

Die allgemeinen Geschäftsbedingungen von Daniela Schwarz, Agentur DIE SCHWARZ, richten sich generell nach den von der Wirtschaftskammer Österreich empfohlenen Richtlinien:

## EINHEITLICHE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN DER PUBLIC RELATIONS-BERATER/-AGENTUREN

Ausgabe 2002

Empfohlen vom Fachverband Werbung und Marktkommunikation der Wirtschaftskammer Österreich, PR-Berater

### 1 Allgemeines

Für sämtliche Geschäfte zwischen dem Kunden und dem Berater/der Agentur gelten ausschließlich diese ‚Einheitlichen Geschäftsbedingungen‘. Entgegenstehende Geschäftsbedingungen des Kunden sind nur dann wirksam, wenn sie vom Berater/von der Agentur ausdrücklich und schriftlich anerkannt werden.

Von diesen ‚Einheitlichen Geschäftsbedingungen‘ abweichende oder diese ergänzende Vereinbarungen bedürfen der Schriftform.

Sollten einzelne Bestimmungen dieser ‚Einheitlichen 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 ihr dem Sinn und Zweck am nächsten kommt, zu ersetzen.

### 2 Vertragsabschluß

Grundlage der Geschäftsbeziehungen ist der jeweilige PR-Beratungsvertrag, in dem alle vereinbarten Dienstleistungen (Leistungsumfang) sowie die Vergütung festgehalten werden.

Die Angebote des Beraters/der Agentur sind freibleibend. Der Kunde ist an seinen Auftrag zwei Wochen nach Zugang beim Berater/bei der Agentur gebunden. Aufträge des Kunden gelten erst durch schriftliche Auftragsbestätigung des Beraters/der Agentur als angenommen, sofern der Berater/die Agentur nicht – etwa durch Tätigwerden auf Grund des Auftrages – zu erkennen gibt, daß er/sie den Auftrag annimmt.

### 3 Leistung und Honorar

Wenn nicht anderes vereinbart ist, entsteht der Honoraranspruch des Beraters/der Agentur für jede einzelne Leistung, sobald diese erbracht wurde. Der Berater/die Agentur ist berechtigt, zur Deckung seines/ihrer Aufwandes Vorschüsse zu verlangen.

Alle Leistungen des Beraters/der Agentur, die nicht ausdrücklich durch das vereinbarte Honorar abgegolten sind, werden gesondert entlohnt. Das gilt insbesondere für alle Nebenleistungen des Beraters/der Agentur.

Alle dem Berater/der Agentur erwachsenen Barauslagen sind vom Kunden zu ersetzen.

Kostenvoranschläge des Beraters/der Agentur sind unverbindlich. Wenn abzusehen ist, dass die tatsächlichen Kosten die veranschlagten um mehr als 20 Prozent übersteigen, wird der Berater/die Agentur den Kunden auf die höheren Kosten hinweisen. Die Kostenüberschreitung gilt als vom Kunden genehmigt, wenn der Kunde nicht binnen drei Tagen nach diesem Hinweis schriftlich widerspricht und gleichzeitig kostengünstigere Alternativen bekannt gibt.

Für alle Arbeiten des Beraters/der Agentur, die aus welchem Grund auch immer nicht zur Ausführung gelangen, gebührt dem Berater/der Agentur eine angemessene Vergütung. Mit der Bezahlung dieser Vergütung erwirbt der Kunde an diesen Arbeiten keinerlei Rechte; nicht ausgeführte Konzepte, Entwürfe u. dgl. sind vielmehr unverzüglich der Agentur zurückzustellen.

Sofern nicht anderes schriftlich vereinbart wurde, richtet sich die Höhe des Honorars nach den zur Zeit der Erstellung der Honorarnote geltenden, vom Fachverband Werbung und Marktkommunikation herausgegebenen „Honorarrichtlinien für Public-Relations-Berater/-Agenturen“.

### 4 Präsentation

Für die Teilnahme an Präsentationen steht dem Berater/der Agentur ein angemessenes Honorar zu, das zumindest den gesamten Personal- und Sachaufwand der Agentur für die Präsentation sowie die Kosten sämtlicher Fremdleistungen deckt. Erhält der Berater/die Agentur nach der Präsentation keinen Auftrag, so bleiben alle Leistungen des Beraters/der Agentur, insbesondere die Präsentationsunterlagen und deren Inhalt im Eigentum des Beraters/der Agentur; der Kunde ist nicht berechtigt, diese – in welcher Form immer – weiter zu nutzen; die Unterlagen sind vielmehr unverzüglich dem Berater/der Agentur auf Wunsch zurückzustellen.

Führt die Präsentation zu einem Auftrag, so ist das Präsentationshonorar anzurechnen.

### 5 Verpflichtung zur Verschwiegenheit

Der PR-Berater/die PR-Agentur, seine/ihre Mitarbeiter und die hinzugezogenen Dritten verpflichten sich, über alle Angelegenheiten, die ihnen im Zusammenhang mit ihrer Tätigkeit für den Auftraggeber bekannt werden, Stillschweigen zu bewahren. Diese Schweigepflicht bezieht sich sowohl auf den Auftraggeber als auch auf dessen Geschäftsverbindungen.

Nur der Auftraggeber selbst, nicht aber dessen Erfüllungsgehilfen, kann den PR-Berater/die PR-Agentur schriftlich von dieser Schweigepflicht entbinden.

Diese Verpflichtung gilt auch nach Beendigung des Vertrages.

## 6 Eigentumsrecht und Urheberrecht

Alle Leistungen des Beraters/der Agentur (z.B. Ideen, Konzepte, konkrete PR-Maßnahmen etc.), auch einzelne Teile daraus, bleiben im Eigentum des Beraters/der Agentur. Der Kunde erwirbt durch Zahlung des Honorars nur das Recht der Nutzung (einschließlich Vervielfältigung) zum vereinbarten Zweck und im vereinbarten Nutzungsumfang. Ohne gegenteilige Vereinbarung mit dem Berater/der Agentur darf der Kunde die Leistungen des Beraters/der Agentur nur selbst, ausschließlich in Österreich und nur für die Dauer des Vertrages nutzen.

Änderungen von Leistungen des Beraters/der Agentur durch den Kunden sind nur mit ausdrücklicher Zustimmung des Beraters/der Agentur und – soweit die Leistungen urheberrechtlich geschützt sind – des Urhebers zulässig.

Für die Nutzung von Leistungen des Beraters/der Agentur, die über den ursprünglich vereinbarten Zweck und Nutzungsumfang hinausgeht, ist – unabhängig davon, ob diese Leistung urheberrechtlich geschützt ist – die Zustimmung des Beraters/der Agentur erforderlich. Dafür steht dem Berater/der Agentur und dem Urheber eine gesonderte angemessene Vergütung ..... % zu.

## 7 Kennzeichnung

Der Berater/die Agentur ist berechtigt, auf allen Informationsmitteln und bei allen Maßnahmen auf den Berater/die Agentur und allenfalls auf den Urheber hinzuweisen, ohne das dem Kunden dafür ein Entgeltanspruch zusteht.

## 8 Genehmigung

Alle vorgeschlagenen bzw. durchzuführenden PR-Leistungen des Beraters/der Agentur sind vom Kunden zu überprüfen und binnen drei Tagen freizugeben. Bei nicht rechtzeitiger Freigabe gelten sie als vom Kunden genehmigt.

Der Kunde wird insbesondere die rechtliche, vor allem die wettbewerbs- und kennzeichen-rechtliche Zulässigkeit der Berater-/Agenturleistungen überprüfen lassen. Der Berater/die Agentur veranlasst eine externe rechtliche Prüfung nur auf schriftlichen Wunsch des Kunden; die damit verbundenen Kosten hat der Kunde zu tragen.

## 9 Termine

Der Berater/die Agentur bemüht sich, die vereinbarten Termine einzuhalten. Die Nichteinhaltung der Termine berechtigt den Kunden allerdings erst dann zur Geltendmachung der ihm gesetzlich zuständigen Rechte, wenn er dem Berater/der Agentur eine angemessene Nachfrist gewährt hat. Diese Frist beginnt mit dem Zugang eines Mahnschreibens an den Berater/die Agentur. Eine Verpflichtung zur Leistung von Schadenersatz aus dem Titel des Verzugs besteht nur bei Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit des Beraters/der Agentur. Unabwendbare oder unvorhersehbare Ereignisse – insbesondere Verzögerungen bei Auftragnehmern des Beraters/der Agentur – entbinden den Berater/die Agentur jedenfalls von der Einhaltung des vereinbarten Liefertermins.

## 10 Zahlung

Rechnungen des Beraters/der Agentur sind sofort nach Rechnungseingang ohne Abzug fällig. Bei verspäteter Zahlung gelten Verzugszinsen in der Höhe von 4 % p.a. über der Bankrate als vereinbart. Gelieferte Waren bleiben bis zur vollständigen Bezahlung Eigentum des Beraters/der Agentur.

Der Kunde darf nur mit unbestrittenen oder rechtskräftig festgestellten Forderungen aufrechnen oder ein Zurückbehaltungsrecht geltend machen.

## 11 Gewährleistung und Schadenersatz

Der Berater/Die Agentur gewährleistet die ordnungsgemäße und termingerechte Durchführung der übertragenen Public Relations Agenden. Der Kunde hat allfällige Reklamationen innerhalb von drei Tagen nach Leistung durch den Berater/die Agentur schriftlich geltend zu machen und zu begründen. Im Fall berechtigter und rechtzeitiger Reklamationen steht dem Kunden das Recht auf Nachbesserung der Leistung durch den Berater/die Agentur zu. Im Falle der Gewährleistung hat Nachbesserung jedenfalls Vorrang vor Preisminderung oder Wandlung. Bei gerechtfertigter Mängelrüge werden die Mängel in angemessener Zeit behoben.

Ersatzansprüche und allfällige Mängelrügen können nur während der Dauer des Durchführungszeitraumes geltend gemacht werden. Somit ist die Gewährleistungsfrist auf den Durchführungszeitraum beschränkt. Festgestellte Mängel sind unverzüglich nach Erbringung der vereinbarten Leistung und deren Abnahme schriftlich dokumentiert bekannt zu geben. Mängelrügen werden nur anerkannt, wenn sie reproduzierbare Mängel betreffen.

Die Beweislastumkehr gemäß § 924 ABGB ist ausgeschlossen, das Vorliegen des Mangels im Übergabezeitpunkt ist vom Auftraggeber zu beweisen.

Schadenersatzansprüche des Kunden, insbesondere wegen Verzugs, Unmöglichkeit der Leistung, positiver Forderungsverletzung, Verschuldens bei Vertragsabschluß, mangelhafter oder unvollständiger Leistung, Mängelfolgeschadens oder wegen unerlaubter Handlungen sind ausgeschlossen, soweit sie nicht auf Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit des Beraters/der Agentur beruhen.

## 12 Haftung und Folgeschäden

Für die Einhaltung der gesetzlichen, insbesondere der wettbewerbsrechtlichen Vorschriften bei den vom Berater/von der Agentur vorgeschlagenen Kommunikationsmaßnahmen ist ausdrücklich der Kunde verantwortlich. Insbesondere wird der Kunde eine vom Berater/von der Agentur vorgeschlagene PR-Maßnahme erst dann freigeben, wenn er sich selbst von der wettbewerbsrechtlichen Unbedenklichkeit vergewissert hat oder wenn er bereit ist, das mit der Durchführung der PR-Maßnahme verbundene Risiko selbst zu tragen.

Jegliche Haftung des Beraters/der Agentur für Ansprüche, die auf Grund der PR-Maßnahme gegen den Kunden erhoben werden, wird ausdrücklich ausgeschlossen; insbesondere haftet der Berater/die Agentur nicht für Prozesskosten, eigene Anwaltskosten des Kunden oder Kosten von Urteilsveröffentlichungen sowie für allfällige Schadenersatzforderungen oder ähnliche Ansprüche Dritter.

Für den Fall, dass wegen der Durchführung einer PR-Maßnahme der Berater/die Agentur selbst in Anspruch genommen wird, hält der Kunde den Berater/die Agentur schad- und klaglos. Der Kunde hat dem Berater/der Agentur somit sämtliche finanziellen und sonstigen Nachteile (einschließlich immaterieller Schäden) zu ersetzen, die dem Berater/der Agentur daraus Schaden entstehen, so ist der Kunde verpflichtet, Schadenersatz zu leisten.

Die Geltendmachung von Folgeschäden gilt als ausgeschlossen, ausgenommen den Fall vorsätzlicher oder grob fahrlässiger Fehlleistungen durch den Auftragnehmer im Rahmen der gesetzlichen Vorschriften. Dies gilt insbesondere für die Produktionskosten von Plakaten. Eine Haftung für einen bestimmten Werbeerfolg wird ausgeschlossen. Die Haftung für leichte Fahrlässigkeit ist ausgeschlossen. Das Vorliegen von grober Fahrlässigkeit hat der geschädigte zu beweisen.

## 13 Anzuwendendes Recht

Auf die Rechtsbeziehungen zwischen Kunden und Berater/Agentur und auf die Frage eines gültig zustande gekommenen Vertrages sowie seiner Vor- und Nachwirkungen ist ausschließlich österreichisches Recht anzuwenden.

## 14 Erfüllungsort und Gerichtsstand

Erfüllungsort ist der Sitz des Beraters/der Agentur.

Als Gerichtsstand für alle sich mittelbar oder unmittelbar zwischen dem Berater/der Agentur und dem Kunden ergebenden Streitigkeiten wird das für den Sitz des Beraters/der Agentur örtlich und sachlich zuständige österreichische Gericht vereinbart. Der Berater/die Agentur ist jedoch auch berechtigt, ein anderes, für den Kunden zuständiges Gericht anzurufen.

Quelle:

Herausgeber und Verleger: Fachverband Werbung und Marktkommunikation, Wiedner Hauptstrasse 63, A-1045 Wien. Verantwortlich für den Inhalt: Mag. Herbert Bachmaier.

Berufsgruppenausschuss PUBLIC RELATIONS des Fachverbandes Werbung und Marktkommunikation: Karl Altenhuber, Dr. Elisabeth Czerwenka-Kulmon, Dr. Peter Dössler, Mag. Manfred Froschauer, Georg Hofbauer, DDr. Elmar Kicking, Gerald Kotschwar, Martin Novak, Prof.Dr. Karlheinz Oertel, Komm.Rat Peter Ott, Manfred Rath, Ing. Peter Reitzl, Mario Johannes Schönherr, Charlotte Sengthaler, Herbert Sojak.