

Allgemeine Geschäftsbedingungen der Matchcode GmbH

1. Allgemeines

1.1 Die Matchcode GmbH (im Folgenden kurz „Agentur“ genannt) erbringt ihre Leistungen ausschließlich auf der Grundlage der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB). Diese gelten für alle Rechtsbeziehungen zwischen der Agentur und dem Vertragspartner (im Folgenden kurz „Kunde“ genannt), selbst wenn nicht ausdrücklich auf sie Bezug genommen wird. Die AGB sind ausschließlich für Rechtsbeziehungen mit Unternehmen anwendbar, sohin B2B. Die Allgemeinen Geschäftsbedingungen des Vertragspartners der Agentur sind selbst dann nicht bindend, wenn ihnen nicht ausdrücklich widersprochen wird. Diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen kommen auch für alle künftigen Geschäftsbeziehungen zwischen Agentur und Kunden zur Geltung, selbst wenn nicht ausdrücklich darauf Bezug genommen wird.

1.2 Entgegenstehende Geschäftsbedingungen des Kunden sind nur dann wirksam, wenn sie von der Agentur ausdrücklich und firmenmäßig schriftlich anerkannt wurden.

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 Allgemeinen Geschäftsbedingungen unwirksam sein, so berührt dies die Verbindlichkeit der übrigen Bestimmungen und der unter ihrer Zugrundelegung geschlossenen Verträge nicht. Die unwirksame Bestimmung ist durch eine wirksame, die dem Sinn und Zweck am nächsten kommt, zu ersetzen.

2. 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:

2.1 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 liegen die AGB zu Grunde.

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

2.3 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.

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

2.5 Der potentielle Kunde verpflichtet sich, es zu unterlassen, diese von der Agentur im Rahmen des Konzeptes präsentierten kreativen Ideen außerhalb des Korrektivs eines später abzuschließenden Hauptvertrages wirtschaftlich zu verwerten bzw. verwerten zu lassen oder zu nutzen bzw. nutzen zu lassen.

2.6 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.

2.7 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.

2.8 Der potentielle Kunden kann sich von seinen Verpflichtungen aus diesem Punkt durch Zahlung einer angemessenen Entschädigung zuzüglich 20% Umsatzsteuer befreien. Die Befreiung tritt erst nach vollständigem Eingang der Zahlung der Entschädigung bei der Agentur ein.

3. Vertragsabschluss

3.1 Ein Vertrag gilt als abgeschlossen, wenn ein Kunde entweder ein Angebot des Auftragnehmers schriftlich annimmt oder ein Auftrag des Auftraggebers vom Auftragnehmer schriftlich angenommen wird. Ein Vertrag gilt auch dann als abgeschlossen, wenn entweder der Auftragnehmer durch seine Tätigkeiten zweifelsfrei zu erkennen gibt, dass dieser einen Auftrag des Auftraggebers annimmt (Beginn mit Ausführungsarbeiten) oder wenn der Auftraggeber eine vom Auftragnehmer geforderte Anzahlung leistet.

3.2 Angebote des Auftragnehmers gelten als freibleibend, an Aufträge ist der Auftraggeber zwei Wochen nach Erhalt durch den Auftragnehmer gebunden.

3.3 Sämtliche Angebot- und Projektunterlagen des Auftragnehmers dürfen ohne dessen Zustimmung weder vervielfältigt noch bearbeitet noch Dritten zugänglich gemacht werden. Sie können jederzeit zurückgefordert werden und sind dem Auftragnehmer unverzüglich zurückzustellen, wenn der Auftrag nicht erteilt wird. Werden derartige Unterlagen aber dennoch vom Auftraggeber direkt, indirekt, zur Gänze oder auch nur teilweise verwendet, so gilt der Auftrag als erteilt und steht dem Auftragnehmer das im Angebot erwähnte Honorar zu.

4. Leistungsumfang, Leistungserbringung und Mitwirkungspflicht des Kunden

4.1 Der Umfang der vertraglichen Leistungen ergibt sich aus der schriftlichen Vereinbarung. Änderungen oder Abweichungen, die gegebenenfalls nach Vertragsabschluss notwendig werden, teilt der Auftraggeber dem Auftraggeber unverzüglich unter Bekanntgabe allfälliger zusätzlicher Kosten mit. Diese Änderungen gelten als genehmigt, sofern der Auftraggeber binnen fünf Werktagen nicht schriftlich widerspricht.

4.2 Alle Leistungen der Agentur (insbesondere alle Vorentwürfe, Skizzen, Reinzeichnungen, Bürstenabzüge, Blaupausen, Kopien, Farbabdrucke 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.

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.

4.4 Der Kunde ist weiters verpflichtet, die für die Durchführung des Auftrages zur Verfügung gestellten Unterlagen (Fotos, Logos, etc.) auf allfällige Urheber-, Marken-, Kennzeichenrechte oder sonstige Rechte Dritter zu prüfen (Rechteclearing) und garantiert, dass die Unterlagen frei von Rechten Dritter sind und daher für den angestrebten Zweck eingesetzt werden können. Die Agentur 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 gestellter Unterlagen. Wird die Agentur wegen einer solchen Rechtsverletzung von einem Dritten in Anspruch genommen, so hält der Kunde die Agentur schad- und klaglos; er hat ihr sämtliche Nachteile zu ersetzen, die ihr durch eine Inanspruchnahme Dritter entstehen, insbesondere die Kosten einer angemessenen rechtliche Vertretung. Der Kunde verpflichtet sich, die Agentur bei der Abwehr von allfälligen Ansprüchen Dritter zu unterstützen. Der Kunde stellt der Agentur hierfür unaufgefordert sämtliche Unterlagen zur Verfügung.

4.5 Der Kunde tritt bei der Veranstaltung als Veranstalter in eigenem Namen und auf eigene Verantwortung auf, die Agentur ist ausschließlich als Organisator der Veranstaltung tätig.

5. Termine

5.1 Termine sind schriftlich zu vereinbaren. Die Agentur wird sich bemühen, derartige Termine einzuhalten, diese gelten jedoch als unverbindlich. Insoweit die Agentur aus eigenem Verschulden in Leistungsverzug gerät, wird der Kunde schriftlich eine angemessene, keinesfalls 1 Woche unterschreitende Nachfrist gewähren, wobei der Fristenlauf durch die Zustellung ausgelöst wird. Nach fruchtlosem Verstreichen der Nachfrist ist der Kunde berechtigt

vom Vertrag zurückzutreten. Für allfällige Schadenersatzansprüche gilt Punkt 10. unten. Würde durch die Setzung einer Nachfrist der Vertragszweck vereitelt werden (etwa, wenn das Ende der Nachfrist nach einer geplanten Veranstaltung fällt), so entfällt die Pflicht zur Setzung der Nachfrist.

5.2 Unvorhersehbare Ereignisse, wie höhere Gewalt, Krieg, Naturkatastrophen, Aussperrungen, Streiks oder Verkehrsstörungen und sonstige unvermeidbare und außerhalb des Einflussbereichs der Agentur liegende Ereignisse entbinden die Agentur für die Dauer des Ereignisses von seinen vertraglichen Verpflichtungen. Vereinbarte Fristen bzw. Termine verlängern sich um die Dauer der Störung. Würde durch eine derartige Verlängerung der Vertragszweck vereitelt werden, so ist der Kunde zum Vertragsrücktritt berechtigt, es gelten die Bestimmungen des Punktes 11.1 entsprechend.

6. Fremdleistungen / Beauftragung Dritter

6.1 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 („Fremdleistungen“).

6.2 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.

6.3 Im Falle eines von einem Dritten verursachten Schadens tritt die Agentur sämtliche ihm gegen den Dritten zustehende Ansprüche ohne Gewähr an den Kunden ab und verzichtet der Kunde im Gegenzug auf die Geltendmachung sämtlicher diesbezüglicher Ansprüche gegen die Agentur.

6.4 In Verpflichtung gegenüber Dritten, die dem Kunden namhaft gemacht wurden und die über die Vertragslaufzeit hinausgehen, hat der Kunde einzutreten. Das gilt ausdrücklich im Falle einer Kündigung des Agenturvertrages aus wichtigem Grund.

7. 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 Kunden 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 Bonität des Kunden bestehen und dieser auf Begehren der Agentur weder Vorauszahlungen leistet noch vor Leistungen der Agentur eine taugliche Sicherheit leistet;

7.2 Der Kunde ist berechtigt, den Vertrag aus wichtigen Gründen ohne Nachfristsetzung aufzulösen. Ein wichtiger Grund liegt insbesondere 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.

8. Honorar und Bezahlung

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, welches sich über einen längeren Zeitraum erstreckt, ist die Agentur berechtigt, Zwischenabrechnung bzw. Vorausrechnungen zu erstellen oder Akontozahlung abzurufen.

8.2 Kostenvoranschläge der Agentur sind – sofern nicht schriftlich anders vereinbart – unverbindlich. Die Höhe des Honorars wird ausschließlich in der schriftlichen Vereinbarung festgelegt. Alle Preise verstehen sich exklusive der gesetzlichen Umsatzsteuer. Bei Aufträgen, deren Fertigstellung mehr als sechs Monate nach dem Vertragsabschluss liegt, ist die Agentur berechtigt das Honorar entsprechend der Änderung des von der Statistik Austria veröffentlichten Verbraucherpreisindex anzupassen.

8.3 Rechnungen der Agentur sind sofort nach Erhalt abzugsfrei zur Zahlung fällig. Für den Fall des Verzuges ist die Agentur berechtigt Verzugszinsen in Höhe von 8 % p.a. über dem von der Europäischen Zentralbank verlautbarten Basiszinssatz zu verrechnen.

8.4 Der Kunde ist verpflichtet, alle mit der Geltendmachung von Ansprüchen verbundenen Kosten und Auslagen, insbesondere auch Inkassospesen sowie Rechtsanwaltskosten zu tragen.

8.5 Im Falle eines Zahlungsverzuges ist die Agentur berechtigt alle Ansprüche gegen den Kunden sofort fällig zu stellen und alle Arbeiten für den Kunden – gegebenenfalls auch in Zusammenhang mit anderen Verträgen – einzustellen; Schadenersatzansprüche des Kunden werden diesbezüglich vollkommen ausgeschlossen.

8.6 Leistungen der Agentur, die nicht ausdrücklich durch das vereinbarte Honorar abgegolten werden, werden vom Kunden zusätzlich honoriert und allfällige Spesen und Auslagen der Agentur werden vom Kunden vollständig ersetzt, sofern nicht im Vertrag ausdrücklich anderes vereinbart ist.

8.7 Die Liefergegenstände verbleiben bis zur vollständigen Bezahlung der entsprechenden Rechnung im Eigentum der Agentur (Eigentumsvorbehalt).

9. Urheberrechte

9.1 Alle Leistungen der Agentur (z.B. Anregungen, Ideen, Skizzen, Vorentwürfe, Reinzeichnungen, Konzepte, Entwürfe, Logos, etc. – im Folgenden kurz „Ergebnisse“ genannt) sowie auch einzelne Teile daraus verbleiben im Eigentum des Auftragnehmers. Der Kunde erwirbt mit der Zahlung des Honorars das nicht-ausschließliche, nicht-übertragbare zeitlich und geographisch beschränkte Recht zur Nutzung der Ergebnisse zum vereinbarten Zweck und im vereinbarten Nutzungsumfang. Bei Verzug mit der Zahlung von Rechnungen ist die Agentur berechtigt, jede Nutzung der Ergebnisse zu untersagen.

9.2 Änderungen und Weiterentwicklungen der Ergebnisse der Agentur sind dem Kunden nur mit ausdrücklicher schriftlicher Genehmigung der Agentur gestattet. Die Herausgabe aller sogen. „offenen Dateien“ wird damit ausdrücklich nicht Vertragsbestandteil. Die Agentur ist nicht zur Herausgabe verpflichtet. D.h. ohne vertragliche Abtretung der Nutzungsrechte auch für „elektronische Arbeiten“ hat der Auftraggeber keinen Rechtsanspruch darauf.

9.3 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.

9.4 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 die Leistungen urheberrechtlich geschützt ist oder nicht, ebenfalls die Zustimmung der Agentur notwendig.

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

10. Gewährleistung und Schadenersatz

10.1. Der Kunde hat sämtliche Leistungen der Agentur unverzüglich zu prüfen um allfällige Mängel unverzüglich

– jedenfalls spätestens 3 Tage nach Erhalt bzw. nach Durchführung – schriftlich und detailliert zu rügen. Im Falle einer berechtigten Reklamation wird die Agentur nach eigener Wahl Verbesserung, Nachtrag des Fehlenden oder Austausch in angemessener Frist vornehmen. Der Kunde ist zu einer Minderung des Entgeltes bzw. bei einem wesentlichen Mangel zum Vertragsrücktritt nur dann berechtigt, wenn eine Verbesserung/Nachtrag/Austausch trotz einer schriftlich gesetzten angemessenen Nachfrist von mindestens sieben Tagen endgültig fehlschlägt. Die Agentur ist berechtigt, die Verbesserung bzw. den Nachtrag/Austausch zu verweigern, wenn dies unmöglich oder nur mit einem verhältnismäßig hohen Aufwand verbunden ist. In diesem Fall steht dem Kunden im Falle eines wesentlichen Mangels der Vertragsrücktritt zu.

10.2 Die Agentur haftet für allfällige Schäden des Kunden nur sofern ihm Vorsatz oder grobe Fahrlässigkeit nachgewiesen werden. Die Beweislast für das Vorliegen allfälliger grober Fahrlässigkeit trägt der Kunde. Die Haftung für leichte Fahrlässigkeit, sowie der Ersatz von Folgeschäden, entgangenen Gewinn, nicht erzielten Ersparnissen, Zinsverlusten und Schadensansprüchen Dritter sind ausgeschlossen. Die Agentur haftet nicht für einen bestimmten Erfolg der Maßnahme oder Veranstaltung.

10.3 Sofern gesetzlich zulässig, ist die Höhe des Schadenersatzes pro Auftrag mit € 3.000,- (brutto) bzw. dem Auftragswert (ohne Umsatzsteuer) beschränkt, welcher immer Betrag niedriger ist.

10.4 Für Veranstaltungen verpflichtet sich der Kunde um eine ausreichende und angemessene Haftpflichtversicherung besorgt zu sein.

11. Stornobedingungen nach Auftragserteilung

Die Auftragserteilung erfolgt entweder durch schriftliche Bestätigung zB via E-Mail oder mittels Bestelleingang.

11.1 Der Kunde ist berechtigt, Verträge mit der Agentur jederzeit auch ohne wichtigen Grund zu kündigen. In diesem Fall bleibt der Honoraranspruch der Agentur ungeschmälert aufrecht, es sei denn es wurde im entsprechenden Vertrag anders vereinbart.

11.2 Sowohl Kunde als auch Agentur sind berechtigt, Verträge aus wichtigem Grund aufzukündigen. Als wichtigen Grund, der die Agentur zur vorzeitigen Kündigung berechtigt, gilt insbesondere, wenn der Kunde mit der Bezahlung von Rechnungen trotz Setzung einer schriftlichen Nachfrist von mindestens acht Tagen in Verzug ist. Die Agentur ist weiters berechtigt, aus wichtigem Grund den Vertrag aufzukündigen, wenn Bedenken hinsichtlich der Zahlungsfähigkeit des Kunden entstanden sind und dieser auf Verlangen der Agentur keine Vorauszahlung

leistet. In diesen Fällen bleibt der Honoraranspruch der Agentur aufrecht.

Ein weiterer wichtiger Grund zur vorzeitigen Kündigung ist gegeben, wenn über das Vermögen der anderen Vertragspartei ein Insolvenzverfahren eröffnet oder mangels hinreichenden Vermögens abgewiesen wird.

11.3 Bei einem Rücktritt bis 40 Werktage vor Leistungsdatum sind 50 % der Auftragssumme fällig, ausgenommen Punkt 11.1, die sich aus der letzten vor Zugang des Kündigungsschreibens bei der Matchcode GmbH von der Matchcode GmbH dem Kunden übermittelten Projektdokumentation/Kalkulation ergibt (nachfolgend „Gesamtsumme“ genannt).

Bei Absage/Stornierung von 39 bis 10 Werktagen vor Leistungserbringung sind 75 % der Gesamtsumme, von 9 - 2 Werktagen vor dem Leistungsdatum sind 85 % der Gesamtsumme fällig, danach 100% der Auftragssumme.

Der Auftraggeber trägt zusätzlich 100% der Kosten der Herstellung und für den Erwerb von Gegenständen, die ausschließlich für den Auftrag hergestellt oder erworben wurden.

11.4 Bei Verschiebung einer Veranstaltung tritt Punkt 11.1 insofern in Kraft als das bereits erbrachte Dienstleistungen der Agentur fakturiert werden. Anfallende Kosten von Dienstleistern wie Veranstaltungslösungen etc. werden laut deren Stornobedingungen an den Kunden weiterverrechnet.

11.5 Unabhängig von den oben genannten Stornobedingungen, die sich auf die vereinbarten Leistungen der Matchcode GmbH beziehen, sind Stornobedingungen von Drittanbietern zu sehen. Diese finden, lt. allgemeinen AGBs (z.B. Hotellerie) bzw. ausgewiesenen AGBs des Drittleisters, Anwendung.

11.6 Aufhebung des Vertrages wegen außergewöhnlicher Umstände

Wird die Aktivität infolge, bei Vertragsabschluss nicht vorhersehbarer, höherer Gewalt oder der außergewöhnlicher Umstände, insbesondere solche außerhalb der Einflussosphäre von Matchcode GmbH, erheblich erschwert, gefährdet oder beeinträchtigt, so kann sowohl der Auftragnehmer als auch der Auftraggeber den Vertrag kündigen. Wird der Vertrag gekündigt, so ist Matchcode GmbH berechtigt, für die bereits erbrachten oder noch zu erbringenden Leistungen eine angemessene Entschädigung zu verlangen.

12. Rechts- und Gerichtsstand

Alle Vereinbarungen zwischen Kunde und Agentur unterliegen österreichischem Recht unter Ausschluss der Verweisnormen (z.B. IPRG, EVÜ etc.). Für Streitigkeiten wird die ausschließliche Zuständigkeit, der für Handels-sachen in Wien Innere Stadt sachlich zuständigen Gerichte vereinbart.

13. Abschließende Bestimmungen

13.1 Sollten eine oder mehrere in diesen Allgemeinen Geschäftsbedingungen enthaltenen Bestimmungen unwirksam oder undurchsetzbar sein, so berührt dies nicht die Wirksamkeit der anderen Bestimmungen. Die unwirksame Bestimmung wird durch eine wirksame Bestimmung, welche dem Inhalt der unwirksamen Bestimmung kommerziell am nächsten kommt, ersetzt.

13.2 Agentur und Kunde vereinbaren strenge Vertraulichkeit über alle sich aus dem Geschäftsverkehr ergebenden Kenntnisse gegenüber Dritten, auch nach Beendigung des jeweiligen Vertragsverhältnisses.

13.3 Ansprüche aus der Geschäftsbeziehung dürfen vom Kunden nur nach vorheriger Zustimmung der Agentur getreten werden.

13.4 Der Kunde ist nicht berechtigt, mit eigenen Forderungen gegen Forderungen der Agentur aufzurechnen, sofern derartige Forderungen nicht gerichtlich anerkannt oder gerichtlich festgestellt sind.

13.5 Änderungen eines Vertrages sowie Nebenabreden bedürfen zur Wirksamkeit der Schriftform, dies gilt auch für ein allfälliges Abgehen vom Schriftlichkeitserfordernis.

13.6 Die Agentur ist berechtigt auf seiner Homepage und Werbematerialien auf die Geschäftsbeziehung mit dem Kunden in angemessener Größe und Darstellung hinzuweisen.