

# AGB – Allgemeine Geschäftsbedingungen

## 1. Gegenstand des Vertrags – Allgemeines

1.1. Die nachstehenden allgemeinen Geschäftsbedingungen gelten für alle Rechtsgeschäfte von Chiara Scherf, The 28th Marketing, nachfolgend in Kurzform „Agentur“ genannt, mit ihren Vertragspartnern, nachstehend in Kurzform „Kunde“ genannt. Von diesen Geschäftsbedingungen abweichende Bedingungen des Kunden werden von der Agentur nur nach gesonderter und schriftlicher Anerkennung akzeptiert. Werden diese dem Kunden nicht per Email oder über sonstigen Weg übermittelt, ist es dem Kunden freigestellt sich über die AGBs auf der Website [www.the28thmarketing.com](http://www.the28thmarketing.com) zu erkundigen.

1.2. Alle Vereinbarungen, die zwischen der Agentur und dem Kunden zwecks Ausführung eines Auftrages getroffen werden, sind mindestens per E-Mail, alternativ in schriftlicher Form zu vereinbaren. Änderungen, Ergänzungen und Zusatzvereinbarungen bedürfen zu ihrer Wirksamkeit der Schriftform (zumindest per E-Mail). In den meisten Fällen wird per Schriftverkehr via WhatsApp oder per Email ein Tätig werden vom Kunden gewünscht, dazu sind keine zusätzlichen Verträge notwendig, da dies aus dem Schriftverkehr hervorgeht, dass ein Arbeitsauftrag gewünscht wurde.

1.3. Diese Geschäftsbedingungen gelten auch für alle künftigen Geschäftsbeziehungen mit dem Kunden, auch wenn sie nicht nochmals ausdrücklich vereinbart werden.

1.4. Die Agentur erbringt Dienstleistungen aus den Bereichen Marketing, Online-Marketing, Multimedial-Marketing, Marketing-Beratung, Consulting, Social Media-Marketing, Social Media-Beratung, Text-, Artikel-, Blog- und Newslettererstellung, Bewertungsmanagement, Beschwerdemanagement, Eventmanagement, Influencer-Marketing, Sponsoring, Content-, Bild- und Videoerstellung, Grafik und Bildbearbeitung, Podcastproduktionen, Modelvermittlung, Websitedesign, Webentwicklung, Logodesign, Brandbuilding. Die detaillierte Beschreibung der zu erbringenden Dienstleistungen ergeben sich insbesondere aus den Ausschreibungsunterlagen, Briefings, Angeboten, Projektverträgen, deren Anlagen und Leistungsbeschreibungen der Agentur.

1.5. Termine für die Erbringung von Leistungen sind nur dann verbindlich, wenn sie ausdrücklich als solche bezeichnet werden. Ansonsten handelt es sich um Zieltermine, welche im Rahmen des Projektmanagements fortentwickelt werden. Bei Zielterminen darf der Kunde innerhalb einer angemessenen Frist nach Ablauf die Erbringung der ausstehenden Leistungen unter angemessener Fristsetzung schriftlich auffordern; mit Ablauf dieser Frist ist der Anspruch des Kunden auf diese Leistung fällig.

## 2. Vertragsbestandteile und Änderungen des Vertrags

2.1. Grundlage für die Agenturarbeit und das Vertragsverhältnis ist der unterschriebene (bzw. per E-Mail zugesagte) Kostenvorschlag und seinen Anlagen das vom Kunden der Agentur auszuhändigende Briefing. Oder aber ein Schriftverkehr per Email, WhatsApp, etc., der daraus schließen lässt, dass in welcher Art und Weise auch immer bereits Beratungstätigkeiten, Aufträge, etc. vom Kunden erwünscht oder gewünscht wurden. Wird das Briefing vom Kunden der Agentur mündlich oder fernmündlich mitgeteilt, so erstellt die Agentur über den Inhalt des Briefings ein Re-Briefing oder übersendet dem Kunden eine Briefing-Vorlage samt Fragen, welche vom Kunden weitestgehend zu beantworten sind.

Telefonate werden immer schriftlich von der Agentur dokumentiert und gelten ebenso als Beweis für das Tätig werden der Agentur im Auftrag vom Kunden.

Wird an einem Projekt hingearbeitet und ist es der Agentur erst dann möglich einen Kostenvoranschlag zu erstellen, da fehlende Informationen erst aufgearbeitet werden mussten, gilt die Zeit bis dahin als Consulting-Tätigkeit und darf somit von der Agentur in Rechnung gestellt werden.

2.2. Änderungen oder Erweiterungen des Vertrags sind jederzeit möglich. Jede Änderung und/oder Erweiterung des Vertrags und/oder seiner Bestandteile bedarf der Schriftform (zumindest per E-Mail). Die durch die Änderungen und/oder der Erweiterungen des Vertrags entstehenden Mehrkosten hat der Kunde zu tragen.

## 3. Urheber- und Nutzungsrechte

3.1. Alle urheberrechtlichen und sonstigen Nutzungsrechte an den vom Kunden zur werblichen Verwendung freigegebenen und bezahlten Arbeitsergebnisse der Agentur gehen auf den Kunden über in dem Umfang, wie es der von beiden Vertragspartnern zu Grunde gelegte Zweck des

jeweiligen Auftrages erfordert. Im Zweifel erfüllt die Agentur ihre Verpflichtungen durch Einräumung ausschließlicher Nutzungsrechte **im Gebiet der Republik Österreich, Deutschland, Schweiz, alle EU-Länder sowie in Ausweitung für bestehende Kunden im Raum UAE (united arab emirates)** für die von den Vertragsparteien jeweils in dem Auftrag vorgesehenen Medien und Einsatzdauer der Werbemaßnahme. Jede darüber hinausgehende Nutzung der Arbeitsergebnisse der Agentur bedarf der gesonderten Zustimmung der Agentur. Wobei für das genannte nicht-EU-Land Schweiz angepasste Kostenverhältnisse herrschen. (Wird dem Kunden jedoch mündlich oder schriftlich mitgeteilt).

3.2. Zieht die Agentur zur Vertragserfüllung Dritte heran, wird sie die Nutzungsrechte an deren Leistungen im Umfang der vorstehenden Regelung für den Kunden auf dessen Kosten erwerben und dementsprechend dem Kunden übertragen. Sollten diese Rechte im Einzelfall in diesem Umfang nicht erhältlich oder deren Erwerb nur mit unverhältnismäßig hohen Kosten möglich sein, wird die Agentur den Kunden darauf hinweisen und nach seinen Weisungen verfahren. Dadurch entstehende Mehrkosten trägt der Kunde.

3.3. Der Kunde ist berechtigt, die Nutzungsrechte ganz oder teilweise auf Tochtergesellschaften oder verbundene Gesellschaften innerhalb eines Konzerns mit der Agentur weiter zu übertragen.

3.4. Die Agentur ist – auch bei Übertragung ausschließlicher Nutzungsrechte auf den Kunden – berechtigt, die Arbeitsergebnisse im Rahmen ihrer Eigenwerbung unentgeltlich zu verwenden unter Nennung des Kundennamens, auch nach Vertragsende, in allen Medien einschließlich Internet, Social Media und im Rahmen von Wettbewerben und Präsentationen.

3.5. Erstellt die Agentur im Rahmen ihrer vertraglichen Leistungen Software, so ist der jeweilige Sourcecode und die entsprechende Dokumentation nicht Gegenstand der Rechteeinräumung an den Kunden. Sofern der Kunde eine Überlassung des Sourcecodes wünscht, muss dies gesondert mit der Agentur vereinbart werden.

3.6. Nicht Gegenstand der Rechteübertragung auf den Kunden sind von diesem abgelehnte, abgebrochene oder nicht innerhalb von 6 Monaten nach Übergabe genutzte Leistungen der Agentur (Konzepte, Ideen, Entwürfe etc.). Diese Nutzungsrechte verbleiben bei der Agentur, ebenso die daran bestehenden Eigentumsrechte. Nach Vertragsverhandlungen und Beratungstätigkeiten, vor allem wenn es dem Kunden einen bestimmten Mehrwert und Know-How gebracht hat darf trotz Nicht-Beauftragung ein Pauschalsatz berechnet werden.

3.7. Die im Rahmen des Auftrages erarbeiteten Werke sind als persönliche geistige Schöpfungen durch das Urheberrechtsgesetz geschützt. Der Urheber ist daher der Schöpfer des Werkes. Diese Regelung gilt auch dann als vereinbart, wenn die nach dem Urheberrechtsgesetz erforderliche Schöpfungshöhe nicht erreicht ist.

3.8. Die in vorstehend Ziffer 1 Satz 1 und 2 genannten Nutzungsrechte sind mit der Bezahlung der vereinbarten Vergütung abgegolten. Eine Ausdehnung der Nutzung über Ende des Werbemittleinsatzes und/oder über das Vertragsgebiet hinaus und/oder für den Einsatz in anderen als den im jeweiligen Auftrag genannten Nutzungsarten/Werbeträgern und/oder das Recht, die Arbeitsergebnisse der Agentur zu bearbeiten, bedarf der ausdrücklichen vorherigen Zustimmung der Agentur und muss gesondert vergütet werden.

3.9. Die Agentur übernimmt keine Haftung für gesetzliche Ansprüche von Urhebern auf nachträgliche Vergütungserhöhung nach **BGBl. Nr. 111/1936** (UrhG) von solchen Ansprüchen stellt der Kunde die Agentur auf erstes Anfordern frei. Die Agentur weist den Kunden vorsorglich darauf hin, dass einem Urheber nach dem Urhebergesetz weitere gesetzliche Ansprüche gegenüber dem Inhaber von Nutzungsrechten zustehen (z.B. auf Auskunft, Rechenschaft und Rückruf), die vertraglich nicht ausgeschlossen werden können.

## 4. Vergütung

4.1. Es gilt die im Vertrag vereinbarte Vergütung. Bei Überschreitung der Zahlungstermine steht der Agentur ohne weitere Mahnung ein Anspruch auf Verzugszinsen in Höhe von 8 Prozentpunkten über dem Basiszinssatz zu. Der Kunde gerät automatisch in Verzug, wenn der Rechnungsbetrag nicht innerhalb von 14 Tagen nach Zugang ausgeglichen wird. Das Recht zur Geltendmachung eines darüber hinausgehenden Schadens bleibt von dieser Regelung unberührt.

4.2. Erstreckt sich die Erarbeitung der vereinbarten Leistungen über einen längeren Zeitraum, so kann die Agentur dem Kunden Abschlagszahlungen über die bereits erbrachten Teilleistungen in

Rechnung stellen. Diese Teilleistungen müssen nicht in einer für den Kunden nutzbaren Form vorliegen und können auch als reine Arbeitsgrundlage auf Seiten der Agentur verfügbar sein.

4.3. Bei Änderungen oder Abbruch von Aufträgen, Arbeiten und dergleichen durch den Kunden und/oder wenn sich die Voraussetzungen für die Leistungserstellung ändern, werden der Agentur alle dadurch anfallenden Kosten ersetzt und die Agentur von jeglichen Verbindlichkeiten gegenüber Dritten freigestellt.

4.4. Bei einem Rücktritt des Kunden von einem Auftrag vor Beginn des Projektes, berechnet die Agentur dem Kunden folgende Prozentsätze vom ursprünglich vertraglich geregelten Honorar als Stornogebühr: Bis sechs Monate vor Beginn des Auftrages 10%, ab sechs Monate bis drei Monate vor Beginn des Auftrages 25%, ab drei Monate bis vier Wochen vor Beginn des Auftrages 50%, ab vier Wochen bis zwei Wochen vor Beginn des Auftrages 80%, ab zwei Wochen vor Beginn des Auftrags 100% bei einem ursprünglich vereinbarten Vertrag mit der Vertragsbindung von 12 Monaten (in Worten: zwölf Monaten). Bis sechs Monate vor Beginn des Auftrages 5%, ab sechs Monate bis drei Monate vor Beginn des Auftrages 12,5%, ab drei Monate bis vier Wochen vor Beginn des Auftrages 25%, ab vier Wochen bis zwei Wochen vor Beginn des Auftrages 40%, ab zwei Wochen vor Beginn des Auftrags 50% bei einem ursprünglich vereinbarten Vertrag mit der Vertragsbindung von 6 Monaten (in Worten: sechs Monaten). Wobei nach österreichischem Recht ab Setzung der Unterschrift auf dem Angebotsunterlagen der §11 FAGG gilt.

Bei Einmalzahlungen wird ein Rücktritt kurz vor Bearbeitungsbeginn / Auftragsvereinbarung 30% des ursprünglich vereinbarten Vertrags- bzw. Honorars berechnet, da für die Agentur im Normalfall ein erheblicher Schaden entsteht und im Normalfall etwaige Projekte verschoben oder gar abgelehnt werden mussten um das besprochene Projekt ausführen zu können.

4.5. Alle in Angeboten und Aufträgen genannten Preise und die daraus resultierend zu zahlenden Beträge, verstehen sich zuzüglich der gesetzlich gültigen Umsatzsteuer in der jeweils geltenden Höhe.

4.6. Unvorhersehbarer Mehraufwand bedarf der gegenseitigen Absprache und gegebenenfalls der Nachhonorierung.

## 5. Pflichten des Kunden

5.1. Der Kunde stellt der Agentur alle für die Durchführung des Projekts benötigten Daten und Unterlagen unentgeltlich zur Verfügung. Der Kunde unterstützt die Agentur zudem bei Erfüllung ihrer vertraglich geschuldeten Leistung in angemessenem Umfang. Dazu gehört insbesondere das rechtzeitige zur Verfügung stellen bzw. die Freigabe von Informationen und Datenmaterial, soweit die Mitwirkungsleistungen des Kunden dies erfordern. Der Kunde wird Genehmigungen so rechtzeitig erteilen, dass der Arbeitsablauf der Agentur und damit die Realisierung der Werbemaßnahme nicht beeinträchtigt wird. Kann die Agentur die Leistungen wegen fehlender und unzureichender Mitwirkungsleistungen oder Beistellungen nicht oder nur mit Mehraufwendungen erbringen, ist sie berechtigt, hierdurch notwendige Mehraufwendungen gegenüber dem Kunden geltend zu machen. Alle Arbeitsunterlagen werden von der Agentur sorgsam behandelt, vor dem Zugriff Dritter geschützt, nur zur Erarbeitung des jeweiligen Auftrages genutzt und werden nach Beendigung des Auftrages an den Kunden zurückgegeben, sofern dies vom Kunden erwünscht ist.

5.2. Sofern der Kunde der Agentur Materialien und/oder Inhalte (z.B. Markenlogos, Werbetexte, Produkte) überlässt, sichert er zu, dass diese frei von Rechten Dritter sind und deren Nutzung bzw. Veröffentlichung nicht in irgendeiner Form gegen geltendes Recht verstößt. Zu den überlassenen Inhalten gehören auch solche Inhalte und deren Quellen, die der Kunde der Agentur im Hinblick auf die Durchführung der beauftragten Leistungen empfiehlt oder vorschlägt. Sollte die Agentur aufgrund solcher vom Kunden stammenden Inhalte von Dritten in Anspruch genommen werden, stellt der Kunde die Agentur von diesen Ansprüchen (inklusive der notwendigen Rechtsverfolgungskosten) auf erstes Anfordern frei.

5.3. Der Kunde wird im Zusammenhang mit einem beauftragten Projekt Aufträge an andere Agenturen oder Dienstleister nur nach Rücksprache und im Einvernehmen mit der Agentur vergeben.

## 6. Gewährleistung und Haftung der Agentur

6.1. Die Agentur haftet dem Kunden im Rahmen dieses Vertrages für die Sorgfalt eines ordentlichen Werbekaufmannes. Die Haftung der Agentur und ihrer Vertreter und Erfüllungsgehilfen für leicht fahrlässige Pflichtverletzungen wird ausgeschlossen mit Ausnahme

der Verletzung wesentlicher Vertragspflichten, Verletzung von Leben Leib und Gesundheit, bei Ansprüchen aus einer Garantie sowie aus dem Produkthaftungsgesetz **BGBI. Nr. 99/1988**.

6.2. Soweit die Agentur, ihre Vertreter und Erfüllungsgehilfen nach der vorstehenden Bestimmung in Absatz 1 haften, beschränkt sich die Haftung auf den Ausgleich des nach Art der Leistung vorhersehbaren und vertragstypischen Schadens.

6.3. Die Agentur wird den Kunden rechtzeitig auf für sie erkennbare rechtliche Risiken des Inhalts oder der Gestaltung geplanter Werbemaßnahmen hinweisen. Die Agentur übernimmt keine eigene rechtliche Überprüfung der von ihr erbrachten Leistungen. Erachtet die Agentur für die Realisierung der Maßnahmen eine rechtliche (z.B. wettbewerbs- oder markenrechtliche) Prüfung durch eine besonders sachkundige Person oder Institution für erforderlich, so trägt der Kunde nach Abstimmung die Kosten.

6.4. Eine Haftung der Agentur ist ausgeschlossen, sofern und soweit die Agentur den Kunden schriftlich unter Darlegung der Gründe auf Bedenken hinsichtlich der Vereinbarkeit der Werbemaßnahme mit dem geltenden Recht hingewiesen hat und der Kunde sich trotz des Hinweises gegen eine Änderung der betreffenden vertragsgegenständlichen Leistungen entscheidet. Der Kunde stellt die Agentur in diesen Fällen von Ansprüchen Dritter auf erstes Anfordern frei. Hiervon umfasst sind auch die notwendigen Rechtsverfolgungskosten.

6.5. Ansprüche des Kunden verjähren in einem Jahr ab Erbringung der beauftragten Leistungen. Hiervon ausgenommen sind Ansprüche wegen der Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit und/oder wegen grob fahrlässig oder vorsätzlich verursachter Schäden sowie Ansprüche aus der Übernahme einer Garantie oder aus Produkthaftung – insoweit gelten die gesetzlichen Verjährungsfristen nach österreichischem Recht.

## 7. Verwertungsgesellschaften

7.1. Der Kunde verpflichtet sich, eventuell anfallende Gebühren an Verwertungsgesellschaften wie beispielsweise an die AKM abzuführen. Werden diese Gebühren von der Agentur verauslagt, so verpflichtet sich der Kunde, diese der Agentur gegen Nachweis zu erstatten. Dies kann auch nach Beendigung des Vertragsverhältnisses erfolgen.

7.2. Der Kunde ist darüber informiert, dass bei der Auftragsvergabe im künstlerischen, konzeptionellen, journalistischen und werbeberaterischen Bereich an eine nicht-juristische Person eine Künstlersozialabgabe an die Künstlersozialkasse zu leisten ist. Diese Abgabe darf vom Kunden nicht von der Agenturrechnung in Abzug gebracht werden. Für die Einhaltung der Anmelde- und Abgabepflicht ist der Kunde zuständig und selbst verantwortlich.

## 8. Leistungen Dritter

Von der Agentur eingeschaltete Freie Mitarbeiter oder Dritte sind Erfüllungs- oder Verrichtungsgehilfen der Agentur. Der Kunde verpflichtet sich diese, im Rahmen der Auftragsdurchführung von der Agentur eingesetzte Mitarbeiter, im Laufe der auf den Abschluss des Auftrages folgenden 12 Monate ohne Mitwirkung der Agentur weder unmittelbar noch mittelbar mit Projekten zu beauftragen.

## 9. Arbeitsunterlagen und elektronische Daten

Alle Arbeitsunterlagen, elektronische Daten und Aufzeichnungen die im Rahmen der Auftragserarbeitung auf Seiten der Agentur angefertigt werden, verbleiben bei der Agentur. Die Herausgabe dieser Unterlagen und Daten kann vom Kunden nicht gefordert werden. Die Agentur schuldet mit der Bezahlung des vereinbarten Honorars die vereinbarte Leistung, nicht jedoch die zu diesem Ergebnis führenden Zwischenschritte in Form von Skizzen, Entwürfen, Produktionsdaten etc.

## 10. Media-Planung und Media-Durchführung

10.1. Beauftragte Projekte im Bereich Media-Planung besorgt die Agentur nach bestem Wissen und Gewissen auf Basis der ihr zugänglichen Unterlagen der Medien und der allgemein zugänglichen Marktforschungsdaten. Ein bestimmter werblicher Erfolg schuldet die Agentur dem Kunden durch diese Leistungen nicht.

10.2. Die Agentur verpflichtet sich, alle Vergünstigungen, Sonderkonditionen und Rabatte im Sinne des Auftraggebers bei der Media-Schaltung zu berücksichtigen und diese an den Kunden weiter zu geben.

10.3. Bei umfangreichen Media-Leistungen ist die Agentur nach Absprache berechtigt, einen bestimmten Anteil der Fremdkosten dem Kunden in Rechnung zu stellen und die Einbuchung bei den entsprechenden Medien erst nach Zahlungseingang vorzunehmen, damit die Agentur nicht in Vorleistung geht. Insofern der jeweilige Anbieter bzw. die jeweilige Plattform es technisch möglich macht, wird auf direktem Wege die Kreditkarte des Kunden mit den Media-Leistungen belastet. Für eine eventuelle Nichteinhaltung eines Schaltermins durch einen verspäteten Zahlungseingang haftet die Agentur nicht. Ein Schadensersatzanspruch vom Kunden gegen die Agentur entsteht dadurch nicht.

## 11. Abtretung, Aufrechnung und Zurückbehaltungsrecht

11.1. Der Kunde ist nicht dazu berechtigt, Ansprüche aus dem Vertrag abzutreten.

11.2. Eine Aufrechnung oder die Geltendmachung eines Zurückbehaltungsrechts durch den Kunden ist nur mit anerkannten oder rechtskräftig festgestellten Gegenansprüchen aus demselben Vertragsverhältnis zulässig.

## 12. Streitigkeiten

Kommt es im Laufe oder nach Beendigung eines Auftrages zu einem Streitfall bezüglich des beauftragten Projektes, so ist vor der Einleitung eines gerichtlichen Verfahrens ein außergerichtliches Mediationsverfahren zu durchlaufen. Bei Streitigkeiten in Fragen der Qualitätsbeurteilung oder bei der Höhe der Honorierung werden externe Gutachten erstellt, um möglichst eine außergerichtliche Einigung zu erzielen. Die Kosten hierfür werden von Kunden und Agentur geteilt.

## 13. Schlussbestimmungen

13.1. Es gilt das Recht der Republik Österreich.

13.2. Erfüllungsort ist Wien und *als Gerichtsstand für allfällige Rechtsstreitigkeiten vereinbaren die Vertragsparteien gemäß § 104 JN die ausschließliche Zuständigkeit des in Handelssachen für Wien in Betracht kommenden Gerichtes.*

13.3. *§ Salvatorische Klausel;* Sollte eine Bestimmung dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen ganz oder teilweise unwirksam sein oder ihre Rechtswirksamkeit zu einem späteren Zeitpunkt verlieren, so wird hierdurch die Gültigkeit der übrigen Bestimmungen nicht berührt. Anstelle der unwirksamen Bestimmung soll im Wege der Vertragsanpassung eine andere angemessene Regelung gelten, die wirtschaftlich dem am Nächsten kommt, was die Vertragsparteien gewollt hätten, wenn ihnen die Unwirksamkeit der Regelung bekannt gewesen wäre.

---

Ort, Datum

---

Kunde

---

Unterschrift Geschäftsführer