

ALLGEMEINE
GESCHÄFTSBEDINGUNGEN
("AGB")

der

ZENITBLAU OG

Geschäftsführer: Mag. Markus Strengberger,
Stefan Hafenscher, Bakk. Komm.

UID-Nr.: ATU73694335

Firmenbuch-Nr.: FN 499397 h

Adresse: Gebrüder-Kaulich-Straße 4/D/3, 4400 Steyr, Österreich

E-Mail: office@zenitblau.at

Telefon: +43 6609007712

Version 4, gültig ab 01. Juni 2023

Änderung: Gesellschafterlöschung „Philipp Infanger“; Geschäftsadresse

1. GELTUNG, VERTRAGSABSCHLUSS, VERTRAGSDAUER

- 1.1. Die ZENITBLAU OG (im Folgenden „Agentur“) 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. Die AGB sind ausschließlich für Rechtsbeziehungen mit Unternehmern anwendbar, also im B2B-Bereich.
- 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. Die Agentur widerspricht den AGB des Kunden ausdrücklich. Ein weiterer Widerspruch gegen AGB des Kunden durch die Agentur ist nicht erforderlich.
- 1.4. 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 Bestimmung zu ersetzen, die dem Sinn und Zweck am nächsten kommt.
- 1.5. Es gilt die im Angebot angegebene Mindestvertragslaufzeit für laufende Betreuung. Wurde keine Mindestvertragslaufzeit angeführt oder ausgewählt, so beträgt diese bei laufender Betreuung 6 Monate. Sofern nicht anders vereinbart, beginnt die Vertragslaufzeit ab dem Stichtag der Angebotszusage. Der Vertrag verlängert sich nach Ablauf der Mindestvertragslaufzeit automatisch um jeweils 6 Monate. Eine Vertragsauflösung ist vor oder nach Ablauf der Mindestvertragslaufzeit nur unter Einhaltung einer Kündigungsfrist von 3 Monaten zum jeweils Monatsletzten möglich.
- 1.6. Bei einer längeren Vertragslaufzeit und in Sonderfällen gewährt die Agentur freiwillig einen Rabatt auf Agenturleistungen. Leistungen Dritter oder die Abrechnung des Werbebudgets können nicht rabattiert werden. Sollte ein Vertrag durch den Kunden (aus welchen Gründen auch immer) vorzeitig aufgelöst werden, so ist der Rabatt hinfällig und die Agentur ist berechtigt diesen nachzufordern.
- 1.7. Setup-Kosten und die Kosten der monatlichen Mindestbetreuung sind – ausgenommen bei 24 Monatsverträgen – wertgesichert. Als Berechnungsbasis dient der von der „Statistik Austria“ verlaublichste Verbraucherpreisindex 2015 (VPI 2015) oder ein an seine Stelle tretender Index. Die Wertanpassung erfolgt jährlich im Mai im Ausmaß der Indexveränderung des durchschnittlichen Jahresindex des vorangegangenen Kalenderjahres.
- 1.8. 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. Diese Zustimmungsfiktion gilt nicht für die Änderung wesentlicher Leistungsinhalte und Entgelte.
- 1.9. Die Angebote der Agentur sind freibleibend und unverbindlich.

2. LEISTUNGSUMFANG, AUFTRAGSABWICKLUNG UND MITWIRKUNGSPFLICHTEN DES KUNDEN

- 2.1. Der Umfang der zu erbringenden Leistungen ergibt sich aus der Leistungsbeschreibung im Agenturvertrag, dem angenommenen Angebot 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.
- 2.2. Sofern nichts anderes vereinbart wird dem Kunden das Recht auf eine Korrekturschleife der übermittelten Entwürfe, Anzeigenvorschläge, Postings, Videoschnitte, Grafiken, Redaktionspläne, Kampagnenstrukturen, Strategien oder Konzepte gewährt. Nach der schriftlichen Freigabe gibt es keine Möglichkeit zur Änderung. Die Kulanz diesbezüglich obliegt der Agentur und wird nach Anwendungsfall entschieden. Zusätzliche Korrekturen werden nach Stundenaufwand á € 140,00 verrechnet.
- 2.3. Alle Leistungen der Agentur (insbesondere alle Vorentwürfe, Skizzen, Reinzeichnungen, Kopien, Farbdrucke 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.
- 2.4. 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 in-folge seiner unrichtigen, unvollständigen oder nachträglich geänderten Angaben von der Agentur wiederholt werden müssen oder verzögert werden.
- 2.5. Des Weiteren ist der Kunde verpflichtet, der Agentur Zugänge bzw. Administrator-Rechte auf allen Diensten, Konten und Kanälen (zum Beispiel Google Konten wie Google Ads, Google Search Console, Google Analytics, MyBusiness, Campaign Manager oder Social Media Konten wie Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, etc.) zu erteilen, die zum Zwecke der Vertragserfüllung notwendig sind.
- 2.6. Wenn die Agentur als Verwalter des Kunden bzw. im Namen des Kunden mit dessen Vollmacht agiert, beinhaltet dies auch eine Zustimmung des Kunden zu allfälligen Datenschutzbestimmungen und sonstigen Verwendungsvoraussetzungen oben angeführter und generell von der Agentur in Anspruch genommener Dienstleister.
- 2.7. Der Kunde bestätigt, dass Bilder und Texte auf seiner Website oder öffentlich zugänglichen Dokumenten (zB Broschüren, Flyer, etc.) rechtmäßig erstellt bzw. erworben wurden und damit auch für die Erstellung für Kampagnen von diesem Kunden verwendet werden dürfen
- 2.8. Der Kunde ist verpflichtet, die für die Durchführung des Auftrages zur Verfügung gestellten Unterlagen (Fotos, Logos etc.) auf allfällige Urheber-, Marken-, Kennzeichenrechte oder sonstige Rechte Dritter zu 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 gestellte 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 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.

3. SOCIAL MEDIA KANÄLE, WERBEPLATTFORMEN UND SUCHMASCHINENOPTIMIERUNG

- 3.1. Die Agentur weist den Kunden hiermit ausdrücklich darauf hin, dass die Anbieter von „Social-Media-Kanälen“ oder Werbeplattformen (zum Beispiel Facebook oder Google Ads, 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 dem Auftrag des Kunden zu Grunde. Ausdrücklich anerkennt der Kunde mit der Auftragserteilung, dass diese Nutzungsbedingungen die Rechte und Pflichten eines allfälligen Vertrags-verhältnisses (mit-)bestimmen. Die Agentur beabsichtigt, den Auftrag des Kunden nach bestem Wissen und Gewissen auszuführen und die Richtlinien der Anbieter 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.
- 3.2. Sollte die Agentur mit der Umsetzung eines Gewinnspiels (zum Beispiel im Rahmen der Social Media-Betreuung) beauftragt werden, so werden je nach Umfang und Art des Gewinnspiels zusätzliche Aufwände in Rechnung gestellt. Gewinnspielpreise sind vom Auftraggeber zur Verfügung zu stellen und/oder finanziell abzugelten.
- 3.3. Im Falle einer Beauftragung von Social Media Betreuung bzw. Social Media Management sind Aufwände für Social Media Community Management im Ausmaß von 4 Stunden pro Monat enthalten. Außerordentliche Aufwände, die über das erwartete Ausmaß von etwa 4 Stunden pro Monat hinausgehen, werden nach schriftlicher Benachrichtigung an den Kunden gesondert zu einem Stundensatz á € 140,00 verrechnet.
- 3.4. Es können keine Platzierungen auf Social Media garantiert und dafür keine Haftung übernommen werden. Siehe dazu insbesondere Absatz 14 bzw. Absatz 14.5.
- 3.5. Bei Suchmaschinenwerbung (zum Beispiel auf Google oder Microsoft Bing) handelt es sich um eine Auktion von Anzeigenplätzen. Die Agentur kann daher keine Platzierungen, fixierte Positionen oder Rankings garantieren. Diese sind von zahlreichen Faktoren (Mitbewerb, Budget, Gebote, Uhrzeit, Standort der Nutzer, Geräte, uvm.) abhängig, die nicht alle im Einflussbereich der Agentur liegen. Die Agentur kann das garantierte Erscheinen von Werbung/Postings nicht garantieren. Siehe dazu insbesondere Absatz 14 bzw. Absatz 14.5.
- 3.6. Die vereinbarte Leistung beim Linkbuilding (Suchmaschinenoptimierung bzw. „SEO“) ist das Platzieren von Links (Verweise von externen Webseiten auf die Kunden-Zielseite) und nicht eine verbesserte Platzierung innerhalb des Rankings in Suchmaschinen. Verlinkungen auf die Webseite des Kunden sind ein wesentlicher Faktor in der Suchmaschinenoptimierung und können sich positiv auf das Ranking der Kunden-Website auswirken. Der Erfolg ist aber von vielen weiteren Faktoren abhängig,

die nicht alle im Einflussbereich der Agentur liegen. Die Agentur kann daher auch in diesem Fall keine Rankings oder Platzierungen garantieren.

4. TRACKING- UND TARGETING-DIENSTE

- 4.1. Um Tracking-Dienste zu implementieren und zu editieren verwendet die Agentur in der Regel den Google Tag Manager („GTM“). Die Nutzung des GTM unterliegt den von Google zur Verfügung gestellten „Nutzungsrichtlinien für Google Tag Manager“, welche zusätzlich zu den Nutzungsbedingungen und der Google-Datenschutzerklärung gelten. Darüber hinaus gelten ggfs. auch besondere Vereinbarungen von Google selbst oder von Drittanbietern.
 - 4.1.1. Nutzungsrichtlinien GTM online abrufbar unter <https://marketingplatform.google.com/about/analytics/tag-manager/use-policy/>
 - 4.1.2. Google Datenschutzbestimmungen online abrufbar unter <https://policies.google.com/privacy>
 - 4.1.3. Auch hier kommt 2.6. sinngemäß zur Anwendung.
- 4.2. Weder Google noch die Agentur übernehmen eine Verantwortung für Drittanbieter-Tags, Drittanbieter-Cookies oder sonstige Codeelemente, die von Drittanbietern auf Ihrer Website platziert werden.
- 4.3. Bei Verwendung des GTM ist im Einzelfall zu prüfen, welche Tags, Cookies und sonstige Codeelemente vom Google Tag Manager von der Agentur verwaltet werden; wir empfehlen, dies mit der Agentur vertraglich zu vereinbaren; die Agentur klärt den Kunden – soweit zumutbar – darüber auf, welche Tags, Cookies und sonstige Codeelemente welche Funktionen beinhalten.
- 4.4. Werden Tags, Cookies und sonstige Codeelemente verwendet, die Online-Targeting bzw. Tracking-Technologien beinhalten, hat der Kunde die Pflicht seine Website-Nutzer über den Einsatz dieser Technologien und Dienste zu informieren und – sofern rechtlich notwendig – ihre Einwilligung zur Verwendung einzuholen. Der Kunde hat, im Rahmen einer Datenschutzerklärung, auf seiner Website offen zu legen, wie und welche Cookies/Tracking-Technologien eingesetzt und verwendet werden, wer die verantwortliche Stelle (Auftraggeber) ist, der die Tags, Cookies und sonstigen Codeelemente setzt und die entsprechenden Informationen sammelt, welche Arten von Informationen /personenbezogenen Daten ermittelt, verarbeitet und übermittelt werden, auf welcher Rechtsgrundlage und für welche Zwecke dies erfolgt und für wie lange diese Informationen gespeichert werden. Darüber hinaus hat der Kunde einen Mechanismus zur Information, Einholung und Widerrufbarkeit der Zustimmung der Website-Nutzer zu implementieren (zum Beispiel Cookie-Bar). Die Verantwortung über die Einhaltung aller diesbezüglichen gesetzlichen Bestimmungen im Zuge der Datenschutzkonformität obliegt dem Kunden, die Agentur übernimmt keine Haftung.
- 4.5. Der Kunde sichert gegenüber der Agentur die Erfüllung obiger Vorgaben zu und unterstützt die Agentur bei ihren datenschutzrechtlichen Pflichten (DSG 2000, TKG 2003, E-Privacy- RL und RL 95/46/EG) entsprechend. Wird die Agentur von einem Dritten/Betroffenen (z.B. Kunden des Werbekunden) in i.S. datenschutzrechtlicher Bestimmungen in welcher Form auch immer direkt in Anspruch genommen, so hat der Kunde die Agentur diesbezüglich vollkommen schad- und klaglos zu halten.
- 4.6. Die Agentur haftet nicht für nicht datenschutzkonforme Informationsangebote des Auftraggebers wie Webseite oder Zielseite, auch wenn von der Agentur durchgeführte Werbeaktivitäten auf jene nicht DSGVO-konforme Inhalte des Auftraggebers verlinken. Dies gilt auch für Inhalte, die der Kunde der Agentur zur Verfügung stellt und wenn diese in die Werbeaktivitäten eingebunden werden.

5. HOSTING DIENSTLEISTUNGEN

- 5.1. ZENITBLAU ist bestrebt, den Dienst rund um die Uhr störungsfrei und ohne Unterbrechungen anzubieten. Über vorhersehbare Betriebsunterbrüche, die zur Störungsbehebung, zur Wartung oder zum Ausbau des Dienstes etc. nötig sind, wird der Kunde - soweit möglich - rechtzeitig informiert.
- 5.2. Der Kunde stellt Sicherungskopien von Daten (gleich in welcher Form) her, die er an ZENITBLAU übermittelt. Auch wenn die Server von ZENITBLAU bzw. seinen Partnern regelmäßig gesichert werden, ist der Kunde für die Sicherung der übermittelten Daten verantwortlich. Für den Fall des Datenverlusts ist der Kunde verpflichtet, die betreffenden Daten nochmals und unentgeltlich an ZENITBLAU zu übermitteln.
- 5.3. Falls der Kunde eine Datenwiederherstellung von Seiten ZENITBLAU wünscht, wird dies nach Möglichkeit und nach anfallenden Stundenaufwand á 140 € erledigt. ZENITBLAU garantiert jedoch in keinem Fall, dass die Daten wiederhergestellt werden können.
- 5.4. Der Kunde ist verpflichtet:
 - 5.4.1. erkennbare Mängel oder Schäden unverzüglich zu melden sowie alle zumutbaren Maßnahmen zu treffen, die eine Feststellung der Mängel oder Schäden und ihrer Ursachen ermöglichen oder deren Beseitigung erleichtern oder beschleunigen.
 - 5.4.2. ZENITBLAU den entstandenen Aufwand zu ersetzen, wenn sich nach Prüfung herausstellt, dass die Störung im Verantwortungsbereich des Kunden lag.
 - 5.4.3. unverzüglich jede Änderung seines Namens, seiner Firma, seines Wohn- oder Geschäftssitzes, seiner Rechnungsanschrift, seiner Rechtsform sowie sonstige wesentliche Umstände, mit denen Rechtsfolgen für das Vertragsverhältnis mit ZENITBLAU verbunden sein könnten, mitzuteilen.
 - 5.4.4. Seine Nutzer-Kennung und sein Zugangspasswort vertraulich zu behandeln.
 - 5.4.5. die Haftung für jeden Schaden, der aus dem Missbrauch seines Internetzugangs entsteht, zu übernehmen.
 - 5.4.6. die notwendigen Maßnahmen zu treffen, damit nicht über seinen Internetzugang bzw. anderen Netzwerken unerlaubt in fremde Systeme eingegriffen wird, Programme manipuliert oder Computerviren eingeschleust werden.
 - 5.4.7. die von ihm ins Internet gestellten Inhalte als eigene oder fremde Inhalte zu kennzeichnen und seinen vollständigen Namen und seine Anschrift darzustellen.
 - 5.4.8. bei der Nutzung des Internetzugangs österreichisches, internationales und schweizerisches Recht sowie allgemein anerkannte Verhaltensregeln einzuhalten. Er ist für den Inhalt der Informationen verantwortlich, die er oder Dritte über seinen Account von ZENITBLAU übermitteln oder bearbeiten lässt, abrufen oder zum Abrufen bereithält.

Insbesondere dürfen über den Internetzugang des Kunden die folgenden Informationsgehalte nicht verbreitet werden:

 - Gewaltdarstellungen
 - pornographische Schriften, Ton- oder Bildaufnahmen und Darstellungen
 - Aufrufe zur Gewalt
 - Rassendiskriminierung
 - Anleitungen oder Anstiftung zu strafbarem Verhalten
 - Unerlaubte Glücksspiele im Sinne des Lotteriegesetzes
 - Informationen, die Urheberrechte, verwandte Schutzrechte oder andere Immaterialgüterrechte Dritter verletzen

- Der Kunde ist dafür verantwortlich, dass Jugendliche unter 16 bzw. 18 Jahren keinen Zugang zu Websites haben, die nur für Personen über 16 bzw. 18 Jahren bestimmt sind.
- 5.4.9. ZENITBLAU ist nicht verpflichtet, die Inhalte des Kunden diesbezüglich zu überprüfen.
- 5.4.10. zum Fair Use, d.h. die übermäßige oder unnötige Nutzung des Abonnements wird vermieden (z.B. Massen E-Mails, unaufgeforderte Werbe-Mails, Downloadseiten etc.).
- 5.4.11. keine Werberundschreiben oder Massenmailings (Mailingaktionen) via Electronic Mail über E-Mail Adressen seiner Domain zu initiieren.
- 5.4.12. zur regelmäßigen Kontrolle der Zugänge in seinem persönlichen elektronischen Postfach (E-Mail).
- 5.4.13. ZENITBLAU behält sich das Recht vor, den Webhosting Service des Kunden bei missbräuchlicher Verwendung mit sofortiger Wirkung auf Kosten des Kunden zu sperren. Dies gilt auch für den Fall, dass kein tatsächlicher Rechtsanspruch gegeben sein sollte.
- 5.4.14. Als missbräuchliche Verwendung gilt namentlich die Nichteinhaltung der genannten vertraglichen Pflichten des Kunden. Die Sperrung bleibt solange bestehen, bis der jeweilige Sachverhalt geklärt ist bzw. der Kunde den Beweis für die tatsächliche Unbedenklichkeit der Inhalte erbringt.
- 5.4.15. ZENITBLAU behält sich zudem das Recht vor, den Webhosting Service des Kunden auf dessen Kosten zu sperren, falls dessen Benutzerverhalten in irgendeiner Weise das Betriebsverhalten des Servers beeinträchtigt. Ansprüche seitens ZENITBLAU auf Ersatz sämtlicher entstehenden direkten und indirekten Schäden darunter auch Vermögensschäden, bleiben in jedem Fall der missbräuchlichen Verwendung des Webhosting Services oder des Verstoßes gegen die AGB ausdrücklich vorbehalten.
- 5.4.16. Darüber hinaus verpflichtet sich der Kunde, ZENITBLAU von sämtlichen Ansprüchen Dritter schadlos zu halten. Diese Verpflichtung umfasst auch anfallende Gerichts- und Anwaltskosten.

6. COOKIE CONSENT MANAGEMENT

- 6.1. Durch den Erwerb einer Cookie Consent Management Lizenz gewährt ZENITBLAU (bzw. die Partner der Agentur) seinen Kunden für die vereinbarte Dauer das nicht übertragbare und exklusive Nutzungsrecht der Cookie Consent Management Software (SaaS) und der dazugehörigen Dokumentation. Der Softwarecode wird dem Kunden in keiner Form zugänglich gemacht.
- 6.2. Sofern nicht anders vereinbart, gilt eine Nutzungsdauer von 12 Monaten bei jährlicher zahlweise im Vorhinein. Die vertragliche Nutzungsdauer verlängert sich jährlich automatisch um weitere 12 Monate. Die Nutzung der Cookie Consent Management Lösung kann, sofern nicht anders vereinbart, jährlich unter Einhaltung einer einmonatigen Kündigungsfrist schriftlich gekündigt werden.
- 6.3. Durch Kündigung verliert der Kunde das oben genannte Nutzungsrecht an der Software spätestens nach der Kündigungsfrist.
- 6.4. Der Kunde ist für den datenschutz- und gesetzeskonformen Einsatz der Cookie Consent Management Lösung verantwortlich. Die Inhalte (Cookie-Beschreibungen, Verwendungszwecke, etc.) sind als Vorlage, aber nicht als rechtlich bindend zu verstehen. Der Kunde ist für die korrekte und vollständige Information verantwortlich. ZENITBLAU kann diese in der Cookie Consent Management Lösung bzw. ggf. auf der Website integrieren, aber übernimmt keinerlei Haftung für die Korrektheit.

7. 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:

- 7.1. 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.
- 7.2. Der potentielle Kunde anerkennt, dass die Agentur bereits mit der Konzepterarbeitung kostenintensive Vorleistungen erbringt, obwohl er selbst noch keine Leistungspflichten übernommen hat.
- 7.3. 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.
- 7.4. 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.
- 7.5. 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.
- 7.6. 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.
- 7.7. 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.
- 7.8. Der potentielle Kunde kann sich von seinen Verpflichtungen aus diesem Punkt durch Zahlung einer angemessenen Entschädigung, je nach Zeitaufzeichnung zum jeweils gültigen Stundensatz, zuzüglich 20 % Umsatzsteuer befreien. Die Befreiung tritt erst nach vollständigem Eingang der Zahlung der Entschädigung bei der Agentur ein.

8. FREMDLEISTUNGEN / BEAUFTRAGUNG DRITTER

- 8.1. 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“).
- 8.2. 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.

- 8.3. 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.
- 8.4. Soweit die Agentur notwendige oder vereinbarte Fremdleistungen in Auftrag gibt, sind die jeweiligen Auftragnehmer keine Erfüllungsgehilfen der Agentur

9. TERMINE

- 9.1. 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.
- 9.2. 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.
- 9.3. 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.

10. VORZEITIGE AUFLÖSUNG

- 10.1. Die Agentur ist berechtigt, den Vertrag aus wichtigen Gründen mit sofortiger Wirkung aufzulösen. Ein wichtiger Grund liegt insbesondere vor, wenn
 - 10.1.1. 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;
 - 10.1.2. 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.
 - 10.1.3. berechtigte 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;
 - 10.1.4. über das Vermögen des Kunden ein Konkurs- oder Ausgleichsverfahren eröffnet oder ein Antrag auf Eröffnung eines solchen Verfahrens mangels kostendeckenden Vermögens abgewiesen wird oder wenn der Kunde seine Zahlungen einstellt.
- 10.2. Der Kunde ist berechtigt, 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.

11. HONORAR

- 11.1. Das Honorar wird, wenn nichts anderes vereinbart ist, im Vorhinein verrechnet. Wenn nichts anderes vereinbart ist, begründet jede einzelne Leistung einen Honoraranspruch durch die Agentur, sobald diese erbracht wurde. Bei einem Auftrag, der sich über einen längeren Zeitraum erstreckt, ist die Agentur berechtigt, Zwischenabrechnungen bzw. Vorausrechnungen zu erstellen oder Akontozahlungen abzurufen.
- 11.2. 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.
- 11.3. Im Falle der Verrechnung der Werbebudgets über die Agentur wird eine branchenübliche Agenturgebühr von 17,5 % einbehalten. Diese deckt unter anderem durch das Budget-Handling entstehende Mehraufwände und variable Tool-Kosten ab. Durch die erhebliche Belastung unserer Verrechnungskonten wird bei einem Zahlungsverzug von Werbebudgets pro Woche zusätzlich eine Gebühr von 5 % von dem jeweils in Verzug geratenen Betrag verrechnet.
- 11.4. 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.
- 11.5. 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 10 % ist eine gesonderte Verständigung nicht erforderlich. Diese Kostenvoranschlagsüberschreitung gilt vom Auftraggeber von vornherein als genehmigt.
- 11.6. 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.
- 11.7. Die in Angeboten und Verträgen angegebenen Beträge gelten für Arbeiten an Werktagen zwischen 8 und 18 Uhr. Arbeiten, die außerhalb dieser Zeiten notwendig sind und auf kein Fehlverhalten der Agentur zurückzuführen sind, werden mit einem Aufschlag von 25 %, Arbeiten an Samstagen, Sonn- und Feiertagen mit einem Aufschlag von 50 % verrechnet.

12. ZAHLUNGSMODALITÄTEN, EIGENTUMSVORBEHALT

- 12.1. 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. Sofern schriftlich nichts anderes vereinbart ist, sind die Zahlungskonditionen sofort netto ohne Abzug. Die von der Agentur

gelieferte Ware bleibt bis zur vollständigen Bezahlung des Entgelts einschließlich aller Nebenverbindlichkeiten im Eigentum der Agentur.

- 12.2. Bei Zahlungsverzug des Kunden gelten die gesetzlichen Verzugszinsen in der für Unternehmergeschäfte 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 Mahnschreibens eines mit der Eintreibung beauftragten Rechtsanwalts. Die Geltendmachung weitergehender Rechte und Forderungen bleibt davon unberührt.
- 12.3. 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.
- 12.4. Weiters ist die Agentur nicht verpflichtet, weitere Leistungen bis zur Begleichung des aushaftenden Betrages zu erbringen (Zurückbehaltungsrecht). Die Verpflichtung zur Entgeltzahlung bleibt davon unberührt.
- 12.5. 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).
- 12.6. 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.
- 12.7. Zusätzliche Leistungen, die nicht in abgeschlossenen Verträgen bzw. angenommenen Angeboten enthalten sind, werden in der Umsetzung nach aktuellen Stundensätzen verrechnet und nach Erbringung fakturiert.

13. EIGENTUMSRECHT UND URHEBERRECHT

- 13.1. Alle Leistungen der Agentur, einschließlich jener aus Präsentationen (z.B. Anregungen, Ideen, Skizzen, Vorentwürfe, Skribbles, Reinzeichnungen, Konzepte, Auswertungen und Interpretation von Analysen), 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 und den vereinbarten Leistungszeitraum. 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.
- 13.2. Sobald die Vertragslaufzeit endet bzw. der Vertrag von einer der Vertragsparteien oder im Einvernehmen aufgelöst wird, erlischt das Nutzungsrecht an allen von der Agentur zur Vertragserfüllung zur Verfügung gestellten Leistungen (einschließlich Kampagnenstrukturen, Anzeigentexten, Reports und sonstigen Marketingideen). Hierbei handelt es sich um geistiges Eigentum iSd Urheberrechtes. Es wird explizit auf das Bundesgesetz über das Urheberrecht an Werken der Literatur und der Kunst und über verwandte Schutzrechte (Urheberrechtsgesetz) verwiesen. Die unerlaubte Verwendung einer Idee der Agentur ist strafbar und räumt der Agentur Unterlassungs- und/oder Schadenersatzansprüche ein.

- 13.3. 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.
- 13.4. 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.
- 13.5. 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.
- 13.6. Für Nutzungen gemäß Abs 11.4. 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.
- 13.7. Der Kunde haftet der Agentur für jede widerrechtliche Nutzung in doppelter Höhe des für diese Nutzung angemessenen Honorars.

14. KENNZEICHNUNG

- 14.1. 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.
- 14.2. Die Agentur ist vorbehaltlich des jederzeit möglichen, schriftlichen Widerrufs des Kunden dazu berechtigt, auf eigenen Werbeträgern und insbesondere auf ihrer Website mit Namen, Firmenlogo und der erbrachten Leistungen auf die zum Kunden bestehende oder vormalige Geschäftsbeziehung hinzuweisen (Referenzhinweis).

15. GEWÄHRLEISTUNG

- 15.1. 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.
- 15.2. 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.
- 15.3. Es obliegt auch dem Kunden, die Überprüfung der Leistung auf ihre rechtliche, insbesondere wettbewerbs-, marken-, urheber- und verwaltungsrechtliche Zulässigkeit durchzuführen. Die Agentur ist nur zu einer Grobprüfung der rechtlichen Zulässigkeit verpflichtet. Die Agentur haftet im Falle leichter Fahrlässigkeit oder nach Erfüllung einer allfälligen Warnpflicht gegenüber dem Kunden nicht für die rechtliche Zulässigkeit von Inhalten, wenn diese vom Kunden vorgegeben oder genehmigt wurden.
- 15.4. 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.

16. HAFTUNG UND PRODUKTHAFTUNG

- 16.1. Die Agentur kann nicht für Markenrechtsverletzungen haftbar gemacht werden. Falls es geschützte Begriffe gibt, die nicht verwendet werden dürfen, müssen diese vom Kunden im Vorfeld und ohne Aufforderung der Agentur übermittelt werden.
- 16.2. Die Agentur haftet nicht für Schäden, es sei denn der Schaden wurde grob fahrlässig oder vorsätzlich herbeigeführt. Für mittelbare Schäden, wie beispielsweise entgangener Gewinn oder Mangelfolgeschäden wird eine Haftung generell ausgeschlossen. Dieser Haftungsausschluss gilt auch für Konzepte, Anregungen für Strategien, Workshops, Trainings sowie für Gewinnspiele.

- 16.3. 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 oder Vorsatz hat der Geschädigte zu beweisen. Soweit die Haftung der Agentur ausgeschlossen oder beschränkt ist, gilt dies auch für die persönliche Haftung ihrer „Leute“. Dieser Haftungsausschluss gilt auch für Konzepte, Strategien, Workshops, Trainings sowie Gewinnspiele.
- 16.4. 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.
- 16.5. Es wird ausdrücklich festgehalten, dass von der Agentur keine Zusagen bezüglich künftiger Platzierungen bei Suchmaschinen oder Besucherzahlen bei Internetauftritten inkl. Social Media Websites/Profilen getätigt werden. Die Agentur haftet daher nicht für Platzierungen bei Suchmaschinen, Besucherzahlen sowie Äußerungen von Besuchern bei Internetauftritten inkl. Social Media Websites/Profilen.
- 16.6. Vorschläge für Vorgangsweisen, die dazu dienen, die Reputation des Kunden zu verbessern, werden nur auf ausdrücklichen Kundenwunsch erteilt. Der Kunde trägt die Gefahr sämtlicher Schäden, die sich aus der Umsetzung dieser Maßnahmen ergeben.
- 16.7. Schadenersatzansprüche des Kunden verfallen in sechs Monaten ab Kenntnis des Schadens; jedenfalls aber nach drei Jahren ab der Verletzungshandlung der Agentur.
- 16.8. Schadenersatzansprüche sind der Höhe nach mit dem Netto-Auftragswert begrenzt.

17. REISEKOSTEN UND SPESEN

- 17.1. Angebote und Verträge von ZENITBLAU beinhalten standardmäßig eine Pauschale für Reisekosten und -spesen, deren Höhe explizit ausgewiesen ist.
- 17.2. Sofern nicht anders vereinbart gelten folgende Sätze für Fahrtkosten und Logis, insbesondere wenn die vereinbarte Pauschale aufgebraucht bzw. überschritten wurde:
- 17.2.1. Fahrtkosten: € 0,80 pro Kilometer – je zusätzlichem Mitarbeiter werden € 0,50 pro Kilometer in Rechnung gestellt.
- 17.2.2. Kosten für Logis pro Tag: € 150,00. Logis wird ab einer Entfernung vom Sitz der Agentur von mehr als 300 km verrechnet. Logis kann nach Absprache mit der Agentur sowie deren Zustimmung auch vom Kunden direkt gebucht und übernommen werden.

18. GEHEIMHALTUNG UND DATENSCHUTZ

- 18.1. Der Kunde teilt Geschäftsgeheimnisse, die aufgrund dieses Vertrages bekannt werden, Dritten nicht mit. Das gilt auch dann, wenn diese deshalb nicht mehr geheim sind, weil der Kunde gegen seine Geheimhaltungspflicht verstoßen hat. Geheim zu halten sind dabei insbesondere alle Informationen, die die Spezifikationen sowie Preisgestaltung und Zahlungskonditionen des Angebotes der Agentur betreffen.
- 18.2. 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.
- 18.3. Der Auftraggeber ist einverstanden, dass ihm elektronische Post zu Werbezwecken bis auf Widerruf zugesendet wird.
- 18.3.1. Diese Zustimmung kann jederzeit schriftlich mittels E-Mail, oder Brief an die im Kopf der AGB angeführten Kontaktdaten widerrufen werden.
- 18.4. Datenschutzrechtlich relevante Informationen, wie personenbezogene Daten, die der Kunde oder eine verbundene Gesellschaft durch die Geschäftsbeziehung erlangt, werden ausschließlich in Übereinstimmung mit den datenschutzrechtlichen Bestimmungen erfasst, verarbeitet und nur zur Erfüllung der vertraglichen und gesetzlichen Verpflichtungen im Rahmen der Geschäftsbeziehung mit der Agentur verwendet. Davon abweichende Verwendungen bzw. Weitergabe der Daten an dritte werden ausgeschlossen, außer diese sind zur Erfüllung gesetzlicher oder vertraglicher Verpflichtungen erforderlich.
- 18.5. Auf die Option der Geltendmachung von Auskunfts-/Widerspruchs-/Löschungs- bzw. Richtigstellungsansprüchen nach den anwendbaren, datenschutzrechtlichen Bestimmungen wird ausdrücklich hingewiesen.
- 18.6. Es braucht vom Kunden eine vorherige schriftliche Zustimmung für einen Hinweis auf die Geschäftsverbindung zur Agentur – insbesondere in deren Werbematerialien.
- 18.7. Der Kunde, seine Mitarbeiter, dienstnehmerähnliche Personen und sonstige Dritte haben sämtliche Daten, Informationen und Verarbeitungsergebnisse (auch wenn es sich nicht um sensible Daten iSd DSGVO 2000 handelt) wie sensible Daten zu behandeln und daher ein erhöhtes Vertraulichkeits- und Sicherheitsniveau einzuhalten.
- 18.8. Der Kunde ist verpflichtet, sich selbst laufend über allfällige Änderungen des DSGVO 2000 bzw. anderer datenschutzrechtlich relevanter Gesetze zu informieren und diese ohne unnötigen Aufschub umzusetzen.

19. ANZUWENDENDEN RECHT

- 19.1. 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.

20.ERFÜLLUNGORT UND GERICHTSSTAND

- 20.1. 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.
- 20.2. 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.
- 20.3. 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.