

ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN

für Leistungen der Unternehmensberatung

1. Allgemeine Grundlagen / Geltungsbereich

- 1.1 Für sämtliche Rechtsgeschäfte zwischen dem Auftraggeber/der Auftraggeberin und dem Institut für ganzheitliche Markenbewertung eU „Die MarkenWertExperten“ gelten ausschließlich diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen. Maßgeblich ist jeweils die zum Zeitpunkt des Vertragsabschlusses gültige Fassung.
- 1.2 Diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen gelten auch für alle künftigen Vertragsbeziehungen, somit auch dann, wenn bei Zusatzverträgen darauf nicht ausdrücklich hingewiesen wird.
- 1.3 Entgegenstehende Allgemeine Geschäftsbedingungen des Auftraggebers/der Auftraggeberin sind ungültig, es sei denn, diese werden vom Institut für ganzheitliche Markenbewertung eU „Die MarkenWertExperten“ ausdrücklich schriftlich anerkannt.
- 1.4 Für den Fall, dass einzelne Bestimmungen dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen unwirksam sein und/oder werden sollten, berührt dies die Wirksamkeit der verbleibenden Bestimmungen und der unter ihrer Zugrundelegung geschlossenen Verträge nicht. Die unwirksame ist durch eine wirksame Bestimmung, die ihr dem Sinn und wirtschaftlichen Zweck nach am nächsten kommt, zu ersetzen.

2. Umfang des Beratungs– und Bewertungsauftrages / Stellvertretung

- 2.1 Der Umfang eines konkreten Beratungsauftrages oder/und Bewertungsauftrages wird im Einzelfall vertraglich vereinbart.
- 2.2 Das Institut für ganzheitliche Markenbewertung eU „Die MarkenWertExperten“ ist berechtigt, die ihm obliegenden Aufgaben ganz oder teilweise durch Dritte erbringen zu lassen. Die Bezahlung des Dritten erfolgt ausschließlich durch das Institut für ganzheitliche Markenbewertung eU „Die MarkenWertExperten“, selbst. Es entsteht kein wie immer geartetes direktes Vertragsverhältnis zwischen dem Dritten und dem Auftraggeber/der Auftraggeberin.
- 2.3 Der Auftraggeber verpflichtet sich, während sowie bis zum Ablauf von drei Jahren nach Beendigung dieses Vertragsverhältnisses keine wie immer geartete Geschäftsbeziehung zu Personen oder Gesellschaften einzugehen, deren sich der Auftragnehmer (Unternehmensberater) zur Erfüllung seiner vertraglichen Pflichten bedient. Der Auftraggeber wird diese Personen und Gesellschaften insbesondere nicht mit solchen oder ähnlichen Beratungsleistungen beauftragen, die auch der Auftragnehmer (Unternehmensberater) anbietet.

3. Aufklärungspflicht des Auftraggebers/der Auftraggeberin & Vollständigkeitserklärung

- 3.1 Der Auftraggeber/die Auftraggeberin sorgt dafür, dass die organisatorischen Rahmenbedingungen bei Erfüllung des Beratungs- und Bewertungsauftrages an seinem Geschäftssitz ein möglichst ungestörtes, dem raschen Fortgang des Beratungs- und/oder Bewertungsprozesses förderliches Arbeiten erlauben.
- 3.2 Der Auftraggeber/die Auftraggeberin wird das Institut für ganzheitliche Markenbewertung eU „Die MarkenWertExperten“ auch über vorher durchgeführte und/oder laufende Beratungen und Bewertungen – auch auf anderen Fachgebieten – umfassend informieren.
- 3.3 Der Auftraggeber/die Auftraggeberin sorgt dafür, dass das Institut für ganzheitliche Markenbewertung eU „Die MarkenWertExperten“ auch ohne dessen besondere Aufforderung alle für die Erfüllung und Ausführung des Beratungs- und/oder Bewertungsauftrages notwendigen Unterlagen zeitgerecht vorgelegt werden und ihm von allen Vorgängen und Umständen Kenntnis gegeben wird, die für die Ausführung des Beratungs- und Bewertungsauftrages von Bedeutung sind. Dies gilt auch für alle Unterlagen, Vorgänge und Umstände, die erst während der Tätigkeit des Institutes für ganzheitliche Markenbewertung eU „Die MarkenWertExperten“ bekannt werden.
- 3.4 Der Auftraggeber/die Auftraggeberin sorgt dafür, dass wenn notwendig, seine Mitarbeiter und die gesetzlich vorgesehene und gegebenenfalls eingerichtete Arbeitnehmervertretung (Betriebsrat) bereits vor Beginn der Tätigkeit des Institutes für ganzheitliche Markenbewertung eU „Die MarkenWertExperten“ von dieser informiert werden.

4. Sicherung der Unabhängigkeit

- 4.1 Die Vertragspartner verpflichten sich zur gegenseitigen Loyalität.
- 4.2 Die Vertragspartner verpflichten sich gegenseitig, alle Vorkehrungen zu treffen, die geeignet sind, die Gefährdung der Unabhängigkeit der beauftragten Dritten und Mitarbeiter des Institutes für ganzheitliche Markenbewertung eU „Die MarkenWertExperten“ zu verhindern. Dies gilt insbesondere für Angebote des Auftraggebers/der Auftraggeberin auf Anstellung bzw. der Übernahme von Aufträgen auf eigene Rechnung.

5. Berichterstattung / Berichtspflicht

- 5.1 Das Institut für ganzheitliche Markenbewertung eU „Die MarkenWertExperten“ verpflichtet sich, über seine Arbeit, die seiner Mitarbeiter und gegebenenfalls auch die beauftragter Dritter dem Arbeitsfortschritt entsprechend dem Auftraggeber/der Auftraggeberin Bericht zu erstatten.
- 5.2 Den Schlussbericht erhält der Auftraggeber/die Auftraggeberin in angemessener Zeit, d.h. zwei bis vier Wochen, je nach Art des Beratungsauftrages nach Abschluss des Auftrages.
- 5.3 Das Institut für ganzheitliche Markenbewertung eU „Die MarkenWertExperten“ ist bei der Herstellung des vereinbarten Werkes weisungsfrei, handelt nach eigenem Gutdünken und in eigener Verantwortung. Er ist an keinen bestimmten Arbeitsort und keine bestimmte Arbeitszeit gebunden.

6. Schutz des geistigen Eigentums

- 6.1 Die Urheberrechte an den vom Institut für ganzheitliche Markenbewertung eU „Die MarkenWertExperten“ und seinen Mitarbeitern und beauftragten Dritten geschaffenen Werken (insbesondere Anbote, Berichte, Analysen, Gutachten, Organisationspläne, Programme, Leistungsbeschreibungen, Entwürfe, Berechnungen, Datenträger etc.) verbleiben beim Institut für ganzheitliche Markenbewertung eU „Die MarkenWertExperten“.

ten“. Sie dürfen vom Auftraggeber/der Auftraggeberin während und nach Beendigung des Vertragsverhältnisses ausschließlich für den, den Vertrag umfassenden Zweck verwendet werden. Der Auftraggeber/die Auftraggeberin ist insofern nicht berechtigt, das Werk (die Werke) ohne ausdrückliche Zustimmung des Institutes für ganzheitliche Markenbewertung eU „Die MarkenWertExperten“ zu vervielfältigen und/oder zu verbreiten. Keinesfalls entsteht durch eine unberechtigte Vervielfältigung/Verbreitung des Werkes eine Haftung des Institutes für ganzheitliche Markenbewertung eU „Die MarkenWertExperten“ insbesondere etwa für die Richtigkeit des Werkes – gegenüber Dritten.

- 6.2 Der Verstoß des Auftraggebers/der Auftraggeberin gegen diese Bestimmungen berechtigt das Institut für ganzheitliche Markenbewertung eU „Die MarkenWertExperten“ zur sofortigen vorzeitigen Beendigung des Vertragsverhältnisses und zur Geltendmachung anderer gesetzlicher Ansprüche, insbesondere auf Unterlassung und/oder Schadenersatz.

7. Gewährleistung

- 7.1 Das Institut für ganzheitliche Markenbewertung eU „Die MarkenWertExperten“ ist ohne Rücksicht auf ein Verschulden berechtigt und verpflichtet, bekannt werdende Unrichtigkeiten und Mängel an seiner Leistung zu beheben. Es wird der Auftraggeber/die Auftraggeberin hievon unverzüglich in Kenntnis gesetzt.
- 7.2 Dieser Anspruch des Auftraggebers/der Auftraggeberin erlischt zehn Tage nach Erbringen der jeweiligen Leistung.

8. Haftung / Schadenersatz

- 8.1 Das Institut für ganzheitliche Markenbewertung eU „Die MarkenWertExperten“ haftet dem Auftraggeber/der Auftraggeberin für Schäden – ausgenommen für Personenschäden - nur im Falle groben Verschuldens (Vorsatz oder grobe Fahrlässigkeit). Dies gilt sinngemäß auch für Schäden, die auf vom Institut für ganzheitliche Markenbewertung eU „Die MarkenWertExperten“ beigezogene Dritte zurückgehen.
- 8.2 Schadenersatzansprüche des Auftraggebers/der Auftraggeberin können nur innerhalb von sechs Monaten ab Kenntnis von Schaden und Schädiger, spätestens aber innerhalb von drei Jahren nach dem anspruchsbegründenden Ereignis gerichtlich geltend gemacht werden.
- 8.3 Der Auftraggeber/die Auftraggeberin hat jeweils den Beweis zu erbringen, dass der Schaden auf ein Verschulden des Institutes für ganzheitliche Markenbewertung eU „Die MarkenWertExperten“ zurückzuführen ist.
- 8.4 Sofern das Institut für ganzheitliche Markenbewertung eU „Die MarkenWertExperten“ das Werk unter Zuhilfenahme Dritter erbringt und in diesem Zusammenhang Gewährleistungs- und/oder Haftungsansprüche gegenüber diesen Dritten entstehen, tritt das Institut für ganzheitliche Markenbewertung eU „Die MarkenWertExperten“ diese Ansprüche an den Auftraggeber/die Auftraggeberin ab. Der Auftraggeber/die Auftraggeberin wird sich in diesem Fall vorrangig an diese Dritten halten.

9. Geheimhaltung / Datenschutz

- 9.1 Das Institut für ganzheitliche Markenbewertung eU „Die MarkenWertExperten“ verpflichtet sich zu unbedingtem Stillschweigen über alle ihm zur Kenntnis gelangenden geschäftlichen Angelegenheiten, insbeson-

dere Geschäfts- und Betriebsgeheimnisse sowie jedwede Information, die er über Art, Betriebsumfang und praktische Tätigkeit des Auftraggebers/der Auftraggeberin erhält.

- 9.2 Weiters verpflichtet sich das Institut für ganzheitliche Markenbewertung eU „Die MarkenWertExperten“ über den gesamten Inhalt des Werkes sowie sämtliche Informationen und Umstände, die ihm im Zusammenhang mit der Erstellung des Werkes zugegangen sind, insbesondere auch über die Daten von Klienten, des Auftraggebers/der Auftraggeberin, Dritten gegenüber Stillschweigen zu bewahren.
- 9.3 Das Institut für ganzheitliche Markenbewertung eU „Die MarkenWertExperten“ ist von der Schweigepflicht gegenüber allfälligen Gehilfen und Stellvertretern, denen er sich bedient, entbunden. Es hat die Schweigepflicht aber auf diese vollständig zu überbinden und haftet für deren Verstoß gegen die Verschwiegenheitsverpflichtung wie für einen eigenen Verstoß.
- 9.4 Die Schweigepflicht reicht unbegrenzt auch über das Ende dieses Vertragsverhältnisses hinaus.
- 9.5 Das Institut für ganzheitliche Markenbewertung eU „Die MarkenWertExperten“ ist berechtigt, ihm anvertraute personenbezogene Daten im Rahmen der Zweckbestimmung des Vertragsverhältnisses zu verarbeiten. Der Auftraggeber/die Auftraggeberin leistet dem Institut für ganzheitliche Markenbewertung eU „Die MarkenWertExperten“ Gewähr, dass hierfür sämtliche erforderlichen Maßnahmen insbesondere jene im Sinne des Datenschutzgesetzes, wie etwa Zustimmungserklärungen der Betroffenen, getroffen worden sind.

10. Honorar

- 10.1 Nach Vollendung des vereinbarten Werkes erhält das Institut für ganzheitliche Markenbewertung eU „Die MarkenWertExperten“ ein Honorar gemäß der Vereinbarung zwischen dem Auftraggeber/der Auftraggeberin und dem Institut für ganzheitliche Markenbewertung eU „Die MarkenWertExperten“. Das Institut für ganzheitliche Markenbewertung eU „Die MarkenWertExperten“ ist berechtigt, dem Arbeitsfortschritt entsprechend Zwischenabrechnungen zu legen und dem jeweiligen Fortschritt entsprechende Akonti zu verlangen. Das Honorar ist jeweils mit Rechnungslegung durch den Auftragnehmer fällig.
- 10.2 Das Institut für ganzheitliche Markenbewertung eU „Die MarkenWertExperten“ wird jeweils eine zum Vorsteuerabzug berechtigende Rechnung mit allen gesetzlich erforderlichen Merkmalen ausstellen.
- 10.3 Anfallende Barauslagen, Spesen, Reisekosten, etc. sind gegen Rechnungslegung des Institutes für ganzheitliche Markenbewertung eU „Die MarkenWertExperten“ vom Auftraggeber/der Auftraggeberin zusätzlich zu ersetzen.
- 10.4 Unterbleibt die Ausführung des vereinbarten Werkes aus Gründen, die auf Seiten des Auftraggebers/der Auftraggeberin liegen, oder aufgrund einer berechtigten vorzeitigen Beendigung des Vertragsverhältnisses durch das Institut für ganzheitliche Markenbewertung eU „Die MarkenWertExperten“ so behält das Institut für ganzheitliche Markenbewertung eU „Die MarkenWertExperten“ den Anspruch auf Zahlung des gesamten vereinbarten Honorars abzüglich ersparter Aufwendungen. Im Falle der Vereinbarung eines Stundenhonorars ist das Honorar für jene Stundenanzahl, die für das gesamte vereinbarte Werk zu erwarten gewesen ist, abzüglich der ersparten Aufwendungen zu leisten. Die ersparten Aufwendungen sind mit 30 Prozent des Honorars für jene Leistungen, die der Auftragnehmer bis zum Tage der Beendigung des Vertragsverhältnisses noch nicht erbracht hat, pauschaliert vereinbart.
- 10.5 Im Falle der Nichtzahlung von Zwischenabrechnungen ist das Institut für ganzheitliche Markenbewertung eU „Die MarkenWertExperten“ von seiner Verpflichtung, weitere Leistungen zu erbringen, befreit. Die Geltendmachung weiterer aus der Nichtzahlung resultierender Ansprüche wird dadurch aber nicht berührt.

11. Bedingungen für Schulungen und Seminare

- 11.1 **Anmeldung:** Um die Effizienz von Veranstaltungen der MarkenWertExperten[®] zu gewährleisten, ist die Teilnehmeranzahl im Ø mit 4 Personen begrenzt. In besonderen Fällen können auch Einzeltrainings vereinbart werden.
- 11.2 **Teilnahmebeitrag:** Der Teilnahmebeitrag versteht sich zuzüglich der gesetzlichen Umsatzsteuer von 20% und gegebenenfalls der Prüfungsbeitr.ge. Der Teilnahmebeitrag ist vor Beginn der Veranstaltung zu bezahlen.
- 11.3 **Stornobedingungen:** Stornierungen werden von den MarkenWertExperten[®] grundsätzlich nur schriftlich entgegengenommen. Die Teilnahme an einer Veranstaltung kann, sofern in den Unterlagen nichts anderes angegeben ist bis zu 14 Tagen vor Veranstaltungsbeginn kostenlos storniert werden. Bei nicht rechtzeitiger Stornierung wird eine Stornogebühr von 50% des Teilnahmebeitrages verrechnet. Bei Stornierungen am Tag der Veranstaltung bzw. Nichterscheinen werden 100% des Teilnahmebeitrages in Rechnung gestellt. Der/die Teilnehmer/-in kann für Ersatz sorgen, haftet jedoch solange für die ausgefallenen Kosten, bis die Ersatzperson die Kosten übernommen hat.
- 11.4 **Kursunterlagen:** In den Kursbeiträgen sind grundsätzlich die Arbeitsunterlagen inkludiert, falls nicht ausdrücklich etwas anderes bekannt gegeben wird.
- 11.5 **Teilnahmebestätigung:** Sie erhalten eine Teilnahmebestätigung, wenn Sie mindestens 75% der Veranstaltung besucht und den Kursbeitrag eingezahlt haben.
- 11.6 **Prüfungszulassung:** Um zu Prüfungen zugelassen zu werden, ist eine Anwesenheit von mindestens 75% der Unterrichtseinheiten in den einzelnen Gegenständen erforderlich.
- 11.7 **Änderungen:** Das Zustandekommen einer Veranstaltung wird von den MarkenWertExperten[®] im Einzelfall entschieden. DIE MarkenWertExperten[®] behalten sich Änderungen von Kurstagen, Beginnzeiten, Terminen, Dauer, Veranstaltungsorten sowie eventuelle Absagen vor. Die Teilnehmenden werden davon rechtzeitig verständigt. Ansprüche gegenüber DIE MarkenWertExperten[®] sind daraus nicht abzuleiten.
- 11.8 **Trainingseinheiten (TE):** Die Dauer der Veranstaltungen ist in Trainingseinheiten (TE) angegeben. Eine Unterrichtseinheit dauert 45 Minuten.
- 11.9 **Projektzeiten:** Projektarbeiten können in den Gesamttrainingseinheiten eingerechnet sein – sie zählen als Kurszeit (TE). Sollten TeilnehmerInnen mehr Zeit aufwenden als angegeben, wirkt sich dies nicht auf die Gesamtkursdauer aus.
- 11.10 **Veranstaltungsabsage:** Muss eine Veranstaltung aus organisatorischen Gründen von den MarkenWertExperten[®] abgesagt werden, erfolgt eine abzugsfreie Rückerstattung der bereits bezahlten Veranstaltungsbeiträgen. Ein weiterer Schadenersatzanspruch ist ausgeschlossen. Bei einem Ausfall einer Veranstaltung durch Krankheit der/des Vortragenden oder sonstige unvorhergesehene Ereignisse besteht kein Anspruch auf Durchführung der Veranstaltung.

12. Elektronische Rechnungslegung

- 12.1 Das Institut für ganzheitliche Markenbewertung eU „Die MarkenWertExperten“ ist berechtigt, dem Auftraggeber/der Auftraggeberin Rechnungen auch in elektronischer Form zu übermitteln. Der Auftraggeber/die Auftraggeberin erklärt sich mit der Zusendung von Rechnungen in elektronischer Form durch das Institut für ganzheitliche Markenbewertung eU „Die MarkenWertExperten“ ausdrücklich einverstanden.

13. Dauer des Vertrages

- 13.1 Dieser Vertrag endet grundsätzlich mit dem Abschluss des Projekts, der Beratung oder der Schulung.
- 13.2 Der Vertrag kann dessen ungeachtet jederzeit aus wichtigen Gründen von jeder Seite ohne Einhaltung einer Kündigungsfrist gelöst werden. Als wichtiger Grund ist insbesondere anzusehen,
- wenn ein/e Vertragspartner/in wesentliche Vertragsverpflichtungen verletzt oder
 - wenn über eine/n Vertragspartner/in ein Insolvenzverfahren eröffnet oder der Konkursantrag mangels kostendeckenden Vermögens abgewiesen wird.

14. Schlussbestimmungen

- 14.1 Die Vertragsparteien bestätigen, alle Angaben im Vertrag gewissenhaft und wahrheitsgetreu gemacht zu haben und verpflichten sich, allfällige Änderungen wechselseitig umgehend bekannt zu geben.
- 14.2 Änderungen des Vertrages und dieser AGB bedürfen der Schriftform; ebenso ein Abgehen von diesem Formerfordernis. Mündliche Nebenabreden bestehen nicht.
- 14.3 Auf diesen Vertrag ist materielles österreichisches Recht unter Ausschluss der Verweisungsnormen des internationalen Privatrechts anwendbar.

Erfüllungsort ist der Sitz des Institut für ganzheitliche Markenbewertung eU „Die MarkenWertExperten“, in Loosdorf, Niederösterreich, Mühlbergstraße 11a.

Für Streitigkeiten ist das Landesgericht St. Pölten, zuständig.

Loosdorf im September 2025

mwe[®]

ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN

für Leistungen der Werbeagentur

1. Allgemeine Grundlagen / Geltungsbereich

- 1.1. Die MarkenWertExperten Institut für ganzheitliche Markenbewertung e.U. – im Folgenden als Agentur bezeichnet – 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.
- 1.2. Maßgeblich ist jeweils die zum Zeitpunkt des Vertragsschlusses gültige Fassung. Abweichungen von diesen 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 wird der Kunde in der Verständigung ausdrücklich hingewiesen.
- 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.
- 1.6. Die Angebote der Agentur sind freibleibend und unverbindlich.

2. Social Media Kanäle

Die Agentur weist den Kunden vor Auftragserteilung ausdrücklich darauf hin, dass die Anbieter von „Social-Media-Kanälen“ (z.B. facebook, im Folgenden kurz: Anbieter) es sich in ihren Nutzungsbedingungen vorbehalten, Werbeanzeigen und -auftritte aus beliebigen Grund abzulehnen oder zu entfernen. Die Anbieter sind demnach nicht verpflichtet, Inhalte und Informationen an die Nutzer weiterzuleiten. Es besteht daher das von der Agentur nicht kalkulierbare Risiko, dass Werbeanzeigen und -auftritte grundlos entfernt werden. Im Fall einer Beschwerde eines anderen Nutzers wird zwar von den Anbietern die Möglichkeit einer Gegendarstellung eingeräumt, doch erfolgt auch in diesem Fall eine sofortige Entfernung der Inhalte. Die Wiedererlangung des ursprünglichen, rechtmäßigen Zustandes kann in diesem Fall einige Zeit in Anspruch nehmen. Die Agentur arbeitet auf der Grundlage dieser Nutzungsbedingungen der Anbieter, auf die sie keinen Einfluss hat, und legt diese auch einem Auftrag des Kunden zu Grunde. Ausdrücklich anerkennt der Kunde mit der Auftragserteilung, dass diese Nutzungsbedingungen die Rechte und Pflichten eines allfälligen Vertragsverhältnisses (mit-)bestimmen. Die Agentur beabsichtigt, den Auftrag des Kunden nach bestem Wissen und Gewissen auszuführen und die Richtlinien von „Social Media Kanälen“ einzuhalten. Aufgrund der derzeit gültigen Nutzungsbedingungen und der einfachen Möglichkeit jedes Nutzers, Rechtsverletzungen zu behaupten und so eine Entfernung der Inhalte zu erreichen, kann die Agentur aber nicht dafür einstehen, dass die beauftragte Kampagne auch jederzeit abrufbar ist.

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. 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 Werbeschlagwörter, Werbetexte, Grafiken und Illustrationen, Werbemittel usw. angesehen, auch wenn sie keine Werkhöhe erreichen.
- 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 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 vorgegeben Rahmens besteht bei der Erfüllung des Auftrages Gestaltungsfreiheit der Agentur.
- 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. Bei nicht rechtzeitiger Freigabe 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 aher 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 gestellte Unterlagen. Wird die Agentur wegen einer solchen Rechtsverletzung 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 rechtlichen 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.

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. Die Agentur wird diesen Dritten sorgfältig auswählen und darauf achten, dass dieser über die erforderliche fachliche Qualifikation verfügt.
- 5.3 Soweit die Agentur notwendige oder vereinbarte Fremdleistungen in Auftrag gibt, sind die jeweiligen Auftragnehmer keine Erfüllungsgehilfen der Agentur.
- 5.4 In Verpflichtungen gegenüber Dritten, 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.
- 6.2 Verzögert sich die Lieferung/Leistung der Agentur aus Gründen, die sie nicht zu vertreten hat, wie z.B. Ereignisse höherer Gewalt 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. 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) berechnigte 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;
- 7.2 Der Kunde ist berechnigt, 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.

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 berechnigt, zur Deckung ihres Aufwandes Vorschüsse zu verlangen. Ab einem Auftragsvolumen mit einem (jährlichen) Budget von € 5.000,-- oder solchen, die sich über einen längeren Zeitraum erstrecken, ist die Agentur berechnigt, Zwischenabrechnungen bzw. Vorausrechnungen zu erstellen oder Akontozahlungen abzurufen.
- 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 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 Auftraggeber 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 (Provision) zu erstatten, wobei die Anrechnungsvergütung des § 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 Unternehmensgeschäfte geltenden Höhe. 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 die Kosten zweier Mahnschreiben in marktüblicher Höhe von derzeit zumindest € 20,00 je Mahnung sowie eines Mahnschrei-

bens 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, Skribbles, Reinzeichnungen, Konzepte, Negative, Dias), 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 jedoch 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.
- 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.
- 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.
- 10.5 Für Nutzungen gemäß Abs. 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).

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 die 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 Auftraggeber die Übermittlung der mangelhaften (körperlichen) Sache auf seine Kosten durchzuführen.
- 12.3 Es obliegt dem Auftraggeber die Überprüfung der Leistung auf ihre rechtliche, insbesondere wettbewerbs-, marken-, urheber- und verwaltungsrechtliche Zulässigkeit durchzuführen. Die Agentur haftet gegenüber dem Kunden nicht für die Korrektheit von Inhalten, wenn diese vom Kunden vorgegeben oder genehmigt wurden.
- 12.4 Die Gewährleistungsfrist beträgt sechs Monate ab Lieferung/Leistung. Das Recht zum Regress gegenüber der Agentur gemäß § 933b Abs 1 ABGB erlischt ein Jahr nach 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 begrenzt.

14. Datenschutz

Der Kunde stimmt zu, dass seine persönlichen Daten, nämlich Name/Firma, Beruf, Geburtsdatum, Firmenbuchnummer, Vertretungsbefugnisse, Ansprechperson, Geschäftsanschrift und sonstige Adressen des Kunden, Telefonnummer, Telefaxnummer, E-Mail-Adresse, Bankverbindungen, Kreditkartendaten, UID-Nummer) zum Zwecke der Vertragserfüllung und Betreuung des Kunden sowie für eigene Werbezwecke, beispielsweise zur Zusendung von Angeboten, Werbeprospekten und Newsletter (in Papier- und elektronischer Form), sowie zum Zwecke des Hinweises auf die zum Kunden bestehende oder vormalige Geschäftsbeziehung (Referenzhinweis) automationsunterstützt ermittelt, gespeichert und verarbeitet werden. Der Auftraggeber ist einverstanden, dass ihm elektronische Post zu Werbezwecken bis auf Widerruf zugesendet wird.

Diese Zustimmung kann jederzeit schriftlich mittels E-Mail, Fax oder Brief an die im Kopf der AGB angeführten Kontaktdaten widerrufen werden.

Beachten Sie darüber hinaus auch die geltenden Datenschutzbestimmungen, die explizit auf unserer Website nachles- und downloadbar sind!

(Optische Hervorhebung entsprechend Judikatur)

15. 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.

16. Erfüllungsort und Gerichtsstand

- 16.1 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.
- 16.2 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 vereinbart. Ungeachtet dessen ist die Agentur berechtigt, den Kunden an seinem allgemeinen Gerichtsstand zu klagen.
- 16.3 Soweit in diesem Vertrag auf natürliche Personen bezogene Bezeichnungen nur in männlicher Form angeführt sind, beziehen sie sich auf Frauen und Männer in gleicher Weise. Bei der Anwendung der Bezeichnung auf bestimmte natürliche Personen ist die jeweils geschlechtsspezifische Form zu verwenden.

Loosdorf, September 2025

mwe[®]