



Allgemeine Geschäftsbedingungen  
Gültig ab 01.01.2020

## **1. Geltungsbereich und Allgemeine Bestimmungen**

1.1. sofresh e.U. (FN 518072 x), im Folgenden die „Agentur“ genannt, erbringt ihre Leistungen ausschließlich auf der Grundlage dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB). Diese gelten für alle Rechtsbeziehungen zwischen der Agentur und dem Kunden, selbst wenn nicht ausdrücklich auf sie Bezug genommen wird. Sie gelten für alle natürlichen und juristischen Personen (egal ob Unternehmer oder Verbraucher).

1.2. Grundsätzlich kontrahiert die Agentur nur mit Unternehmern. Sofern es sich bei Kunden um Konsumenten im Sinne des Konsumentenschutzgesetzes handelt sind diese verpflichtet, die Agentur bei erster Kontaktaufnahme hierüber zu informieren. Soweit in diesen AGB besondere Bestimmungen für Konsumenten im Sinne des Konsumentenschutzgesetzes enthalten sind bzw. sich aus zwingenden rechtlichen Normen ergeben, so gelten im Verhältnis zu Verbrauchern jeweils diese besonderen Bestimmungen.

1.3. Die Agentur und der Kunde werden zusammen auch als „Parteien“ bezeichnet.

1.4. 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.

1.5. 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.

1.6. 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.

1.7. 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.

1.8. Im Zweifelsfall sind Bestimmungen dieser AGB bzw. eines Einzel- oder Rahmenvertrages zugunsten der Agentur auszulegen. Dies gilt für Verbraucher nur insoweit als gesetzlich zulässig.

1.9. Es kommt durch eine Zusammenarbeit zwischen den Parteien nicht zur Bildung eines Joint Venture, einer Gesellschaft (insbesondere bürgerlichen Rechts) oder eines sonstigen Zusammenschlusses.

## **2. Vertragsabschluss, Dauer und Beendigung**

2.1. Angebote der Agentur sind freibleibend und unverbindlich.

2.2. Verträge bzw. Aufträge können mündlich, schriftlich oder konkludent abgeschlossen werden.

2.3. Verträge werden auf unbefristete Zeit geschlossen, sofern nicht ausdrücklich anderes vereinbart wird oder sich aus der Natur des Vertrages ergibt. Sofern bei unbefristeten Verträgen nichts anderes schriftlich vereinbart wird, können Dauerschuldverhältnisse sowohl von der Agentur als auch vom Kunden mit einer Frist von einem Monat zum Quartalsende durch schriftliche ordentliche Kündigung beendet werden. Hinsichtlich der Wirksamkeit kommt es auf den Zugang der Kündigungserklärung bei der jeweils anderen Partei an.

# sofresh

2.4. Jede Partei kann Dauerschuldverhältnisse aus wichtigem Grund jederzeit mit sofortiger Wirkung kündigen, wobei diese Kündigungserklärung mündlich, fernmündlich oder schriftlich erfolgen kann (Wandlung). Sofern diese außerordentliche Kündigung nicht schriftlich erfolgt ist ohne unnötige Verzögerung eine schriftliche Bestätigung nachzureichen. Ein Wandlungsgrund für beide Parteien ist insbesondere, wenn über das Vermögen der anderen Partei ein Insolvenzverfahren eröffnet oder trotz Antrag mangels Masse abgewiesen wird; bzw. wenn eine Partei massiv gegen ihre vertraglichen Verpflichtungen verstößt und trotz schriftlicher Abmahnung unter Nachfristsetzung durch die andere Partei nicht den vertragskonformen Zustand herstellt.

2.5. Ein wichtiger Kündigungsgrund für die Agentur liegt insbesondere vor, wenn 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. Ebenso ist die Agentur zur Wandlung berechtigt, wenn begründete 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;

### **3. Auftragsabwicklung und Leistungsumfang**

3.1. 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.

3.2. Alle Leistungen der Agentur (insbesondere alle Vorentwürfe, Skizzen, Reinzeichnungen, Bürstenabzüge, Blaupausen, Kopien, Farbdrucke und elektronische Dateien) sind vom Kunden zu überprüfen und von ihm binnen drei Werktagen ab Eingang beim Kunden freizugeben. Bei nicht rechtzeitiger Freigabe gelten sie als vom Kunden genehmigt.

3.3. 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.

3.4. Der Kunde ist weiteres 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 unangefordert sämtliche Unterlagen zur Verfügung.

### **4. Termine**

4.1. 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.

4.2. 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 Hinder-

# sofresh

nisses und verlängern sich die Fristen entsprechend. Sofern solche Verzögerungen mehr als zwei Monate andauern, sind der Kunde und die Agentur berechtigt, vom Vertrag zurückzutreten.

4.3. 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.

## 5. Fremdleistungen

5.1. Die Agentur ist nach freiem Ermessen berechtigt, die Leistung selbst auszuführen, sich bei der Erbringung von vertrags- gegenständlichen Leistungen sachkundiger Dritter als Erfüllungsgehilfen zu bedienen und/oder derartige Leistungen zu substituieren („Fremdleistung“).

5.2. Die Beauftragung von Dritten im Rahmen einer Fremdleistung erfolgt entweder im eigenen Namen oder im Namen des Kunden. Die Agentur wird diesen Dritten sorgfältig auswählen und darauf achten, dass dieser über die erforderliche fachliche Qualifikation verfügt.

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

5.4. In Verpflichtungen gegenüber Dritten, die über die Vertragslaufzeit hinausgehen, hat der Kunde einzutreten. Das gilt ausdrücklich auch im Falle einer Kündigung des Agenturvertrages aus wichtigem Grund.

## 6. Honorar

6.1. Die Agentur erbringt ihr Leistungen grundsätzlich (soweit nichts anderes ausdrücklich schriftlich vereinbart wird) nur gegen Anzahlung von 50% des voraussichtlichen Honorars.

6.2. Sofern auf eine Anzahlung verzichtet wird und nichts anderes vereinbart ist, entsteht der Honoraranspruch der Agentur für jede einzelne Leistung, sobald diese erbracht wurde. Die Agentur ungeachtet eines allfälligen Verzichts auf Anzahlung jederzeit berechtigt, zur Deckung ihres Aufwandes Vorschüsse zu verlangen. Bei Aufträgen, die sich über einen längeren Zeitraum erstrecken, ist die Agentur berechtigt, Zwischenabrechnungen bzw. Vorausrechnungen zu erstellen oder Akontozahlungen abzurufen.

6.3. 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; zumindest aber in Höhe des Stundensatzes der Agentur, sofern mit Kunden keine Pauschalierungsvereinbarung getroffen wird. Der Mindeststundensatz von netto EUR 75,--.

6.4. 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.

6.5. Kostenvoranschläge der Agentur sind unverbindlich. Wenn abzusehen ist, dass die tatsächlichen Kosten die von der Agentur schriftlich veranschlagten um mehr als 20 % 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 20 % ist eine gesonderte Verständigung nicht erforderlich. Diese Kostenvoranschlagsüberschreitung gilt vom Kunden von vornherein als genehmigt.

6.6. Soweit nicht ausdrücklich schriftlich anderes angegeben wird, sind Preise Nettopreise, exklusive Umsatzsteuer sowie sonstigen Kosten. Die Agentur behält sich Preisirrtümer vor.

# sofresh

6.7. Für alle Arbeiten der Agentur, die aus welchem Grund auch immer vom Kunden nicht zur Ausführung gebracht werden, gebührt der Agentur das vereinbarte Entgelt. Die Anrechnungsbestimmung des § 1168 ABGB wird ausgeschlossen. 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.

6.8. Forderungen der Agentur sind wertgesichert. Es wird ausdrücklich Wertbeständigkeit der Forderung plus Nebenforderung vereinbart. Als Maß zur Berechnung der Wertbeständigkeit dient der von Statistik Austria monatlich verlautbarte Verbraucherpreisindex 2015 (Basisjahr 2015) oder ein an seine Stelle tretender Index. Als Bezugsgröße dient die für den Vormonat des Monats des Vertragsabschlusses errechnete Indexzahl. Schwankungen der Indexzahl nach oben oder unten bis ausschließlich 5% bleiben unberücksichtigt. Dieser Spielraum ist bei jedem Überschreiten nach oben oder unten neu zu berechnen, wobei stets die erste außerhalb des jeweils geltenden Spielraums gelegene Indexzahl die Grundlage sowohl für die Neufestsetzung des Forderungsbetrages als auch für die Berechnung des neuen Spielraums zu bilden hat. Alle Veränderungsdaten sind auf eine Dezimalstelle zu berechnen.

## **7. Zahlung und Eigentumsvorbehalt**

7.1. 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 bzw. Arbeitsergebnisse bleiben bis zur vollständigen Bezahlung des Entgelts einschließlich aller Nebenverbindlichkeiten im Eigentum der Agentur.

7.2. Bei Zahlungsverzug des Kunden gelten die gesetzlichen Verzugszinsen in der für Unternehmern geltenden Höhe. Weiteres 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 eines Mahnschreibens in marktüblicher Höhe von derzeit EUR 40,-- sowie eines Mahnschreibens eines mit der Eintreibung beauftragten Rechtsanwalts in Höhe der gesetzlichen Bestimmungen. Die Geltendmachung weitergehender Rechte und Forderungen bleibt davon unberührt.

7.3. 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.

7.4. Weiteres ist die Agentur nicht verpflichtet, weitere Leistungen bis zur Begleichung des ausstehenden Betrages zu erbringen bzw. bereits vorliegende Arbeitsergebnisse dem Kunden zur Verfügung zu stellen (Zurückbehaltungsrecht). Die Verpflichtung zur Entgeltzahlung bleibt davon unberührt.

7.5. 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).

7.6. 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.

7.7. Es steht der Agentur frei, nach eigenem Ermessen zur Besicherung von Ansprüchen Sicherheiten zu verlangen. Dies umfasst insbesondere, aber nicht nur, Kautionen, Bankgarantien, Pfandbestellungen und dergleichen.

## **8. Eigentumsrecht und Urheberrecht**

8.1. Alle Leistungen der Agentur, einschließlich jener aus Präsentationen (z.B. Anregungen, Ideen,

# sofresh

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.

8.2. 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. Eine entstellende Bearbeitung oder Verwendung der Leistung der Agentur ist untersagt.

8.3. 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.

8.4. 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.

8.5. Für derartige Nutzungen gemäß steht der Agentur im ersten Jahr nach Vertragsende ein Anspruch auf die volle im abgelaufenen Vertrag vereinbarte Agenturvergütung zu. Im zweiten bzw. dritten 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.

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

## **9. Konzept- und Ideenschutz**

9.1. Hat der potenzielle 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: Bereits durch die Einladung und die Annahme der Einladung durch die Agentur treten der potenzielle Kunde und die Agentur in ein Vertragsverhältnis („Pitching-Vertrag“). Auch diesem Vertrag liegen die AGB zu Grunde. Für die Teilnahme an Präsentationen steht der Agentur ein angemessenes Honorar zu, das zumindest den gesamten Personal- und Sachaufwand der Agentur für die Präsentation sowie die Kosten sämtlicher Fremdleistungen deckt.

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

9.3. 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 potenziellen Kunden schon auf Grund des Urheberrechtsgesetzes nicht gestattet.

9.4. 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 zünden- der 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, Grafi-

# sofresh

ken und Illustrationen, Werbemittel usw. angesehen, auch wenn sie keine Werkhöhe erreichen.

9.5. Der potenzielle 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.

9.6. Sofern der potenzielle 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.

9.7. Im gegenteiligen Fall gehen die Vertragsparteien davon aus, dass die Agentur dem potenziellen Kunden eine für ihn neue Idee präsentiert hat. Wird die Idee vom Kunden verwendet, so ist davon auszugehen, dass die Agentur dabei verdienstlich wurde.

9.8. Der potenzielle Kunde kann sich von seinen Verpflichtungen aus diesem Punkt durch Zahlung einer angemessenen Entschädigung befreien. Die Befreiung tritt erst nach vollständigem Eingang der Zahlung der Entschädigung bei der Agentur ein.

## 10. Kennzeichnung

10.1. 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.

10.2. 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).

## 11. Gewährleistung

11.1. 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 sind die Geltendmachung von Gewährleistungs- und Schadenersatzansprüchen sowie das Recht auf Irrtumsanfechtung aufgrund von Mängeln ausgeschlossen. Die Gewährleistung ist bei durch den Kunden verursachten Mängeln ausgeschlossen.

11.2. Die Vermutung, dass ein Mangel welcher binnen 6 Monaten ab Übergabe auftritt schon im Übergabezeitpunkt vorlag wird ausdrücklich abbedungen.

11.3. 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 Kunden die Übermittlung der mangelhaften (körperlichen) Sache auf seine Kosten durchzuführen.

11.4. 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

# sofresh

wurden.

11.5. 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.

## **12. Haftung, Produkthaftung und Schadenersatz**

12.1. 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 (außer im Fall von Personenschäden), 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“.

12.2. 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.

12.3. 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 Auftragswert begrenzt.

12.4. Allfällige Schadenersatzleistungen sind wertmäßig mit der Höhe der vom Kunden an die Agentur binnen der dem Schadenereignis vorangehenden 12 Monate bezahlten Nettobeträge begrenzt.

12.5. Die Beweislastumkehr bei behaupteten vertraglichen Ansprüchen des Kunden gegenüber der Agentur zulasten der Agentur wird ausdrücklich abbedungen.

12.6. Garantien werden nicht gewährt

## **13. Kommunikation**

13.1. Rechtserhebliche Kommunikation zwischen den Parteien erfolgt grundsätzlich schriftlich; sofern dieser Vertrag nichts Gegenteiliges vorsieht genügt hierzu die E-Mail-Form. Mündliche oder fernmündliche Kommunikation hat ehestmöglich schriftlich bestätigt zu werden.

13.2. Die Parteien verpflichten sich wechselseitig über Adressänderung schriftlich zu informieren, ansonsten Zustellungen an den im Zeitpunkt der Absendung aktuellen Adressen wirksam angesehen werden.

## **14. Sonderregelungen für digitale Leistungen**

14.1. Social Media Kanäle:

14.1.1. 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.

# sofresh

14.1.2. 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.

14.1.3. Die Agentur arbeitet auf der Grundlage dieser Nutzungsbedingungen der Anbieter, auf die sie keinen Einfluss hat, und legt diese auch einem Auftrag des Kunden zu Grunde. Ausdrücklich anerkennt der Kunde mit der Auftragserteilung, dass diese Nutzungsbedingungen die Rechte und Pflichten eines allfälligen Vertragsverhältnisses (mit) bestimmen. Die Agentur beabsichtigt, den Auftrag des Kunden nach bestem Wissen und Gewissen auszuführen und die Richtlinien von „Social Media Kanälen“ einzuhalten. Aufgrund der derzeit gültigen Nutzungsbedingungen und der einfachen Möglichkeit jedes Nutzers, Rechtsverletzungen zu behaupten und so eine Entfernung der Inhalte zu erreichen, kann die Agentur aber nicht dafür einstehen, dass die beauftragte Kampagne auch jederzeit abrufbar ist.

## 14.2. Webdesign und Webentwicklung:

### 14.2.1. Eigentum und Urheberrecht:

(i) Nach der Projektabnahme und Begleichung der Rechnung gilt folgende Copyrightvereinbarung: Der Kunde ist Besitzer aller von der Agentur für dieses Projekt erstellten Grafiken. Eine Weiterverwendung der Codes durch Dritte ist nur mit schriftlicher Zustimmung möglich. Die Nutzung davon ist nur für dieses Projekt genehmigt. Abhängig von der jeweiligen Software gelten möglicherweise eigene Regelungen, welche diesen Bedingungen vorzuziehen sind und diese ersetzen oder ergänzen können. Von der Agentur erstelltes Markup bleibt deren Eigentum, der Kunde hat allerdings ein uneingeschränktes Verwendungs- und Änderungsrecht. Der Kunde bekommt von der Agentur sämtliche Ergebnis-Dateien übergeben (auch implizit z.B. durch das Kopieren auf Ihren Webserver) und ist selbst für eine Sicherung verantwortlich, da von der Agentur keine Sicherung behalten werden muss.

(ii) Dem Kunden steht es frei, Dritte mit der Weiterentwicklung bzw. Pflege zu beauftragen, es gilt dabei jedoch folgende Vereinbarung: Eine vom Kunden oder Dritten vorgenommene Veränderung des von der Agentur erstellten Programmcodes ist erlaubt, allerdings ist der Kunde verpflichtet, der Agentur diese Änderungen sofort detailliert per E-Mail zu übermitteln. Sollte von Dritten Veränderungen des Programmcodes vorgenommen werden, so erlischt damit jegliche Garantie bzw. Gewährleistung auf die betroffenen Bereiche, da die Agentur nicht für die Handlungen Dritter verantwortlich gemacht werden und nicht mehr für die korrekte Funktionalität garantieren kann.

### 14.2.2. Qualitätssicherung:

(i) Die Agentur unterzieht sämtliche von ihr erstellten Applikationen und Markups umfassenden Tests, um dem Auftraggeber höchste Qualität zu liefern. Leider liegt es in der Natur der Sache, dass bei Programmcode, egal wie genau getestet, niemals völlige Abwesenheit von Problemen oder Fehlern garantiert werden kann. Die Agentur kann daher nicht ausschließen, dass alle Funktionalitäten, Codes oder Markups immer völlig fehlerfrei arbeiten, weshalb diese nicht vom Kunden oder Dritten für etwaig auftretende Schäden, entgangene Profite bzw. Einnahmen oder Serviceausfälle oder -einschränkungen haftbar gemacht werden kann, selbst wenn der Kunden die Agentur auf das mögliche Vorhandensein solcher Probleme hingewiesen hat. Schadenersatzansprüche sind ausschließlich bei nachgewiesener, grober Fahrlässigkeit möglich. Grundsätzlich gilt für die Endabnahme, dass der Kunden die Funktionalität der Software selbst zumindest grundlegend getestet hat und somit sichergestellt hat, dass diese den Vorgaben und Vorstellungen entspricht.

(ii) Webdokumente sind vor Abnahme vom Kunden hinreichend zu testen, da danach, sofern nicht anders vereinbart, keine Anpassungen im Rahmen des Angebotes vorgenommen werden können und der übliche Stundensatz verrechnet werden muss. Dies gilt auch für unter Umständen später auftretende Fehler.

(iii) Beispielsweise im Falle einer Prioritätenverschiebung seitens des Kunden, ist es möglich, das Projekt vorzeitig abzubrechen. Sollte die Beendigung von der Seite des Kunden ausgehen, so wird



# sofresh

jedenfalls der aktuelle prozentuelle Fertigstellungsgrad plus 20% des restlichen Projektvolumens in Rechnung gestellt. Dies gilt auch für den Fall, dass der Kunde die notwendige Mitarbeit oder Rückmeldungen bzw. unangekündigt über längere Zeit die Kommunikation einstellt. In diesem Fall handelt es sich auch um einen Projektabbruch seitens des Kunden und das Projekt kann von der Agentur bei Bedarf vorzeitig abgebrochen werden. Als Richtzeitraum gilt hier ein Monat. Bei diesem vorzeitigen Projektabbruch werden dem Kunden alle bisherigen Dokumente und materiellen Ergebnisse, die bei einem regulären Projektabschluss ausgehändigt worden wären, nach Begleichung der Rechnung übergeben. Eine Fortsetzung des Projektes ist in diesem Fall weiterhin möglich, verlangt jedoch eine neuerliche Beauftragung.

## 14.2.3. Templating und Markuperstellung (Html & Css)

(i) Bei mittlerweile unzähligen möglichen Browserkonfigurationen ist unmöglich und wenig sinnvoll eine Website pixelgenau auf jeder dieser Konfigurationen gleich aussehen und funktionieren zu lassen. Ressourcen können wesentlich besser eingesetzt werden. Deshalb testet die Agentur sämtliches Markup mit aktuellen Browserversionen (die jeweils aktuelle Version von Edge, Firefox, Chrome, Safari, mobile Safari und native Android Browser) auf unterschiedlichen Systemen, um sicherzugehen, dass jeder Besucher eine Erfahrung mit der Website hat, die auf die Funktionalität seines Browsers abgestimmt ist. Besucher mit älteren oder weniger fähigen Browsern bekommen ein Design, das auf die Fähigkeiten ihrer Software angemessen aufbaut. Sollten der Kunden die Unterstützung älterer Browserversionen wünschen, so muss dies schriftlich im Angebot vermerkt sein. Der dadurch entstehende Zusatzaufwand wird, sofern nicht anders vereinbart, mit den jeweiligen Stundensätzen berechnet.

(ii) Wenn nicht anders vereinbart, ist der Kunde für die rechtzeitige Zurverfügungstellung der Hostingumgebung (Webserver) verantwortlich. Natürlich können dabei Services von Drittanbietern in Anspruch genommen werden. Wichtig ist vor allem, dass folgende Software (abhängig vom Projektbedarf) lauffähig installiert ist und die Agentur sämtliche Zugänge dazu hat: PHP 5.3 (oder aktueller) sofern erforderlich mit E-Mail-Funktionalität und sonstigen gängigen Libraries und MySQL 5.1 (oder aktueller). Darüber hinaus muss der Server über das Web (per HTTP(S)) von der Agentur erreichbar sein, ausreichend freien, verfügbaren Speicherplatz haben und FTP Zugriff für die Agentur gegeben sein. Ggf. sind auch ältere Versionen möglich, dieser Umstand muss allerdings vorab besprochen werden. Für Serverkonfigurationen (insb. DNS) ist grundsätzlich der Kunden verantwortlich. Die Zugangsdaten werden zu Projektstart vom Kunden zur Verfügung gestellt. Sofern nicht anders vereinbart, ist der Kunde für Domainummeldungen selbst verantwortlich. Externe Kosten für Hosting und Domains sind nicht im Angebot enthalten, da dieses Service von Dritten zur Verfügung gestellt wird. Sofern vereinbart, bekommt der Kunde von der Agentur Werkzeuge zur Verfügung gestellt, um die Website selbstständig warten zu können (z.B. ein Content Management System (CMS)). Der Kunde ist daher, sofern nicht anders im Angebot vermerkt, nach Projektende selbst für inhaltliche Änderungen oder Erweiterungen verantwortlich. Natürlich sind weiterführende Beauftragungen dahingehend jederzeit möglich.

(iii) Sofern die Notwendigkeit besteht, Dritt-Software (z.B. Dritt-CMS) oder Programmierframeworks einzusetzen, ergeben sich daraus unter Umständen nicht oder nur unter großem Aufwand änderbare technische Rahmenbedingungen oder Einschränkungen.

(iv) Sollte eine Verwendung von Drittsoftware oder Drittanbieter-Schnittstellen (wie zum Beispiel bei einer Facebook-Website) gewünscht sein, so ist die Website (und die Dienstleistung der Agentur) abhängig von der Funktionalität und Performance dieser externen Services. Ausfälle und Fehler dieser externen Services liegen außerhalb des Einflussbereiches der Agentur und können nicht von dieser, sondern nur vom Serviceanbieter behoben werden.

## 14.3. SEO

14.3.1. Es werden von der Agentur keine "Black-Hat"-Optimierungstechniken (Techniken, die gegen die Richtlinien von gängigen Suchmaschinen verstoßen.) verwendet, um längerfristige Ergebnisse zu erzielen. Leider ist es nicht möglich eine angestrebte Reihung oder Auflistung in den Suchergebnissen zu garantieren, da letztendlich allein die Suchmaschine dafür verantwortlich ist. Eine Optimierung stellt allerdings optimale Rahmenbedingungen für eine gewünschte Reihung in den Suchergebnissen sicher.

# sofresh

## 14.4. Online-Kampagnen

14.4.1. Online-Aktionen-, und Kampagnen jeglicher Art, welche von der Agentur in Kooperation mit Facebook oder anderen Drittanbietern ausgeführt und betreut werden, können aufgrund der nicht im Einflussbereich der Agentur liegenden technischen Gegebenheiten und Änderungen auf Seiten des Drittanbieters nur ohne jegliche Gewähr für diese Funktionalität ausgeführt werden. Tritt ein technischer Defekt auf Seiten des Drittanbieters auf, entzieht sich die Agentur jeglicher Haftung gegenüber dem Kunden auch für mögliche Schäden (Datenschutz, Privatsphäre, technische Gebrechen, etc.) die dem Kunden und in deren Folge dessen Usern entstanden sind oder allenfalls durch technische Gegebenheiten entstehen können. Nimmt der Drittanbieter technische Anpassungen und Änderungen der von ihm angebotenen Funktionalitäten vor, welche einen unmittelbaren Einfluss auf das Erscheinungsbild/Funktionalität der betreuten Aktion oder Kampagne haben, behält sich die Agentur vor, Leistungen, die zur Adaptierung und Änderung/ Wiederherstellung der Ausgangsfunktionalitäten der Kampagne/Aktion des Kunden von diesem in Auftrag gegeben werden, gemäß den aktuell geltenden Stundensätzen der Agentur zu verrechnen.

## 15. Geheimhaltung

15.1. Die Parteien verpflichten sich wechselseitig, die ihnen im Rahmen dieses Vertragsverhältnisses, gleich in welchem Zusammenhang, bekanntgewordenen Geschäftsgeheimnisse und sonstigen vertraulichen Informationen der jeweils anderen Partei mit der gleichen Sorgfalt zu schützen, wie sie ihre eigenen Geschäftsgeheimnisse und sonstige vertrauliche Informationen schützen, zumindest aber mit der Sorgfalt ordentlicher Unternehmer.

15.2. Als Geschäftsgeheimnisse bzw. sonstige vertrauliche Informationen gelten alle Informationen, egal in welcher Form (körperlich oder unkörperlich), welche ausdrücklich als solche bezeichnet werden oder nach Treu und Glauben als solche zu verstehen sind. Mündlich oder fernmündlich offenbarte Geschäftsgeheimnisse und sonstige vertrauliche Informationen sind grundsätzlich möglichst zeitnah in schriftlicher Zusammenfassung nachzureichen.

15.3. Nicht als Geschäftsgeheimnisse bzw. sonstige vertrauliche Informationen gelten für eine Partei (die „empfangende Partei“) Informationen der anderen Partei (der „offenlegenden“ Partei) welche:

15.3.1. bereits öffentlich bekannt sind, bevor sie der empfangenden Partei bekannt werden;

15.3.2. öffentlich bekannt werden, nachdem sie der empfangenden Partei bekannt wurden, wobei aber das Bekanntwerden nicht durch schuldhaftes und rechtswidriges Verhalten der empfangenden Partei verursacht wurde;

15.3.3. der empfangenden Partei bereits bekannt war, bevor sie ihr von der offenlegenden Partei offengelegt wurde und ohne das die empfangende Partei hierbei rechtswidrig und schuldhaft gehandelt hat;

15.3.4. der empfangenden Partei von dritter Seite offenbart werden, wobei die dritte Seite der empfangenden Partei keine Geheimhaltungsverpflichtungen auferlegt und – soweit für die empfangende Partei nach Treu und Glauben erkennbare Weise – die Informationen nicht durch rechtswidriges und schuldhaftes Verhalten erlangt hat;

15.3.5. offensichtlich trivial oder ansonsten nicht geheimhaltungsbedürftiger Natur sind;

15.3.6. von der empfangenden Partei selbst erfunden, erprobt, oder ansonsten durch eigene Leistung der empfangenden Partei von dieser selbst entwickelt wurde;

15.3.7. von der offenlegenden Partei ausdrücklich schriftlich als nicht vertraulich freigegeben werden.

15.4. Die Beweispflicht für das Vorliegen eines oder mehrerer der obengenannten Umstände trägt die Partei, die sich hierauf beruft.

# sofresh

15.5. Die Weitergabe von Geschäftsgeheimnissen und sonstigen vertraulichen Informationen an Mitarbeiter, Organe, Berater oder verbundene Unternehmen oder sonstige Dritte ist insoweit zulässig, sofern diese durch Vertrag, Landesregelungen oder gleichwertige Normen zur Einhaltung des gleichen Geheimhaltungsstandards verpflichtet werden und die Weitergabe tatsächlich erforderlich ist.

15.6. Sofern eine Partei zur Offenlegung bzw. Bekanntgabe von Geschäftsgeheimnissen und sonstigen vertraulichen Informationen mittels behördlichem oder gerichtlichem Bescheid bzw. Urteil oder aufgrund eines sonstigen öffentlichrechtlichen Zwangsaktes aufgefordert wird, so gilt dies nicht als Verletzung der Geheimhaltungspflicht. Die zur Offenlegung gezwungene Partei hat jedoch die Geschäftsgeheimnisse und sonstigen vertraulichen Informationen nur insoweit offenzulegen, als dies zur Erfüllung ihrer gesetzlichen Verpflichtung erforderlich ist. Nach Möglichkeit ist die andere Partei hiervon vorab schriftlich zu verständigen.

15.7. Die Parteien werden Geschäftsgeheimnisse und sonstigen vertraulichen Informationen der jeweils anderen Partei ausschließlich zur Erfüllung von Verträgen verwenden und nicht, um über die andere Partei einen Vorteil zu erlangen. Für Verletzungen der Geheimhaltungsverpflichtung leistet die verantwortliche Partei der anderen Partei Schadenersatz nach den gesetzlichen Bestimmungen.

15.8. Bei Beendigung der Zusammenarbeit werden die Parteien Geschäftsgeheimnisse und sonstige vertraulichen Informationen der jeweils anderen Partei unaufgefordert retournieren bzw. vernichten, soweit dies technisch möglich und wirtschaftlich zumutbar ist – auf Verlangen der jeweils anderen Partei ist dies nachzuweisen. Ausgenommen hiervon sind Kopien, welche die zurückbehaltende Partei zur Erfüllung von gesetzlichen Dokumentationspflichten und vergleichbaren Verpflichtungen tatsächlich benötigt – hinsichtlich solcher zurückbehaltenen Kopien sind bis zur endgültigen Vernichtung die gleichen Sorgfaltsmaßstäbe hinsichtlich Geheimhaltung anzuwenden.

15.9. Die Geheimhaltungsverpflichtungen gehen über die Beendigung der Zusammenarbeit zeitlich unbegrenzt hinaus.

## **16. GEISTIGES EIGENTUM**

16.1. Die Parteien verbleiben die Eigner ihres jeweiligen geistigen Eigentums, soweit dieses nicht vertragsgegenständlich ist.

16.2. Unter geistigem Eigentum sind insbesondere, aber nicht nur, die folgenden Rechte (bzw. die sich aus diesen ableitenden Rechte) zu verstehen (egal ob registriert bzw. geschützt oder nicht):

- 16.2.1. Marken
- 16.2.2. Geschmacks- und Gebrauchsmuster
- 16.2.3. Urheberrechte
- 16.2.4. Patente
- 16.2.5. Know-How
- 16.2.6. Geschäftsgeheimnisse
- 16.2.7. Handelsnamen
- 16.2.8. Domains
- 16.2.9. Erfindungen

16.3. Die Übertragung, Lizenzierung oder sonstige vertragliche Verfügung über geistiges Eigentum der Parteien, soweit es nicht vertragsgegenständlich ist, bedarf einer gesonderten schriftlichen Ver-

# sofresh

einbarung.

## 17. Höhere Gewalt

17.1. Soweit in diesem im Vertrag zwischen den Parteien nicht etwas anderes vereinbart ist, so kann eine Partei die Nichterfüllung einer oder mehrerer ihrer vertraglichen Pflichten durch höhere Gewalt rechtfertigen, sofern sie beweist, dass

17.1.1. die Nichterfüllung durch einen Umstand jenseits ihrer Kontrolle verursacht wurde;

17.1.2. sie vernünftigerweise den Eintritt dieses Umstandes im Zeitpunkt des Vertragsabschlusses nicht vorhersehen konnte; und

17.1.3. sie die Auswirkungen dieses Umstandes auf die Erfüllung ihrer vertraglichen Pflichten unter Einsatz zumutbarer Anstrengungen nicht vermeiden oder überwinden konnte.

17.2. Soweit sich eine Partei darauf beruft, dass die Nichterfüllung durch einen Umstand höherer Gewalt dadurch eingetreten ist, dass ein Dritter, dessen sich die Partei bei der Erfüllung ihrer vertraglichen Pflichten bedient hat, die Nichterfüllung verursacht hat, so hat sie zu beweisen, dass die Voraussetzungen des ersten Absatzes sowohl bei ihr als auch beim Dritten vorliegen.

17.3. Die Voraussetzung des ersten Absatzes gelten als erfüllt, sofern die Nichterfüllung einer vertraglichen Verpflichtung einer Partei durch einen oder mehrere der folgenden Umstände verursacht wird – sofern die andere Partei behauptet, dass kein Fall höherer Gewalt vorliegt, so hat sie dies zu beweisen:

17.3.1. Kriege (ungeachtet ob eine formelle bzw. völkerrechtskonforme Kriegserklärung vorliegt oder nicht), bewaffnete Konflikte oder unmittelbar drohender Eintritt derselben (insbesondere, aber nicht nur: feindliche Angriffe, Blockaden, oder Embargos), bewaffnete Feindseligkeiten, Invasionen, Handlungen ausländischer feindlicher Mächte, umfangreiche Mobilmachungen, kriegerischen Handlungen gleichzusetzende Aktionen irregulärer Kräfte;

17.3.2. Bürgerkriege und gleichzuhaltende Störungen oder Zusammenbrüche der öffentlichen Ordnung, Aufruhr und Aufstände, Revolutionen, militärische oder sonstige verfassungswidrige Machtübernahmen und Usurpationen, zivile Unruhen, Demonstrationen, ziviler Ungehorsam, sonstige Fälle der Aufhebung oder Sistierung des ordentlichen Funktionierens der Volkswirtschaft und/oder der Rechtspflege;

17.3.3. Terroranschläge, Sabotage, Piraterie, massive (organisierte) Kriminalität;

17.3.4. Handlungen der staatlichen oder anderer mit Zwangsgewalt ausgestatteten Autoritäten (egal ob gesetzlich oder ungesetzlich), Zwang durch Gesetz, Urteil, Verordnung, Bescheid oder anderen Rechtsakt, Ausgangssperren, Enteignungen, Zwangsübernahmen, Verstaatlichungen und Maßnahmen gleicher Wirkung;

17.3.5. Seuchen, Epidemien, Umweltkatastrophen (insbesondere, aber nicht nur: massive Unwetter, Erdbeben, Vulkanausbrüche und sonstige seismische Aktivitäten, Muren, Lawinen, Erdbeben, Fluten und Sturmfluten, Dürren, Blitzeinschläge, Brände) und vergleichbare Ereignisse, Verstrahlungen, Detonationen bzw. Verwendung von Nuklearwaffen, sonstige Kontaminationen oder Verseuchungen;

17.3.6. Zerstörung oder Beeinträchtigung der Verkehrsverbindungen, Telekommunikation oder Stromversorgung;

17.3.7. Arbeitskampfmaßnahmen (insbesondere, aber nicht nur: Boykott, Streik, Sperrungen, Besetzungen, Betriebsversammlungen)

17.4. Eine Partei, die das Vorliegen eines Falls höherer Gewalt beweist, ist von ihrer Pflicht zur Erfüllung ihrer Verpflichtungen aus dem Vertrag ab dem Zeitpunkt befreit, ab dem die entsprechenden

# sofresh

Umstände eingetreten sind. Voraussetzung ist, dass die die andere Partei ohne unnötige Verzögerungen (nach Möglichkeit schriftlich) informiert.

17.5. Soweit eine Benachrichtigung der andere Partei durch die Umstände nicht möglich ist, so ist die Benachrichtigung nachzuholen, sobald die Umstände es erlauben. In diesem Fall haftet die an der Erfüllung ihrer vertraglichen Verpflichtungen durch höhere Gewalt verhinderte Partei der anderen Partei für dieser hierdurch entstandene Nachteile nicht.

17.6. Die Befreiung von der Erfüllung der vertraglichen Verpflichtungen bzw. der Haftung gilt nur solange, als die Umstände höherer Gewalt anhalten. Nach Ende dieser Umstände hat die bis dahin verhinderte Partei ungesäumt ihre vertraglichen Verpflichtungen nachzuholen (soweit die andere Partei nicht hierauf verzichtet) und die andere Partei ungesäumt vom Wegfall der hindernden Umstände zu verständigen.

17.7. Die Partei, die durch höhere Gewalt an der Erfüllung ihrer Verpflichtungen gehindert ist, hat sich im Rahmen des Zumutbaren um Schadensminderung zu bemühen.

17.8. Sofern durch den Eintritt von Umständen höherer Gewalt für eine oder beide Parteien die Geschäftsgrundlage des Vertrages (dauerhaft) wegfällt, so kann diese durch (nach Möglichkeit schriftliche) Erklärung an die andere Partei den Vertrag mit Wirkung ab Zugang bei der anderen Partei kündigen, ohne dass eine Partei in diesem Fall der anderen für die ihr daraus entstehenden Nachteile haftet.

17.9. Sofern eine Partei durch eine derartige Kündigung einen ungerechtfertigten Vorteil erlangt bzw. zum Nachteil der anderen Partei bereichert wird, so hat sie eine entsprechende Ausgleichszahlung zu leisten.

## **18. Datenschutz**

18.1. Keine der Parteien ist gegenüber der jeweils anderen Partei als Auftragsverarbeiter anzusehen.

18.2. Die Parteien sichern einander die Einhaltung sämtlicher anzuwendenden datenschutzrechtlichen Normen sowie wechselseitige Unterstützung bei aus einem Vertragsverhältnis entstehenden datenschutzrechtlichen Anlässen (z.B. Auskunfts- oder Löschungsbegehren, Datenlecks etc.) zu.

18.3. Die Parteien sichern einander zu, dass personenbezogene Daten ausschließlich zur Vertragsabwicklung verarbeitet werden.

18.4. Detaillierte Bestimmungen bzw. Informationen zum Datenschutz finden sich in der Datenschutzerklärung der Agentur.

## **19. Anzuwendendes Recht, Gerichtsstand und Erfüllungsort**

19.1. Der Vertrag und alle daraus abgeleiteten wechselseitigen Rechte und Pflichten sowie Ansprüche zwischen der Agentur und dem Kunden unterliegen dem österreichischen Recht unter Ausschluss seiner Verweisungsnormen und unter Ausschluss des UN-Kaufrechts.

19.2. 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.

19.3. 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. Abschließende Bestimmungen**

20.1. Die Parteien verzichten ausdrücklich auf einen Widerruf abgeschlossener Verträge und darüber



hinaus auf eine Anfechtung wegen Wegfalls der Geschäftsgrundlage oder Irrtums oder wegen eines sonstigen Anfechtungsgrundes. Auf eine Anfechtung wegen laesio enormis wird ebenfalls verzichtet.

20.2. Änderungen, Ergänzungen oder Nebenabreden zu diesen AGB bzw. zu einem Einzel- oder Rahmenvertrag bedürfen zu ihrer Rechtsgültigkeit der Schriftform. Auch das Abgehen von der Schriftform bedarf zur Rechtsgültigkeit einer schriftlichen Vereinbarung.

20.3. Sofern die Agentur ein ihr nach Gesetz oder Vertrag zustehendes Recht oder zustehenden Anspruch nicht oder nur nicht vollumfänglich ausübt, so ist damit kein Verzicht auf das Recht oder den Anspruch für die Zukunft bzw. über den Einzelfall hinaus zu erblicken.

20.4. Sollte eine der Bestimmungen dieser AGB, eines Einzel- oder Rahmenvertrages rechtsunwirksam sein oder werden, so berührt dies die Wirksamkeit der übrigen Bestimmungen nicht. In diesem Falle gilt anstelle der unwirksamen Bestimmungen solche die dem wirtschaftlichen Zweck der unwirksamen Bestimmungen möglichst entsprechen und wirksam sind. Gleiches gilt für den Fall etwaiger Lücken.

20.5. Die Rechte und Pflichten der Parteien aus einem Vertrag gehen auf allfällige Einzel- oder Gesamtrechtsnachfolger, Erben oder Legatäre automatisch über.

20.6. Kunden sind nicht berechtigt, ihre Rechte und Pflichten aus einem Vertrag vollständig oder teilweise ohne vorherige ausdrückliche schriftlicher Zustimmung der Agentur an Dritte abzutreten oder zu belasten.

20.7. 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.

## **21. Kontaktinformationen**

sofresh e.U.  
Retzhoferstraße 2 / 5, 8430 Leibnitz  
Telefon: +43 3452 21606  
E-Mail: hey@sofresh.digital  
Firmenbuchnummer: FN 518072 x  
UID: ATU73728709  
Firmenbuchgericht: Landesgericht Graz