


ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN der

 **wiesner.marketing e.U.** | Büro für Marketing & Werbung | FN 458346 p

Sophie-Scholl-Gasse 4, Haus 35, 1220 Wien | T: 0660 – 570 10 25 | E: buero@wiesner.marketing

1. Geltung, Vertragsabschluss

- 1.1 wiesner.marketing e.U. (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 Rechtsbeziehung mit Unternehmern anwendbar, sohin B2B.
- 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 dem 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. Nach Verstreichen dieser Frist ohne Rückmeldung des Kunden gelten sie als vom Kunden genehmigt.
 - 4.3 Der Kunde wird der Agentur zeitgerecht und vollständig alle Informationen und Unterlagen zugänglich machen, die für die Erbringung der Leistung erforderlich sind. Er wird sie von allen Umständen informieren, die für die Durchführung des Auftrages von Bedeutung sind, auch wenn diese erst während der Durchführung des Auftrages bekannt werden. Der Kunde trägt den Aufwand, der dadurch entsteht, dass Arbeiten infolge seiner unrichtigen, unvollständigen oder nachträglich geänderten Angaben von der Agentur wiederholt werden müssen oder verzögert werden.

4.4 Der Kunde ist weiters verpflichtet, die für die Durchführung des Auftrages zur Verfügung gestellten Unterlagen (Fotos, Logos etc.) auf allfällige Urheber-, Marken-, Kennzeichenrechte oder sonstige Rechte Dritter zu prüfen (Rechteclearing) und garantiert, dass die Unterlagen frei von Rechten Dritter sind und daher für den angestrebten Zweck eingesetzt werden können. Die Agentur haftet im Falle bloß leichter Fahrlässigkeit oder nach Erfüllung ihrer Warnpflicht - jedenfalls im Innenverhältnis zum Kunden - nicht wegen einer Verletzung derartiger Rechte Dritter durch zur Verfügung 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.

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 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) 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;

7.2 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 Vertragsverstößes 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 berechtigt, 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 berechtigt, 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 Mahnschreibens 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 auch dem Auftraggeber, 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.

12.4 Die Gewährleistungsfrist beträgt sechs Monate ab Lieferung/Leistung. Das Recht zum Regress gegenüber der Agentur gemäß § 933b Abs 1 AGBG erlischt ein Jahr nach Lieferung/Leistung. Der Kunde ist nicht berechtigt, Zahlungen wegen Bemängelungen zurückzuhalten. Die Vermutungsregelung des § 924 AGBG 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, Telefax oder Brief an die im Kopf der AGB angeführten Kontaktdaten widerrufen werden.

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.

GENERAL TERMS AND CONDITIONS

of

 **wiesner.marketing e.U.** | Büro für Marketing & Werbung | FN 458346 p

Sophie-Scholl-Gasse 4, Haus 35, 1220 Vienna / Austria

T: +43 660 – 570 10 25 | E: buero@wiesner.marketing

1. Applicability; Conclusion of contract

1.1 wiesner.marketing e.U. (hereinafter "Agency") shall provide its services exclusively on the basis of the following General Terms and Conditions (GTC). They shall apply to all legal relationships between the Agency and the Customer, even if they are not expressly referred to. The GTC shall exclusively apply to legal transactions with entrepreneurs, i.e. B2B transactions.

1.2 The version applicable at the time of conclusion of a contract shall be relevant. Deviations from these GTC and other supplementary agreements with the Customer shall only be effective if they have been confirmed by the Agency in writing.

1.3 Terms and conditions of the Customer, if any, shall not be accepted, even if the Agency knows them, unless expressly agreed otherwise in writing on a case-by-case basis. The Agency expressly objects to GTC of the Customer. No other objection of the Agency to the Customer's GTC shall be required.

1.4 The Customer shall be informed about amendments to the GTC; they shall be deemed agreed unless the Customer objects to the amended GTC in writing within 14 days; in the information the Customer will be expressly informed about the consequence of silence on his part.

1.5 If any provisions of these General Terms and Conditions are ineffective, the binding nature of the remaining provisions and the contracts concluded on the basis of the same shall not be affected. The ineffective provision shall be replaced by an effective provision which comes as close as possible to the meaning and purpose of the ineffective one.

1.6 The Agency's offers shall be subject to change without notice and non-binding.

2. Social Media Channels

Before an order is placed the Agency expressly points out to the Customer that providers of "social media channels" (e.g. facebook; hereinafter referred to as

Providers), in their terms and conditions of use, reserve the right to reject or remove advertisements or promotional appearances for any reason whatsoever. Accordingly, Providers are not obliged to forward content or information to users. Thus, there is a risk, which cannot be calculated by the Agency, that advertisements or promotional appearances are removed for no reason. Although in the case of a complaint of a different user Providers do offer an opportunity to reply, the content will be immediately removed also in that case. In that case restoring the original, lawful condition may take some time. The Agency works on the basis of the Providers' terms and conditions of use, on which it has no influence, and also makes them the basis of Customer orders. By placing the order the Customer expressly acknowledges that those terms and conditions of use (co-)determine the rights and duties of a contractual relationship, if any. The Agency intends to execute the Customer's order to the best of its knowledge and belief and to comply with the policies of "social media channels". Due to the terms and conditions of use that are currently applicable and the fact that every user can easily allege a violation of the law with the aim that contents will be removed, the Agency cannot guarantee that the ordered campaign can be retrieved at any time.

3. Protection of Concepts and Ideas

If a potential Customer has already invited the Agency beforehand to develop a concept and if the Agency accepts this invitation prior to conclusion of the principal contract, the following shall apply:

- 3.1 By the invitation and acceptance of the invitation by the Agency the potential Customer and the Agency enter into a contractual relationship ("pitching contract"). That contract will also be based on the GTC.
- 3.2 The potential Customer acknowledges that already by developing a concept the Agency will render cost-intensive services, even though the Customer himself has not taken on any performance duties yet.
- 3.3 To the extent that they reach the level of originality required for copyright protection the linguistic and graphic parts of the concept are protected by the Austrian Copyright Act [*Urheberrechtsgesetz*]. The potential Customer is not permitted to use or edit those parts without the Agency's consent due to the Austrian Copyright Act alone.
- 3.4 Furthermore, the concept contains **ideas** that are relevant to advertising which do not reach the level of originality required for copyright protection and are thus not

protected by the Austrian Copyright Act. Such ideas are generated at the beginning of every creative process and may be defined as the creative spark for all subsequent work results and, thus, as the origin of the marketing strategy. Accordingly, those elements of the concept are protected which are unique and characterise the marketing strategy. For the purpose of this agreement ideas shall in particular mean advertising slogans, advertising texts, graphics and illustrations, advertising means etc., even if they do not reach the level of originality required for copyright protection.

- 3.5 The potential Customer undertakes not to exploit or have exploited commercially and/or use or have used the creative advertising ideas which the Agency presented as part of the concept in any context other than the corrective of a principal contract to be concluded at a later time.
 - 3.6 If the potential Customer is of the opinion that the Agency presented ideas to him which he already had before the presentation, he shall notify the Agency thereof via e-mail within 14 days of the day of the presentation and include means of evidence which allow a chronological allocation.
 - 3.7 Otherwise the Parties will assume that the Agency has presented an idea to the potential Customer which is new to him. If the Customer uses the idea, it has to be assumed that the Agency received remuneration therefor.
 - 3.8 The potential Customer may be released from his duties under this Clause if he pays a reasonable compensation plus 20% VAT. Such release shall become effective only after receipt of the full compensation payment by the Agency.
4. Scope of services; Order processing; Customer's duties to co-operate
 - 4.1 The scope of the services to be rendered shall be based on the specifications of the Agency Agreement or the Agency's acknowledgment of order, if any, and the briefing report, if any ("Offer Documents"). Subsequent modifications of the services shall be subject to the Agency's written confirmation. When executing the order the Agency shall be free in its discretion within the framework specified by the Customer.
 - 4.2 All services of the Agency (including but not limited to all preliminary designs, sketches, final drawings, proofs, blueprints, copies, coloured prints and electronic files) shall be checked by the Customer and released within three working days of receipt by the Customer. If they are not released within that period, they shall be

deemed approved by the Customer. After that period has expired with no reply from the Customer they shall be deemed accepted by the same.

- 4.3 The Customer shall make accessible to the Agency completely and in time all information and documents required for rendering the service. The Customer shall notify the Agency of all circumstances that are relevant to execution of the order, even if they become known only in the course of execution of the order. The Customer shall bear the costs incurred due to the fact that work has to be done again by the Agency or is delayed because of his incorrect, incomplete or subsequently modified specifications.
 - 4.4 In addition, the Customer is obliged to clear the documents made available by him for execution of the order (photos, logos, etc.) for potential copyrights, trademark rights, marks or other rights of third parties (rights clearance) and guarantees that the documents are free from rights of third parties and may therefore be used for the desired purpose. In the case of merely slight negligence or if it has fulfilled its duty to warn the Customer, the Agency shall not be liable (at least as regards the relationship between the Agency and the Customer) for an infringement of such rights of third parties by documents made available by the Customer. If the Agency is held liable for an infringement of such rights, the Customer shall indemnify and hold harmless the Agency and shall compensate the Agency for any and all disadvantages suffered by it due to third-party claims, including costs of reasonable legal representation. The Customer undertakes to support the Agency in defending claims of third parties, if any. For this purpose the Customer shall provide the Agency with all documents without request.
5. External services; Commissioning of third parties
- 5.1 The Agency shall be entitled at its own discretion to render the services itself, to employ expert third parties as agents [*Erfüllungsgehilfen* as defined by Section 1313a of the Austrian General Civil Code [AGBG]] and/or to commission a third party to render such services ("External Service").
 - 5.2 Commissioning of third parties in connection with an External Service shall be done either in the Agency's own name or in the name of the Customer. The Agency shall select the relevant third party with care and ensure that it is appropriately qualified.
 - 5.3 The Customer shall assume obligations vis-à-vis third parties which survive the contract. This shall expressly apply also in the case of termination of the agency contract for cause.

6. Deadlines

- 6.1 Unless expressly agreed to be binding, delivery or service periods stated shall only be approximate and non-binding. Binding agreements on deadlines shall be recorded in writing or confirmed by the Agency in writing.
- 6.2 If the delivery/service of the Agency is delayed for reasons for which the Agency is not responsible, such as, e.g. events of force majeure or other unforeseeable events that cannot be prevented by reasonable means, the service obligations shall be suspended for the duration and to the extent of the impediment and the deadlines shall be extended accordingly. If such delays continue for more than two months, the Customer and the Agency shall be entitled to rescind the contract.
- 6.3 If the Agency is in default, the Customer may only rescind the contract after having granted the Agency a reasonable grace period of at least 14 days in writing and after such period has expired fruitlessly. Claims of the Customer for damages on the ground of non-performance or default shall be excluded, unless intent or gross negligence can be proved.

7. Early termination

- 7.1 The Agency shall be entitled to terminate the contract for cause with immediate effect. Causes shall include but not be limited to situations where
- (a) provision of a service becomes impossible for reasons for which the Customer is responsible or is further delayed even though the Customer was granted a grace period of 14 days;
 - (b) the Customer continues to violate material obligations under this contract, such as, e.g. the obligation to pay an amount payment of which has been demanded or duties to co-operate, despite a written warning and having been granted a grace period of 14 days.
 - (c) legitimate concerns exist regarding the Customer's credit standing and, upon the Agency's request, the Customer fails to make advance payments or to furnish suitable security prior to provision of the service by the Agency;
- 7.2 The Customer shall be entitled to terminate the contract for cause without having to grant a grace period. A cause shall be, in particular, where the Agency repeatedly violates material provisions of this contract despite a written warning and having been granted a grace period of at least 14 days to remedy the breach of the contract.

8. Fees

- 8.1 Unless otherwise agreed the Agency's entitlement to fees shall arise for any specific service once the same has been rendered. The Agency shall be entitled to ask for advances to cover its expenses. From a contract volume involving a (an annual) budget of EUR 5.000,- or contracts extending over a prolonged period of time, the Agency shall be entitled to render interim accounts or issue advance invoices or demand payments on account.
- 8.2 The fees shall be stated as net fees plus statutory value added tax. If in a specific case no agreement on fees has been concluded, the Agency shall be entitled to fees at market rates for the services rendered and for transfer of copyrights and marks.
- 8.3 All services of the Agency which are not expressly covered by the agreed fees shall be paid for separately. All cash expenses incurred by the Agency shall be reimbursed by the Customer.
- 8.4 Cost estimates provided by the Agency shall be non-binding. If it becomes clear that the actual costs will exceed the Agency's written cost estimate by more than 15 per cent, the Agency shall advise the Customer of such higher costs. The increase in costs shall be deemed accepted by the Customer if the Customer does not object to such increase in writing within three working days of the advice and states cheaper alternatives at the same time. Cost increases of up to 15 per cent shall not have to be advised separately. Such a deviation from the cost estimate shall be deemed accepted by the Customer from the beginning.
- 8.5 If the Customer unilaterally modifies or cancels work ordered without involving the Agency and notwithstanding other regular support from the same, the Customer shall pay the Agency for the services provided by then according to the agreement on fees and shall reimburse all costs incurred. Unless work is cancelled on the ground of a breach of the Agency's duties by gross negligence or wilful intent, the Customer shall, in addition, pay the Agency the total fee (commission) agreed for that contract, and the allowance [Anrechnungsvergütung] as defined in Section 1168 of the Austrian Civil Code [AGBG] shall be excluded. Furthermore, the Agency shall be indemnified and held harmless from and against any third-party claims, in particular of the Agency's contractors. By payment of the fees the Customer shall acquire no rights to use work already carried out; concepts, drafts and other documents which were not implemented shall rather be returned to the Agency without delay.

9. Payment; Retention of title

9.1 The fee shall be due for payment immediately upon receipt of the invoice without any deductions, unless special payment terms are agreed in writing on a case-by-case basis. The same shall apply to all cash and other expenses charged. The Agency shall retain title to the goods delivered by it until full payment of the fee including all ancillary liabilities.

9.2 In the case of payment default of the Customer statutory default interest at the rate applicable to business-to-business transactions will be charged. In the case of default the Customer also undertakes to reimburse the Agency the dunning and collection charges incurred to the extent they are necessary for appropriate pursuit of the claim. This shall in any case include the costs of two dunning letters at the market fee of currently at least EUR 20 per letter plus those of one dunning letter of a lawyer who has been instructed to collect the receivables outstanding. Assertion of further rights and claims shall remain unaffected.

9.3 If the Customer is in default of payment, the Agency may call for immediate payment of services or partial services rendered under different contracts concluded with the Customer.

9.4 Furthermore, the Agency is not obliged to render other services until payment of the amount outstanding (right to withhold services). The obligation to pay the fees shall not be affected.

9.5 If payment by instalments has been agreed, the Agency reserves the right to demand immediate payment of the total debt outstanding if instalments or ancillary claims are not paid in time (acceleration clause).

9.6 The Customer shall not be entitled to set off claims of the Agency against his own claims unless the Customer's claim has been recognised by the Agency in writing or ascertained by court.

10. Title and copyright

10.1 The Agency shall retain title to all services of the Agency, including services in connection with presentations (e.g., suggestions, ideas, sketches, preliminary designs, scribbles, final drawings, concepts, negatives, slides), including parts thereof, as well as the individual workpieces and original designs and the Agency may demand at any time, in particular in the case of termination of the contractual

relationship, that they be returned to it. By paying the fees the Customer shall acquire the right to use the services for the designated purpose agreed. Unless otherwise agreed the Customer shall, however, use the Agency's services exclusively in Austria. Acquisition of rights to use and exploit the Agency's services shall in any case be subject to full payment of the fees charged by the Agency for the same. If the Customer uses the Agency's services already prior to that time, such use shall be based on a loan relationship that may be revoked at any time.

- 10.2 Modifications and/or editing of services of the Agency, including but not limited to further development of the same by the Customer or third parties working for the Customer, shall only be permitted with the express consent of the Agency and, to the extent that services are protected by copyright, of the author.
- 10.3 Use of the Agency's services beyond the originally agreed purpose and scope of use shall be subject to the Agency's consent irrespective of whether such service is protected by copyright or not. In consideration thereof the Agency and the author shall be entitled to a separate reasonable fee.
- 10.4 After expiration of the Agency Agreement use of services of the Agency and/or advertising means for which the Agency developed concepts or designs shall also be subject to the Agency's consent irrespective of whether the service is protected by copyright or not.
- 10.5 In the first year after termination of the contract the Agency shall be entitled to the full agency fees agreed in the expired contract for any use described in paragraph 4. In the second and third year after expiration of the contract the Agency shall only be entitled to half or one fourth of the consideration agreed in the contract. From the fourth year after termination of the contract no agency fees shall be payable.
- 10.6 The Customer shall be liable to the Agency for any unlawful use in the amount of twice the reasonable fees for such use.

11. Identification marks

- 11.1 The Agency shall be entitled to make reference to the Agency and the author, if applicable, on all advertising means and in any advertising and promotion measures, without the Customer being entitled to any payment in this respect.
- 11.2 The Agency shall be entitled to make reference to its current or former business relationship with the Customer on its own advertising media, including but not

limited to its website, by referring to the Customer's business name and business logo, with the Customer having the right to revoke his consent in writing at any time.

12. Warranty

- 12.1 The Customer shall notify any defects immediately and in any case within eight days of delivery/provision of the service by the Agency and hidden defects not later than eight days after they were identified in writing including a description of the defect; otherwise the service shall be deemed accepted. In that case assertion of any warranty claims or claims for damages as well as the right to assert claims on account of mistake shall be excluded.
- 12.2 In the case of a justified and timely notification of defects the Customer shall be entitled to improvement or replacement of the delivery/service by the Agency. The Agency shall repair the defects within a reasonable period of time and the Customer shall enable the Agency to take all measures which are necessary for examination and repair of the defects. The Agency shall be entitled to refuse improvement of the service if such improvement is impossible or if the Agency were to incur disproportionately high costs. In that case the Customer shall be entitled to cancel the contract or get a fee reduction as provided for by law. In the case of improvement the Customer shall send the defective (physical) item at his cost.
- 12.3 The Customer shall also be obliged to examine the service for its lawfulness, including but not limited to competition law, trademark law, copyright law and administrative law. The Agency is obliged only to roughly examine lawfulness. In the case of slight negligence or after it has fulfilled its duty to warn the Customer, if any, the Agency shall not be liable for lawfulness of contents if they were advised or accepted by the Customer.
- 12.4 The warranty period shall be six months as of delivery/service. The right of recourse to the Agency as defined in Section 933 b (1) AGBG shall be forfeited one year after delivery/service. The Customer shall not be entitled to withhold payments on the ground of complaints. The presumption rule [*Vermutungsregel*] of Section 924 AGBG shall be excluded.

13. Liability and product liability

- 13.1 In cases of slight negligence liability of the Agency and its employees, contractors or other agents [translator's note: *Erfüllungsgehilfen* as defined by Section 1313a AGBG]

("People") for damage to property or pecuniary loss suffered by the Customer shall be excluded, be it indirect or direct damage, lost profit or consequential damage resulting from a defect, damage due to default, impossibility, breach of obligation, *culpa in contrahendo* or due to defective or incomplete performance. The harmed party shall have to prove gross negligence. To the extent that the Agency's liability is excluded or limited this shall also apply to personal liability of its People.

13.2 Any liability of the Agency for claims asserted vis-à-vis the Customer on the ground of services rendered by the Agency (e.g. advertising and promotion measures) shall be expressly excluded, provided that the Agency complied with its duty to inform or if it was unable to see such a duty, even due to slight negligence. The Agency shall, in particular, not be liable for costs of legal proceedings, lawyer's fees of the Customer or costs of publication of judgments or for claims for damages, if any, or other claims of third parties; the Customer shall indemnify and hold harmless the Agency in this respect.

13.3 Claims of the Customer for damages shall be forfeited six months after knowledge of the damage and in any case three years after the Agency's infringement. Claims for damages shall be limited to the net contract value.

14. Data protection (visual emphasis according to court rulings)

The Customer agrees that his personal data, namely name, occupation, date of birth, Business Register Number, powers to represent the company, contact person, business address and other addresses of the Customer, phone number, fax number, e-mail address, bank details, credit card details, VAT number) may be collected, stored and processed electronically for the purpose of performance of the contract and support of the Customer and for the Agency's own advertising and promotion purposes, for example by sending him offers, advertising brochures or newsletters (in hard copy or electronic form) and for the purpose of making reference to the current or former business relationship with the Customer. The Customer agrees to be sent electronic mail for advertising purposes until further notice.

Such consent may be revoked in writing via e-mail, fax or letter to the contact details stated in the header of these GTC at any time.

15. Applicable law

The Agreement and all mutual rights and duties resulting therefrom as well as any claims between the Agency and the Customer shall be subject to Austrian substantive law, and its conflicts of laws rules and UN Sales Law shall be excluded.

16. Place of performance and place of jurisdiction

16.1 The place of performance shall be the registered office of the Agency. In the case that goods are shipped the risk shall pass to the Customer once the Agency has delivered the goods to the carrier chosen by it.

16.2 The agreed place of jurisdiction for all legal disputes arising between the Agency and Customer in connection with this contractual relationship shall be the court having jurisdiction over the subject-matter and the Agency's registered office. Notwithstanding the foregoing the Agency shall be entitled to sue the Customer at his general place of jurisdiction.

16.3 If only the masculine form is used herein for describing natural persons it shall equally refer to women and men. If a specific person is referred to, the respective gender-specific form shall be used.