb einer angemessenen Nachfrist die vereinbarte Leistung in wesentlichen Teilen ohne Verschulden des Auftraggebers nicht erbracht wird.

2. Höhere Gewalt, Arbeitskonflikte, Naturkatastrophen und Transportsperren entbinden die Werbeagentur von der Lieferverpflichtung bzw. gestatten ihm eine Neufestsetzung der vereinbarten Lieferfrist.

3. Stornierungen durch den Auftraggeber sind nur mit schriftlicher Zustimmung der Werbeagentur möglich. Im Fall eines Stornos hat die Werbeagentur das Recht, neben den erbrachten Leistungen und aufgelaufenen Kosten eine angemessene Stornogebühr zu verrechnen.

Art. 8 Erfüllungsort

1. Wenn nichts anderes vereinbart ist, erbringt die Werbeagentur ihre Leistungen an einem ihrer Geschäftssitze.

2. Die vertraglich vereinbarte Lieferzeit ist von der Agentur grundsätzlich einzuhalten. Bei von der Agentur zu verantwortenden Lieferverzug inkl. Nachfrist ist dieser verpflichtet, für den nachweislichen Schaden Ersatz gemäß den gesetzlichen Bestimmungen zu leisten.

Art. 9 Honoraranprüche und Zahlungsbedingungen

1. Die Werbeagentur hat als Gegenleistung zur Erbringung seiner Leistungen Anspruch auf Bezahlung eines angemessenen Honorars durch den Auftraggeber.

2. Das Gesamthonorar setzt sich im Regelfall aus folgenden Faktoren zusammen:

- Konzeption (Vorentwurf, konzeptioneller Problemlösungsansatz, Skizzen, Scribbles, Präsentation von Entwurfsarbeiten etc.)
- Entwurfsausarbeitung (Layout, Muster, Kalkulation etc.)
- Werknutzungsart (Copyright, Nutzungshonorar)
- Nebenleistungen (Modelle, Beschaffung auftragspezifischer Informationen, Produktionsüberwachung etc.)
- Zuschläge zum Honorar (Leistungen außerhalb der Normalarbeitszeit und außerhalb Österreichs)
- Nebenkosten (Reisespesen, Telefonkosten etc.)
- Fremdleistungen

Alle Leistungen der Agentur, die nicht ausdrücklich durch das vereinbarte Honorar abgegolten sind, werden gesondert entlohnt. Alle der Agentur erwachsenen Barauslagen sind vom Kunden zu ersetzen.

3. Die von der Agentur gelegten Rechnungen inklusive Umsatzsteuer sind zu den vereinbarten Konditionen ohne jeden Abzug und spesenfrei zahlbar.

4. Bei Zahlungsverzug des Kunden werden Verzugszinsen im banküblichen Ausmaß verrechnet.

5. Für Teilrechnungen gelten die für den Gesamtauftrag festgelegten Zahlungsbedingungen analog.

6. Der Auftraggeber ist nicht berechtigt Zahlungen wegen nicht vollständiger Gesamtleistung, Garantie – oder Gewährleistungsansprüchen oder Bemängelung zurückzuhalten.

Art. 10 Honorarhöhe

1. Das Gesamthonorar umfasst die Honorarteile Gestaltung, Nutzung (während der Vertragsdauer), Ausführung

sowie Nebenleistungen und Nebenkosten zuzüglich der gesetzlichen Umsatzsteuer. Das Gesamthonorar ist ohne Abzug zahlbar und spätestens mit der durch die Werbeagentur angebotenen Übergabe des Werkes fällig. Wird das beauftragte Werk in Teilen zur Übergabe bereitgestellt, so sind entsprechende Honorarteile und Nebenkosten jeweils zu diesen Zeitpunkten fällig. Befindet sich der Auftraggeber mit der Bezahlung eines fälligen Betrages in Verzug, so ist die Werbeagentur nicht verpflichtet, weitere Leistungen bis zur Begleichung des ausstehenden Betrages zu erbringen. Der Auftraggeber ist nicht berechtigt, Forderungen mit Honoraransprüchen gegenzurechnen oder Zahlungen wegen Bemängelung zurückzuhalten.

2. Sofern nichts anderes vereinbart ist, entsteht der Honoraranspruch der Agentur für jede einzelne Leistung, sobald diese erbracht wurde. Die Werbeagentur ist berechtigt, zur Deckung ihres Aufwandes Vorschüsse zu verlangen.

Art. 11 Haftung und Gewährleistung

1. Die Werbeagentur ist verpflichtet, die ihr erteilten Aufträge sorgfältig und fachgerecht auszuführen und dabei alle Interessen ihres Kunden zu wahren. Sie haftet für Schäden nur im Falle, dass ihr Vorsatz oder grobe Fahrlässigkeit nachgewiesen werden kann, und zwar im Rahmen der gesetzlichen Vorschriften.

2. Der Auftraggeber seinerseits haftet dafür, dass der Werbeagentur die zur Erstellung der Leistung notwendigen Unterlagen und Informationen zeitgerecht zur Verfügung gestellt werden, wie auch näher unter Art. 2 dieser AGB näher festgehalten.

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

4. Schadenersatzansprüche des Auftraggebers verfallen nach sechs Monaten ab Kenntnis des Schadens, spätestens jedoch drei Jahre nach dem anspruchsbegründenden Ereignis. Etwasige Schadenersatzansprüche sind der Höhe nach mit dem Netto-Auftragswert begrenzt.

5. Wird die Tätigkeit unter Einschaltung eines Dritten durchgeführt und der Auftraggeber hiervon benachrichtigt, so gelten nach Gesetz und den Geschäftsbedingungen des Dritten entstehende Gewährleistungs- und Haftungsansprüche gegen den Dritten als auf den Auftraggeber abgetreten.

Art. 12 Anzuwendendes Recht, Gerichtsstand

1. Der Vertrag und alle daraus abgeleiteten wechselseitigen Rechte und Pflichten sowie Ansprüche zwischen der Agentur und dem Kunden unterliegen dem österreichischen Recht unter Ausschluss seiner Verweisungsnormen und dem UN-Kaufrecht.

2. Für Streitigkeiten ist das Gericht am Geschäftssitz der Werbeagentur zuständig (Landesgericht Wr. Neustadt als Handelsgericht).

Art. 13 Sonstiges

Für den Fall, dass einzelne Bestimmungen der AGB unwirksam werden sollten, berührt dies die Verbindlichkeit und Wirksamkeit der verbleibenden Bestimmungen und der unter ihrer Zugrundelegung abgeschlossener Verträge nicht. Die unwirksame Bestimmung ist durch eine wirksame, die dem Sinn und Zweck am nächsten kommt, zu ersetzen.