

ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN

Aesthetic Momentum e.U. · B2B-Agenturleistungen

Unternehmen: Aesthetic Momentum e.U.

Inhaberin: Mag. phil. Selma Nadarević

Geschäftsanschrift: Zieglergasse 94/20, 1070 Wien, Österreich

Firmenbuchnummer: FN 679847 a · Firmenbuchgericht: Handelsgericht Wien

UID-Nummer: ATU83322101 · GISA-Zahl: 39758040

Diese AGB gelten ausschließlich im Geschäftsverkehr mit Unternehmern. Verträge mit Verbrauchern werden auf ihrer Grundlage nicht abgeschlossen.

Die nachfolgenden Bestimmungen regeln die Zusammenarbeit zwischen Aesthetic Momentum e.U. (nachfolgend „Agentur“) und ihren unternehmerischen Auftraggebern (nachfolgend „Auftraggeber“).

1. Geltungsbereich und Vertragsgrundlagen

- (1) Diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen („AGB“) gelten für sämtliche Angebote, Aufträge, Verträge und Leistungen der Agentur gegenüber Unternehmern im Sinn des § 1 UGB. Sie gelten insbesondere für Strategie-, Beratungs-, Kreativ-, Social-Media-, Content-, Foto-, Video-, Werbe- und Kampagnenleistungen. Die Agentur kontrahiert auf Grundlage dieser AGB nicht mit Verbrauchern im Sinn des KSchG.
- (2) Diese AGB werden Vertragsbestandteil, wenn der Auftraggeber vor Vertragsabschluss auf sie hingewiesen wurde und Gelegenheit hatte, sie einzusehen, herunterzuladen oder zu speichern. Sie sind daher jedem Angebot beizulegen oder dort deutlich und unmittelbar abrufbar zu machen.
- (3) Es gilt folgende Rangfolge: Zwingendes Recht, individuell ausgehandelte Vereinbarungen, das konkrete Angebot bzw. die Auftragsbestätigung, allfällige Leistungsanfragen und sodann diese AGB. Bei Widersprüchen geht die jeweils höherrangige Regelung vor.
- (4) Allgemeine Geschäftsbedingungen des Auftraggebers gelten nicht, selbst wenn die Agentur ihnen nicht ausdrücklich widerspricht. Sie werden nur dann Vertragsbestandteil, wenn die Agentur ihrer Geltung im Einzelfall ausdrücklich in Textform zustimmt.

2. Angebot, Vertragsabschluss und Textform

- (1) Angebote der Agentur sind freibleibend, sofern sie nicht ausdrücklich als verbindlich bezeichnet sind. Ist im Angebot eine Annahmefrist genannt, kann es nur innerhalb dieser Frist angenommen werden. Änderungen des Leistungsumfangs oder der Kalkulationsgrundlagen berechtigen die Agentur zur Anpassung oder Neuerstellung des Angebots.
- (2) Ein Vertrag kommt zustande, sobald das vom Auftraggeber unterzeichnete Angebot bei der Agentur eingelangt ist und die Agentur den Auftrag anschließend ausdrücklich per E-Mail bestätigt. Die bloße Terminbuchung über die Website, die Übermittlung einer Anfrage oder die Durchführung eines Erstgesprächs begründet noch keinen Vertrag und keine Reservierung.

- (3) E-Mail und WhatsApp gelten zwischen den von den Parteien bekannt gegebenen geschäftlichen Kontakten als vereinbarte Textform. Darüber können insbesondere Briefings, Terminabsprachen, Freigaben, Änderungswünsche und Zusatzaufträge rechtswirksam erteilt werden, soweit diese AGB oder das Angebot nicht ausdrücklich eine Unterzeichnung verlangen.
- (4) Der Auftraggeber hat Änderungen seiner Kontaktdaten unverzüglich mitzuteilen. Er trägt das Risiko verzögerter oder fehlgeschlagener Zustellung, wenn Kontaktdaten unrichtig oder nicht aktuell sind. Rechtserhebliche Mitteilungen gelten mit Zugang im elektronischen Postfach oder WhatsApp-Konto des jeweils benannten Kontakts als zugegangen; außerhalb üblicher Geschäftszeiten gilt der Zugang am nächsten Werktag.

3. Leistungsgegenstand und Leistungsstandard

- (1) Art, Umfang, Kanäle, Formate, Mengen, Termine und Vergütung der Leistungen ergeben sich aus dem jeweiligen Angebot bzw. der Auftragsbestätigung. Zum möglichen Leistungsspektrum zählen unter anderem Marken- und Positionierungsberatung, Social-Media-Strategie und -Management, redaktionelle Planung, Content-Konzeption und -Produktion, Content Days, Foto- und Videoproduktion, Reels, Feed- und Story-Formate, Community- und Kampagnenmanagement, Meta-Werbung, Newsletter- und sonstige Marketingmaßnahmen. Nur ausdrücklich beauftragte Leistungen sind geschuldet.
- (2) Die Agentur erbringt die beauftragten Leistungen mit der Sorgfalt eines fachkundigen Werbe- und Kommunikationsunternehmens nach dem zum Leistungszeitpunkt üblichen fachlichen Standard. Die Agentur ist in der kreativen, redaktionellen und organisatorischen Umsetzung frei, soweit das vereinbarte Briefing, freigegebene Vorgaben und berechnigte Interessen des Auftraggebers eingehalten werden.
- (3) Geschuldet ist die fachgerechte Leistung, nicht ein bestimmter wirtschaftlicher, medizinischer, werblicher oder algorithmischer Erfolg. Die Agentur gibt insbesondere keine Garantie für Reichweite, Sichtbarkeit, Rankings, Follower, Engagement, Leads, Termine, Verkäufe, Umsatz, Rentabilität, Medienberichterstattung oder die Freigabe von Inhalten oder Anzeigen durch Plattformbetreiber.
- (4) Strategien, Prognosen, Benchmarks und Empfehlungen beruhen auf den zum jeweiligen Zeitpunkt verfügbaren Informationen und Erfahrungswerten. Sie sind keine Zusicherung zukünftiger Entwicklungen. Änderungen von Markt, Plattformen, Algorithmen, Nutzerverhalten, gesetzlichen Vorgaben oder Mitbewerberaktivitäten können Ergebnisse wesentlich beeinflussen.

4. Einzelne Monatsbeauftragungen; kein Abonnement

- (1) Soweit nichts anderes individuell vereinbart ist, wird jedes Leistungspaket jeweils für einen bestimmten Kalendermonat oder einen ausdrücklich bezeichneten einmonatigen Leistungszeitraum beauftragt. Der Auftrag endet mit Ablauf dieses Zeitraums automatisch, ohne dass es einer Kündigung bedarf.
- (2) Es besteht weder eine Mindestlaufzeit noch ein Abonnement und keine automatische Verlängerung. Leistungen für einen Folgemonat setzen einen neuen Vertragsabschluss nach Punkt 2 voraus. Frühere Zusammenarbeit, laufende Gespräche oder eine noch bestehende Kontoberechtigung ersetzen diese Beauftragung nicht.
- (3) Die Agentur ist nicht verpflichtet, Kapazitäten für Folgemonate freizuhalten. Eine rechtzeitige Anfrage begründet keinen Anspruch auf Verfügbarkeit; verbindlich reserviert wird erst nach Vertragsabschluss für den betreffenden Zeitraum.
- (4) Innerhalb eines beauftragten Monats nicht abrufbare oder nicht umsetzbare Leistungen werden nicht automatisch in einen Folgemonat übertragen, wenn die Ursache aus der Sphäre des Auftraggebers stammt, insbesondere bei fehlender Mitwirkung, verspätetem Feedback, ausbleibender Freigabe oder fehlenden Produktionsvoraussetzungen. Beruht die Nichtleistung ausschließlich auf einem von der

Agentur zu vertretenden Umstand, vereinbaren die Parteien vorrangig eine angemessene Nachholung; ist diese nicht möglich oder unzumutbar, wird die Vergütung anteilig berichtigt.

5. Mitwirkungspflichten des Auftraggebers

- (1)** Der Auftraggeber stellt der Agentur rechtzeitig, vollständig und in geeigneter Qualität alle für die Leistung erforderlichen Informationen, Unterlagen, Markenrichtlinien, Zugänge, Freigaben, Produkte, Räumlichkeiten, Ansprechpartner und sonstigen Ressourcen zur Verfügung. Er benennt mindestens eine entscheidungs- und freigabebefugte Kontaktperson.
- (2)** Der Auftraggeber prüft alle übermittelten Informationen und Materialien auf Richtigkeit, Aktualität, Vollständigkeit, Rechtmäßigkeit und Rechtfreiheit. Die Agentur darf auf deren Richtigkeit vertrauen, soweit Unrichtigkeiten oder Risiken nicht offenkundig sind.
- (3)** Verzögerungen oder Mehraufwand aufgrund verspäteter, unvollständiger, widersprüchlicher oder nachträglich geänderter Vorgaben verlängern vereinbarte Fristen angemessen. Notwendige Zusatzleistungen werden erst nach gesonderter Freigabe in Textform erbracht und zusätzlich vergütet. Die Agentur weist auf absehbaren wesentlichen Mehraufwand hin, sobald er erkennbar ist.
- (4)** Wird die Leistung aus Gründen verhindert oder verzögert, die der Auftraggeber zu vertreten hat, bleiben bereits erbrachte Leistungen, nachweislich reservierte und nicht anderweitig verwertbare Kapazitäten sowie nicht stornierbare Fremdkosten zahlbar. Gesetzlich anzurechnende ersparte Aufwendungen oder anderweitig erzielter Erwerb werden berücksichtigt.

6. Briefing, Freigaben und Verantwortlichkeit für Aussagen

- (1)** Grundlage der Leistung ist das vom Auftraggeber erteilte Briefing einschließlich nachträglicher Ergänzungen in Textform. Der Auftraggeber prüft Entwürfe vor Freigabe sorgfältig, insbesondere Namen, Preise, Termine, Kontaktdaten, Leistungs- und Produktbeschreibungen, fachliche Aussagen, Bildzuordnungen, Pflichtangaben und Verlinkungen.
- (2)** Veröffentlichungen, Anzeigen und finale Produktionen erfolgen grundsätzlich erst nach ausdrücklicher Freigabe durch die benannte Kontaktperson, sofern im Angebot nicht ein verbindlicher Redaktionsplan mit vorab definierten Freigaberegeln vereinbart wurde. Schweigen gilt nicht als Freigabe. Eine verspätete Freigabe kann die Veröffentlichung verschieben, ohne dass daraus Ansprüche gegen die Agentur entstehen.
- (3)** Mit der Freigabe bestätigt der Auftraggeber die sachliche, fachliche und rechtliche Richtigkeit der freigegebenen Inhalte und die Berechtigung zur Veröffentlichung. Änderungen nach Freigabe gelten als Zusatzleistung, soweit sie nicht zur Behebung eines von der Agentur zu vertretenden Mangels erforderlich sind.
- (4)** Die Agentur erbringt keine Rechts-, Medizin-, Steuer- oder Compliance-Beratung. Sie ist nicht verpflichtet, Aussagen des Auftraggebers oder Inhalte umfassend auf ihre Vereinbarkeit mit Berufs-, Gesundheits-, Heilmittel-, Arzneimittel-, Medizinprodukte-, Wettbewerbs- oder sonstigem Sonderwerberecht zu prüfen. Erkennt die Agentur ein naheliegendes erhebliches Risiko, darf sie darauf hinweisen, eine Freigabe oder fachliche Prüfung verlangen oder die Umsetzung bis zur Klärung aussetzen.

7. Besondere Pflichten bei Medizin-, Gesundheits- und Beauty-Kommunikation

- (1)** Der Auftraggeber ist allein dafür verantwortlich, dass beworbene Behandlungen, Produkte, Leistungen, Berufsbezeichnungen, Qualifikationen, Vorher-Nachher-Darstellungen, Testimonials, Gewinnspiele,

Preisangaben und Werbeversprechen zulässig, wahr, belegbar und nicht irreführend sind. Dies gilt insbesondere für medizinische und ästhetische Leistungen sowie für gesundheitsbezogene Angaben.

- (2) Der Auftraggeber beschafft vor Aufnahmen und Veröffentlichungen alle erforderlichen Einwilligungen, Rechte und Dokumentationen von Patienten, Kunden, Mitarbeitern, Modellen, Ärzten, sonstigen Mitwirkenden und Rechteinhabern. Einwilligungen müssen den konkret vorgesehenen Nutzungsumfang einschließlich Kanälen, Werbeanzeigen, Bearbeitungen und Nutzungsdauer abdecken und jederzeit nachweisbar sein.
- (3) Besondere Kategorien personenbezogener Daten, insbesondere Gesundheitsdaten, dürfen der Agentur nur übermittelt oder zugänglich gemacht werden, wenn dies für die beauftragte Leistung erforderlich und datenschutzrechtlich zulässig ist und angemessene technische und organisatorische Maßnahmen vereinbart wurden. Soweit möglich, sind Inhalte vor Übermittlung zu anonymisieren oder zu pseudonymisieren.
- (4) Die Agentur darf die Umsetzung rechtswidriger, irreführender, fachlich nicht belegter, diskriminierender oder reputationsgefährdender Vorgaben verweigern. Eine solche Verweigerung befreit den Auftraggeber nicht von der Zahlung bereits erbrachter Leistungen, reservierter, nicht anderweitig nutzbarer Kapazitäten und nicht stornierbarer Fremdkosten.

8. Korrekturen und Änderungen des Leistungsumfangs

- (1) Soweit im Angebot nichts anderes geregelt ist, umfasst die Vergütung zwei gebündelte Korrekturrunden je vereinbartem Abnahmegegenstand. Eine Korrekturrunde ist die einmalige, konsolidierte Übermittlung aller Änderungswünsche des Auftraggebers zu einem vorgelegten Stand.
- (2) Der Auftraggeber bündelt intern alle Rückmeldungen und übermittelt sie durch die benannte Kontaktperson. Widersprüchliche oder zeitlich versetzte Einzelrückmeldungen können als weitere Korrekturrunde behandelt werden, wenn dadurch zusätzlicher Bearbeitungsaufwand entsteht.
- (3) Nicht als inkludierte Korrektur gelten insbesondere neue Briefings, Richtungswechsel, zusätzliche Formate, nachträglich gelieferte Inhalte, Änderungen bereits freigegebener Arbeiten oder Wiederholungen aufgrund unrichtiger Angaben des Auftraggebers. Sie werden nur nach gesonderter Vereinbarung in Textform und zu der dafür vereinbarten Vergütung erbracht.
- (4) Korrekturen, die ausschließlich zur Behebung eines von der Agentur zu vertretenden Mangels erforderlich sind, werden nicht auf die vereinbarten Korrekturrunden angerechnet.

9. Termine, Leistungsfristen und höhere Gewalt

- (1) Termine und Leistungsfristen sind nur verbindlich, wenn sie im Angebot oder in einer späteren Bestätigung ausdrücklich als verbindlich bezeichnet wurden. Redaktions- und Produktionspläne dürfen aus sachlichen Gründen angepasst werden, sofern der Vertragszweck dadurch nicht wesentlich beeinträchtigt wird.
- (2) Voraussetzung für die Einhaltung von Fristen ist die rechtzeitige und ordnungsgemäße Mitwirkung des Auftraggebers. Bei Verzögerungen aus seiner Sphäre verschieben sich betroffene Termine mindestens um die Dauer der Verzögerung zuzüglich einer angemessenen Wiederanlauf- und Dispositionszeit.
- (3) Für Verzögerungen oder Leistungshindernisse aufgrund höherer Gewalt oder sonstiger bei Vertragsabschluss nicht vorhersehbarer und von der betroffenen Partei nicht zumutbar beherrschbarer Ereignisse haftet die betroffene Partei nicht. Dazu können insbesondere Naturereignisse, behördliche Maßnahmen, Arbeitskämpfe, erhebliche Krankheit oder Unfall, Ausfälle von Energie, Telekommunikation, Internet, Hosting, Plattformen oder wesentlichen Drittdienstleistern zählen. Die Parteien informieren einander unverzüglich und stimmen eine angemessene Ersatzlösung ab.

10. Content Days, Produktionen und Terminverschiebungen

- (1) Produktionstermine und Content Days sind nach Bestätigung verbindlich. Der Auftraggeber sorgt rechtzeitig für geeignete und sichere Räumlichkeiten, Zugänge, Ansprechpartner, Produkte, Behandlungen, Personal, Modelle, Patientenfreigaben, Garderobe, Styling und sonstige vereinbarte Produktionsvoraussetzungen.
- (2) Bei Absage oder Verschiebung durch den Auftraggeber wird keine pauschale Stornogebühr geschuldet, sofern sie nicht im Angebot ausdrücklich vereinbart wurde. Zu vergüten sind jedoch bereits erbrachte Vorbereitungsleistungen, nachweislich reservierte und kurzfristig nicht anderweitig verwertbare Kapazitäten sowie nicht stornierbare Fremdkosten. Ein Ersatztermin steht unter dem Vorbehalt verfügbarer Kapazitäten.
- (3) Fallen bei einer Produktion Mitwirkende oder Voraussetzungen aus der Sphäre des Auftraggebers aus oder kann deshalb nur ein reduzierter Umfang hergestellt werden, gilt dies nicht als Mangel der Agentur. Erforderliche Wiederholungstermine oder zusätzliche Nachbearbeitung werden gesondert vereinbart und vergütet.
- (4) Fahrtkosten und übliche Reisezeiten innerhalb Wiens sind im vereinbarten Paket enthalten, sofern das Angebot nichts anderes bestimmt. Termine außerhalb Wiens bedürfen einer vorherigen Vereinbarung; Reisezeit, Fahrt-, Nächtigungs- und sonstige notwendige Auslagen werden nur in der vorher vereinbarten Höhe oder nach vorher freigegebenem Aufwand verrechnet.

11. Dritte, Fremdleistungen und Werbebudgets

- (1) Die Agentur darf zur Vertragserfüllung fachlich geeignete Mitarbeiter, freie Dienstnehmer, Subunternehmer und sonstige Erfüllungsgehilfen einsetzen. Sie bleibt gegenüber dem Auftraggeber für die ordnungsgemäße Erbringung ihrer vertraglichen Leistung verantwortlich.
- (2) Fremdleistungen und Fremdkosten, etwa für Models, Studios, Styling, Sprecher, Musik, Stockmaterial, Druck, Hosting, Software, Übersetzung, Versand oder Media, werden nur beauftragt, wenn sie im Angebot enthalten oder vom Auftraggeber zuvor in Textform freigegeben wurden. Soweit möglich, werden dauerhaft vom Auftraggeber benötigte Drittkonten und Lizenzen unmittelbar auf dessen Namen geführt.
- (3) Werbe- und Mediabudgets sind nicht Teil der Agenturvergütung, sofern das Angebot dies nicht ausdrücklich vorsieht. Sie werden nach Möglichkeit direkt vom Auftraggeber an die jeweilige Plattform bezahlt. Muss die Agentur ausnahmsweise in Vorleistung treten, kann sie einen angemessenen Vorschuss verlangen.
- (4) Für Leistungen und Nutzungsrechte Dritter gelten ergänzend deren Lizenz-, Plattform- und Geschäftsbedingungen. Die Agentur kann nur jene Rechte weitergeben, die ihr wirksam eingeräumt wurden. Änderungen oder Preiserhöhungen Dritter, die nach Vertragsabschluss eintreten und von der Agentur nicht beherrschbar sind, werden nach vorheriger Information des Auftraggebers entsprechend berücksichtigt.

12. Vergütung, Rechnungslegung und Zusatzleistungen

- (1) Es gelten die im jeweiligen Angebot ausgewiesenen Preise. Sofern nicht anders angegeben, verstehen sich alle Beträge netto zuzüglich gesetzlicher Umsatzsteuer und zuzüglich ausdrücklich vereinbarter Fremdkosten und Auslagen.
- (2) Monatspakete werden nach Ende des jeweiligen Leistungsmonats in Rechnung gestellt. Rechnungen sind innerhalb von sieben Kalendertagen ab Rechnungsdatum ohne Abzug zur Zahlung fällig. Für Projekte,

Fremdkosten, Werbebudgets oder Anzahlungen können im Angebot abweichende Zahlungszeitpunkte vereinbart werden.

- (3) Leistungen außerhalb des vereinbarten Pakets werden nicht automatisch nach einem nicht bekanntgegebenen Stundensatz verrechnet. Die Agentur unterbreitet hierfür eine ergänzende Preisangabe oder ein Zusatzangebot; die Ausführung erfolgt erst nach Freigabe in Textform.
- (4) Der Auftraggeber darf nur mit rechtskräftig festgestellten oder von der Agentur ausdrücklich anerkannten Forderungen aufrechnen. Ein Zurückbehaltungsrecht darf nur wegen Ansprüchen aus demselben Vertragsverhältnis und nur im angemessenen Verhältnis zum behaupteten Anspruch ausgeübt werden.

13. Wertsicherung

- (1) Soweit eine individuelle Preisvereinbarung ausnahmsweise für länger als zwölf Monate fortbesteht, ist die Agentur frühestens nach Ablauf von zwölf Monaten zu einer jährlichen Wertsicherung berechtigt. Maßgeblich ist der von Statistik Austria veröffentlichte Verbraucherpreisindex 2025 (VPI 2025) oder ein an seine Stelle tretender Index.
- (2) Ausgangsbasis ist die für den Monat des Abschlusses der längerfristigen Preisvereinbarung veröffentlichte Indexzahl; verglichen wird sie mit der zuletzt veröffentlichten Indexzahl zum Zeitpunkt der Anpassung. Die Agentur teilt die Anpassung vor ihrer erstmaligen Anwendung in Textform mit. Eine rückwirkende Nachverrechnung für bereits vollständig abgerechnete Monate findet nicht statt.
- (3) Da reguläre Monatspakete jeweils neu beauftragt werden, kann für jeden Folgemonat unabhängig davon der im neuen Angebot ausgewiesene aktuelle Preis vereinbart werden.

14. Zahlungsverzug und Leistungsaussetzung

- (1) Mit Ablauf der Zahlungsfrist tritt ohne weitere Mahnung Verzug ein. Die Agentur ist berechtigt, die gesetzlichen Verzugszinsen für Unternehmergeeschäfte gemäß § 456 UGB sowie den gesetzlichen Pauschalbetrag für Betriebskosten gemäß § 458 UGB und darüber hinausgehende, zweckentsprechende und notwendige Betriebskosten nach Maßgabe der gesetzlichen Voraussetzungen zu verlangen.
- (2) Solange fällige Forderungen nicht vollständig bezahlt sind, darf die Agentur nach vorheriger Zahlungserinnerung sämtliche noch nicht erbrachten Leistungen, Veröffentlichungen, Anzeigenschaltungen, Übergaben und die Einräumung von Nutzungsrechten aussetzen. Bei wiederholtem oder erheblichem Verzug darf sie Vorauszahlung für weitere Leistungen verlangen.
- (3) Für durch eine berechtigte Aussetzung entstehende Terminverschiebungen, Reichweitenverluste, Kampagnenunterbrechungen oder sonstige Folgen haftet die Agentur nicht. Die Zahlungspflicht für bereits erbrachte Leistungen, reservierte, nicht anderweitig verwertbare Kapazitäten und nicht stornierbare Fremdkosten bleibt unberührt.

15. Urheberrecht, Nutzungsrechte und offene Dateien

- (1) Sämtliche Urheber-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte an Konzepten, Strategien, Entwürfen, Texten, Gestaltungen, Aufnahmen, Bearbeitungen, Vorlagen und sonstigen Arbeitsergebnissen verbleiben bei der Agentur bzw. den jeweiligen Rechteinhabern. Eine Rechteübertragung erfolgt nur im nachstehend bestimmten Umfang.
- (2) Nutzungsrechte an finalen, vom Auftraggeber freigegebenen und zur Übergabe bestimmten Arbeitsergebnissen gehen erst nach vollständiger Bezahlung sämtlicher damit zusammenhängender Forderungen auf den Auftraggeber über. Bis dahin ist jede Nutzung nur widerruflich gestattet und kann bei Zahlungsverzug untersagt werden.

- (3) Soweit das Angebot Art, Gebiet, Dauer, Medien oder Zweck der Nutzung nicht näher regelt, erhält der Auftraggeber nach vollständiger Zahlung ein nicht ausschließliches, zeitlich und räumlich unbeschränktes Recht, die finalen Arbeitsergebnisse für die eigene Unternehmenskommunikation auf den bei Beauftragung erkennbar vorgesehenen Kanälen zu nutzen. Die Weitergabe an technische Dienstleister zur Ausübung dieser Rechte ist zulässig; Verkauf, Unterlizenzierung oder Nutzung für Dritte bedürfen der vorherigen Zustimmung der Agentur.
- (4) Nicht geschuldet und nicht von der Standardvergütung umfasst sind offene, editierbare oder native Projektdaten, Rohmaterial, nicht ausgewählte Aufnahmen, Arbeitsdateien, Vorstufen, Vorlagen, Schnittprojekte, Presets, interne Kalkulationen, Methoden oder Strategiegrundlagen. Ihre Übergabe und Nutzung bedürfen einer ausdrücklichen gesonderten Vereinbarung und können zusätzlich vergütet werden.
- (5) Technisch notwendige Format-, Größen- und Zuschnittanpassungen finaler Inhalte sind zulässig, soweit Aussage, Integrität und Persönlichkeitsrechte nicht beeinträchtigt werden. Wesentliche inhaltliche oder gestalterische Änderungen, Entstellungen und die Entfernung von Urheber- oder Lizenzhinweisen sind nur im rechtlich und vertraglich zulässigen Umfang gestattet.
- (6) Nicht beauftragte Präsentationen, Pitches, Ideen, Konzepte und Entwürfe dürfen weder verwendet noch an Dritte weitergegeben werden. Eine Vergütung für die Präsentation allein begründet noch kein Nutzungsrecht, sofern dies nicht ausdrücklich vereinbart wurde.

16. Drittmaterial, Plattform-Assets und KI-gestützte Werkzeuge

- (1) Für Stockmaterial, Musik, Schriften, Templates, Plattform-Assets, Software, Plugins und sonstiges Drittmaterial gelten die Bedingungen des jeweiligen Rechteinhabers. Exklusivität, dauerhafte Verfügbarkeit, Übertragbarkeit oder die Zulässigkeit jeder denkbaren Nutzung werden nur geschuldet, wenn dies ausdrücklich vereinbart und lizenzrechtlich möglich ist.
- (2) Die Agentur darf branchenübliche KI-gestützte Werkzeuge unterstützend einsetzen, sofern dies mit Vertraulichkeit, Datenschutz, dem vereinbarten Zweck und den berechtigten Interessen des Auftraggebers vereinbar ist. Ohne gesonderte Zusage wird keine Gewähr dafür übernommen, dass KI-unterstützte Elemente exklusiv, als Marke eintragungsfähig oder umfassend gegen ähnliche Ergebnisse Dritter abgrenzbar sind.
- (3) Personenbezogene Gesundheitsdaten, nicht öffentliche Patientendaten oder als besonders sensibel gekennzeichnete Geschäftsgeheimnisse dürfen nicht in frei zugängliche oder für den konkreten Zweck nicht angemessen abgesicherte KI-Systeme eingegeben werden.

17. Materialien und Rechte des Auftraggebers; Schadloshaltung

- (1) Der Auftraggeber räumt der Agentur für die Dauer und Zwecke des Auftrags jene Rechte ein, die zur Bearbeitung, Vervielfältigung, Veröffentlichung, Bewerbung und technischen Bereitstellung der von ihm überlassenen Materialien erforderlich sind. Dies umfasst auch die Nutzung durch beauftragte Erfüllungsgehilfen und Plattformen.
- (2) Der Auftraggeber sichert zu, dass er über alle erforderlichen Urheber-, Marken-, Namens-, Persönlichkeits-, Datenschutz- und sonstigen Rechte sowie wirksame Einwilligungen verfügt und dass seine Materialien, Angaben, Weisungen und freigegebenen Aussagen weder gesetzliche Vorschriften noch Rechte Dritter verletzen.
- (3) Wird die Agentur wegen vom Auftraggeber bereitgestellter Materialien, Informationen, Aussagen, Freigaben oder Weisungen von Dritten in Anspruch genommen, hält der Auftraggeber die Agentur hinsichtlich berechtigter Ansprüche einschließlich angemessener und notwendiger Kosten der Rechtsverteidigung schad- und klaglos, soweit die Ursache aus seiner Sphäre stammt. Die Agentur

informiert den Auftraggeber unverzüglich, ermöglicht ihm angemessene Mitwirkung an der Verteidigung und erkennt Ansprüche nicht ohne sachlichen Grund oder ohne Abstimmung an.

18. Eigenwerbung und Referenznennung

- (1)** Nach öffentlicher Veröffentlichung darf die Agentur den Namen, die Marke und final veröffentlichte Arbeitsergebnisse des Auftraggebers in angemessenem Umfang als Referenz in ihrem Portfolio, auf ihrer Website, in sozialen Medien, Präsentationen, Pitches und bei Branchenauszeichnungen zeigen.
- (2)** Der Auftraggeber kann dieser Referenznutzung vor der Veröffentlichung aus berechtigten Vertraulichkeits-, Berufs- oder Reputationsgründen in Textform widersprechen. Abbildungen oder Angaben von Patienten, Kunden, Mitarbeitern oder Modellen werden nur genutzt, soweit dafür eine nachweislich ausreichende Einwilligung und Rechtsgrundlage vorliegt.
- (3)** Eine Referenznutzung begründet keine weitergehende Aussage über eine Empfehlung, medizinische Qualität oder wirtschaftliche Ergebnisse des Auftraggebers.

19. Social-Media-Konten, Plattformen und Kampagnen

- (1)** Konten, Seiten, Werbekonten und vergleichbare Plattformressourcen sollen nach Möglichkeit auf den Auftraggeber lauten. Der Auftraggeber stellt die erforderlichen Rollen, Zugänge und Zwei-Faktor-Authentifizierungen bereit und schützt Zugangsdaten vor unbefugtem Zugriff. Die Agentur erhält nur die für den Auftrag erforderlichen Berechtigungen.
- (2)** Die Agentur hat keinen Einfluss auf Verfügbarkeit, Algorithmen, Moderationsentscheidungen, Reichweitenverteilung, Kontosperrungen, Richtlinien, technische Änderungen oder Preise von Plattformbetreibern. Soweit die Agentur diese Umstände nicht schuldhaft verursacht hat, stellen Ausfälle, Ablehnungen, Einschränkungen oder Änderungen keinen Mangel ihrer Leistung dar.
- (3)** Community Management, Direktnachrichten, Leadbearbeitung, Krisenkommunikation, Kommentarprüfung und Reaktionszeiten sind nur geschuldet, wenn sie im Angebot ausdrücklich genannt sind. Ohne gesonderte Vereinbarung besteht insbesondere keine durchgehende, abendliche, nächtliche oder wochenendliche Überwachung.
- (4)** Der Auftraggeber bleibt für die geschäftliche Bearbeitung von Anfragen, Leads, Buchungen, Beschwerden und Notfällen sowie für gesetzliche Informations- und Dokumentationspflichten verantwortlich. Medizinische Anfragen oder Notfälle dürfen nicht von der Agentur beurteilt oder behandelt werden.

20. Vertraulichkeit

- (1)** Beide Parteien behandeln alle ihnen im Zusammenhang mit der Zusammenarbeit bekannt werdenden und als vertraulich bezeichneten oder ihrer Natur nach vertraulichen kaufmännischen, technischen, strategischen, kreativen und personenbezogenen Informationen vertraulich und verwenden sie nur für die Vertragserfüllung.
- (2)** Die Weitergabe an Mitarbeiter, berufsmäßige Berater und Erfüllungsgehilfen ist zulässig, soweit diese die Informationen zur Vertragserfüllung benötigen und angemessen zur Vertraulichkeit verpflichtet sind. Gesetzlich oder behördlich erforderliche Offenlegungen bleiben zulässig; soweit rechtlich möglich, wird die andere Partei vorher informiert.
- (3)** Die Verpflichtung gilt für fünf Jahre nach Ende des jeweiligen Auftrags. Für Geschäftsgeheimnisse und personenbezogene Daten gilt sie so lange fort, wie deren Schutzbedürftigkeit oder gesetzliche Pflichten bestehen. Nicht vertraulich sind Informationen, die nachweislich allgemein bekannt, rechtmäßig von Dritten erlangt oder unabhängig entwickelt wurden.

21. Datenschutz und Auftragsverarbeitung

- (1) Jede Partei verarbeitet personenbezogene Daten in ihrem jeweiligen Verantwortungsbereich nach den anwendbaren Datenschutzvorschriften, insbesondere der DSGVO und dem österreichischen DSG. Die Datenschutzerklärung der Agentur für Websitebesucher und Geschäftskontakte ist ein eigenständiges Dokument und nicht Bestandteil dieser AGB.
- (2) Verarbeitet die Agentur personenbezogene Daten ausschließlich im Auftrag des Auftraggebers, schließen die Parteien vor Beginn der betreffenden Verarbeitung eine Vereinbarung nach Art. 28 DSGVO. Der Auftraggeber erteilt dokumentierte Weisungen und stellt die Rechtmäßigkeit der Verarbeitung, Informationspflichten und erforderlichen Rechtsgrundlagen sicher.
- (3) Der Auftraggeber übermittelt nur solche personenbezogenen Daten, die für den Auftrag erforderlich sind. Er informiert die Agentur vorab über besondere Schutzbedürftigkeit, Löschfristen, Betroffenenanfragen oder sonstige datenschutzrechtliche Anforderungen. Die Parteien stimmen geeignete sichere Übermittlungswege ab.

22. Gewährleistung und Mängelrüge

- (1) Der Auftraggeber prüft übergebene Leistungen und Arbeitsergebnisse unverzüglich. Offenkundige Mängel sind innerhalb von sieben Werktagen ab Übergabe oder Bereitstellung unter konkreter Beschreibung in Textform zu rügen; verdeckte Mängel innerhalb von sieben Werktagen ab Entdeckung. § 377 UGB bleibt anwendbar, soweit ein beiderseitiges unternehmensbezogenes Geschäft und eine prüfbare Leistung vorliegen.
- (2) Bei berechtigter und rechtzeitiger Mängelrüge steht der Agentur zunächst das Recht zu, innerhalb angemessener Frist nachzubessern oder die mangelhafte Leistung erneut zu erbringen. Erst wenn die Verbesserung unmöglich ist, verweigert wird, unangemessen verzögert wird oder wiederholt scheitert, stehen dem Auftraggeber die weiteren gesetzlichen Gewährleistungsbehelfe zu.
- (3) Kein Mangel liegt vor bei bloß subjektiv abweichenden Geschmacksurteilen, bei Ergebnissen, die dem freigegebenen Briefing entsprechen, bei nachträglichen Änderungswünschen oder bei Einschränkungen durch Plattformen, Drittmaterial, Endgeräte oder vom Auftraggeber bereitgestellte Inhalte, soweit die Agentur diese Einschränkungen nicht schuldhaft verursacht hat.
- (4) Die Gewährleistungsfrist beträgt im unternehmerischen Geschäftsverkehr sechs Monate ab Übergabe bzw. vollständiger Leistungserbringung. Zwingende gesetzliche Ansprüche bleiben unberührt.

23. Haftung

- (1) Die Agentur haftet unbeschränkt für vorsätzlich oder grob fahrlässig verursachte Schäden sowie für Personenschäden. Bei leichter Fahrlässigkeit haftet sie nur bei Verletzung einer wesentlichen Vertragspflicht, deren Erfüllung die ordnungsgemäße Durchführung des Vertrags überhaupt ermöglicht und auf deren Einhaltung der Auftraggeber regelmäßig vertrauen darf; diese Haftung ist auf den vertragstypischen, bei Vertragsabschluss vorhersehbaren Schaden begrenzt. Im Übrigen ist die Haftung für leichte Fahrlässigkeit ausgeschlossen. Zwingende gesetzliche Haftungstatbestände bleiben unberührt.
- (2) Bei bloß leichter Fahrlässigkeit und soweit gesetzlich zulässig, haftet die Agentur nicht für mittelbare Schäden, Folgeschäden, entgangenen Gewinn, ausgebliebene Einsparungen, verlorene Geschäftschancen, erwartete Reichweiten, Follower, Leads oder Umsätze sowie für Datenverluste, die bei ordnungsgemäßer und zumutbarer Datensicherung durch den Auftraggeber vermeidbar gewesen wären.
- (3) Die Agentur haftet nicht für Schäden, die auf unrichtigen, unvollständigen oder rechtswidrigen Materialien, Informationen, Freigaben oder Weisungen des Auftraggebers, auf fehlenden Einwilligungen

oder auf dem Verhalten von Plattformen und sonstigen Dritten beruhen, soweit die Agentur den Schaden nicht schuldhaft mitverursacht hat.

- (4) Der Auftraggeber trifft angemessene Maßnahmen zur Schadensvermeidung und -minderung, insbesondere durch zeitnahe Prüfung, sichere Kontoverwaltung, Datensicherung, Rechtklärung und unverzügliche Information über erkennbare Risiken. Ein Mitverschulden des Auftraggebers ist nach den gesetzlichen Regeln zu berücksichtigen.
- (5) Haftungsansprüche sind, soweit gesetzlich zulässig, innerhalb von sechs Monaten ab Kenntnis von Schaden und Schädiger, spätestens jedoch innerhalb von drei Jahren ab dem schadensauslösenden Ereignis gerichtlich geltend zu machen.

24. Aussetzung und vorzeitige Beendigung aus wichtigem Grund

- (1) Das Recht beider Parteien zur sofortigen Beendigung eines laufenden Auftrags aus wichtigem Grund bleibt unberührt. Ein wichtiger Grund liegt insbesondere vor, wenn die andere Partei trotz angemessener Nachfrist eine wesentliche Vertragspflicht verletzt und die Fortsetzung bis zum vereinbarten Monatsende unzumutbar ist.
- (2) Die Agentur darf Leistungen nach vorheriger Abmahnung aussetzen oder den Auftrag aus wichtigem Grund beenden, wenn der Auftraggeber fällige Forderungen nicht bezahlt, notwendige Mitwirkung wiederholt verweigert, rechtswidrige oder erheblich reputationsgefährdende Anweisungen erteilt, erforderliche Rechte oder Einwilligungen nicht nachweist oder die sichere Leistungserbringung nicht ermöglicht. Bei Gefahr im Verzug ist keine Nachfrist erforderlich.
- (3) Im Fall einer vom Auftraggeber verursachten vorzeitigen Beendigung bleiben bereits erbrachte Leistungen, nachweislich reservierte und nicht anderweitig verwertbare Kapazitäten sowie nicht stornierbare Fremdkosten zahlbar; ersparte Aufwendungen und anderweitiger Erwerb werden nach den gesetzlichen Vorgaben angerechnet. Zwingende insolvenzrechtliche Kündigungsbeschränkungen bleiben unberührt.

25. Übergabe, Archivierung und Löschung

- (1) Finale Arbeitsergebnisse werden in den vereinbarten Formaten und über den vereinbarten Übermittlungsweg bereitgestellt. Der Auftraggeber lädt sie zeitnah herunter und erstellt eigene Sicherungskopien. Die Agentur schuldet keine dauerhafte Hosting-, Archiv- oder Wiederherstellungsleistung, sofern diese nicht ausdrücklich beauftragt wurde.
- (2) Vorstufen, Rohmaterial, Arbeits- und Projektdaten dürfen von der Agentur frühestens drei Monate nach Ende des betreffenden Auftrags gelöscht werden, sofern keine längere Aufbewahrung vereinbart oder gesetzlich erforderlich ist. Datenschutzrechtliche Löschpflichten können eine frühere Löschung erfordern.
- (3) Nach Ende des Auftrags entfernt die Agentur auf Verlangen nicht mehr erforderliche Zugriffe auf Konten des Auftraggebers. Der Auftraggeber ist dafür verantwortlich, Rollen und Berechtigungen zu kontrollieren, Zugangsdaten bei Bedarf zu ändern und ausgeschiedene Nutzer zu entfernen.

26. Wettbewerber und Exklusivität

- (1) Die Agentur ist berechtigt, für andere Unternehmen einschließlich Mitbewerber des Auftraggebers tätig zu werden, solange sie ihre Vertraulichkeitspflichten einhält und keine vertraulichen Informationen des Auftraggebers verwendet. Branchen-, Gebiets- oder Kundenschutz besteht nur bei ausdrücklicher, inhaltlich und zeitlich bestimmter gesonderter Vereinbarung.
- (2) Eine Exklusivitätsvereinbarung bedarf einer gesonderten Vergütung und muss insbesondere sachlichen Bereich, Gebiet, Dauer und betroffene Mitbewerber hinreichend bestimmt festlegen.

27. Abtretung und Vertragsübertragung

- (1) Der Auftraggeber darf Rechte und Pflichten aus dem Vertrag sowie Ansprüche gegen die Agentur nur mit deren vorheriger Zustimmung in Textform an Dritte übertragen oder abtreten. Die Abtretung von Geldforderungen zwischen Unternehmern bleibt im zwingend gesetzlich vorgesehenen Umfang unberührt.
- (2) Ein Wechsel der Rechtsform, Unternehmensübertragung oder Gesamtrechtsnachfolge ist der anderen Partei unverzüglich mitzuteilen. Bereits eingeräumte Nutzungsrechte bleiben im vereinbarten Umfang bestehen, soweit gesetzlich oder vertraglich nichts anderes gilt.

28. Rechtswahl, Gerichtsstand und Vertragssprache

- (1) Es gilt ausschließlich österreichisches materielles Recht unter Ausschluss seiner Verweisungsnormen und des UN-Kaufrechts. Zwingende Bestimmungen eines ausländischen Staates bleiben nur insoweit anwendbar, als ihre Anwendung gesetzlich nicht ausgeschlossen werden kann.
- (2) Für alle Streitigkeiten aus oder im Zusammenhang mit dem Vertragsverhältnis wird – soweit gesetzlich zulässig und zusätzlich im konkreten Angebot ausdrücklich vereinbart – die ausschließliche Zuständigkeit des sachlich zuständigen Gerichts in Wien vereinbart. Die Agentur bleibt berechtigt, den Auftraggeber auch an dessen allgemeinem Gerichtsstand zu klagen.
- (3) Vertragssprache ist Deutsch. Bei Übersetzungen ist im Zweifel die deutsche Fassung maßgeblich.

29. Schlussbestimmungen

- (1) Änderungen und Ergänzungen des Vertrags einschließlich des Abgehens von diesem Textformerfordernis bedürfen zumindest der vereinbarten Textform. Individuell ausgehandelte Vereinbarungen bleiben unabhängig von ihrer Form nach Maßgabe der gesetzlichen Bestimmungen wirksam.
- (2) Sollte eine Bestimmung ganz oder teilweise unwirksam, undurchführbar oder lückenhaft sein, berührt dies die Wirksamkeit der übrigen Bestimmungen nicht. An ihre Stelle tritt die gesetzliche Regelung; soweit eine zulässige ergänzende Vertragsauslegung möglich ist, gilt eine Regelung als vereinbart, die dem wirtschaftlichen Zweck der unwirksamen Bestimmung am nächsten kommt, ohne den Vertragspartner gröblich zu benachteiligen.
- (3) Geänderte AGB gelten nur für künftig ausdrücklich beauftragte Monatsleistungen oder neue Aufträge, wenn sie dem Auftraggeber vor Vertragsabschluss zugänglich gemacht und wirksam vereinbart wurden. Für bereits abgeschlossene Aufträge gilt die bei Vertragsabschluss einbezogene Fassung.

Fassung vom 25. Juli 2026