

# ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN

Public Opinion Marketing- und Kommunikationsberatungs-GmbH  
Institut für Sozialforschung  
A-4040 Linz, Aubrunnerweg 1

## 1. Geltungsbereich

1.1. Das Unternehmen Public Opinion Marketing- und Kommunikationsberatungs-GmbH, Aubrunnerweg 1, 4040 Linz (Firmenbuchnummer: FN 139407 k) – im Folgenden als Institut bezeichnet – erbringt seine gegenwärtigen Leistungen ausschließlich auf der Grundlage dieser vorliegenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB). Diese gelten auch für alle künftigen Geschäftsbeziehungen, selbst wenn nicht ausdrücklich auf sie Bezug genommen wird. Diese sind daher integrierender Bestandteil sämtlicher zwischen dem Institut und Kunden abgeschlossener Verträge.

1.2. Nebenabreden, Vorbehalte, Änderungen oder Ergänzungen dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen bedürfen zu ihrer Gültigkeit der Schriftform (wobei auch „elektronische Post“ der Schriftform entspricht); diese müssen vom Institut ausdrücklich schriftlich bestätigt werden.

1.3. Entgegenstehende oder von diesen Geschäftsbedingungen abweichende Bedingungen des Vertragspartners werden selbst bei Kenntnis nur dann wirksam, wenn sie vom Institut ausdrücklich und schriftlich anerkannt werden.

1.4. Sollten einzelne Bestimmungen dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen unwirksam sein, so berührt dies die Verbindlichkeit der übrigen Bestimmungen und der unter ihrer Zugrundelegung geschlossenen Verträge nicht. Die unwirksame Bestimmung ist durch eine wirksame, die ihr dem Sinn und Zweck am nächsten kommt, zu ersetzen.

## 2. Vertragsabschluss

2.1. Basis für den Vertragsabschluss ist das jeweilige Angebot des Instituts, in dem der Leistungsumfang und die Vergütung festgehalten sind. Die Angebote des Instituts sind freibleibend und unverbindlich. Die Gültigkeitsdauer der Angebote beträgt 45 Tage ab Angebotsdatum. Der Vertragsabschluss kommt grundsätzlich mit der mündlichen Beauftragung des Angebots oder der schriftlichen Bestellung (Brief, Email, usw.) des Angebots zustande.

2.2. Erteilt der Kunde einen Auftrag, so ist er an diesen zwei Wochen ab dessen Zugang bei dem Institut gebunden. Der Vertrag kommt durch die Annahme des Auftrags durch das Institut zustande. Die Annahme hat in Schriftform (z.B. durch Auftragsbestätigung) zu erfolgen, es sei denn, dass das Institut zweifelsfrei zu erkennen gibt (z.B. durch Tätigwerden aufgrund des Auftrages), dass es den Auftrag annimmt.

## 3. Leistungsumfang, Auftragsabwicklung und Mitwirkungspflichten des Kunden

3.1. Der Umfang der zu erbringenden Leistungen ergibt sich aus dem Auftrag des Kunden bzw. der Leistungsbeschreibung oder den Angaben im Vertrag. Nachträgliche Änderungen des Leistungsinhaltes bedürfen der Schriftform.

3.2. Alle Leistungen des Instituts (insbesondere alle Entwürfe, Vorlagen etc.) sind vom Kunden zu überprüfen und binnen zwei Wochen ab Zugang freizugeben. Bei nicht rechtzeitiger Freigabe gelten sie als vom Kunden genehmigt

3.3. Der Kunde wird das Institut unverzüglich mit allen Informationen und Unterlagen versorgen, die für die Erbringung der Leistung erforderlich sind. Er wird es von allen Vorgängen informieren, die für die Durchführung des Auftrages von Bedeutung sind, auch wenn diese Umstände erst während der Durchführung des Auftrages bekannt werden. Der Kunde hat den Aufwand und den Schaden, der dadurch entsteht, dass Arbeiten infolge seiner unrichtigen, unvollständigen oder nachträglich geänderten Angaben vom Institut wiederholt werden müssen oder verzögert werden, selbst zu tragen.

3.4. Die Erbringung von entgeltfreien (Zusatz-)Leistungen und Diensten (wie beispielsweise Präsentationen, Teilnahme an Workshops oder Sondererhebungen) kann durch das Institut jederzeit ohne Vorankündigung eingestellt werden. Ein Minderungs-, Erstattungs- oder Schadenersatzanspruch kann daraus nicht abgeleitet werden.

3.5. Der Kunde ist weiters verpflichtet, die für die Durchführung des Auftrages zur Verfügung gestellten Unterlagen (Fotos, Logos etc.) auf eventuelle bestehende Urheber-, Kennzeichenrechte oder sonstige Rechte Dritter zu prüfen. Das Institut haftet nicht wegen einer Verletzung derartiger Rechte. Weiters dürfen keine Inhalte, die gegen geltendes Recht verstoßen, übermittelt werden. Sollte das Institut von dritter Seite rechtlich in Anspruch genommen werden, so wird sich das Institut an seinem Auftraggeber schad- und klaglos halten.

#### **4. Fremdleistungen / Beauftragung Dritter**

4.1. Das Institut ist nach freiem Ermessen berechtigt, die Leistung selbst auszuführen, sich bei der Erbringung von vertragsgegenständlichen Leistungen Dritter zu bedienen und/oder derartige Leistungen zu substituieren.

4.2. Die Beauftragung von Subunternehmern erfolgt entweder im eigenen Namen oder im Namen des Kunden, in jedem Fall aber auf Rechnung des Kunden im Rahmen der Vertragssumme.

4.3. Das Institut wird Subunternehmer sorgfältig auswählen und darauf achten, dass diese über die erforderliche fachliche Qualifikation verfügen. Diese können jederzeit, ohne gesonderte Mitteilung durch weitere Subunternehmer ersetzt werden.

#### **5. Termine**

5.1. Frist- und Terminabsprachen sind schriftlich festzuhalten bzw. zu bestätigen. Das Institut bemüht sich, die vereinbarten Termine einzuhalten. Geringfügige Überschreitungen des Liefertermins sind grundsätzlich vom Auftraggeber ohne Rücktritts- und Schadenersatzrecht zu akzeptieren. Die Nichteinhaltung der Termine berechtigt den Kunden allerdings erst dann zur Geltendmachung der ihm gesetzlich zustehenden Rechte, wenn er dem Institut eine angemessene, mindestens aber 14 Tage währende Nachfrist gewährt hat. Innerhalb der Nachfrist kann das Institut entweder die Leistung tatsächlich erbringen oder einen Vorschlag zur Preisminderung oder Wandlung vorschlagen.

5.2. Nach fruchtlosem Ablauf der Nachfrist kann der Kunde vom Vertrag zurücktreten. Eine Verpflichtung zur Leistung von Schadenersatz aus dem Titel des Verzugs besteht nur bei Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit des Instituts, wenn es dem Institut nachgewiesen wird.

5.3. Unabwendbare oder unvorhersehbare Ereignisse – insbesondere Verzögerungen bei Auftragnehmern des Instituts – entbinden das Institut jedenfalls von der Einhaltung des vereinbarten Liefertermins. Gleiches gilt, wenn der Kunde mit seinen zur Durchführung des Auftrags notwendigen Verpflichtungen (z.B. Bereitstellung von Unterlagen oder Informationen) im Verzug ist. In diesem Fall wird der vereinbarte Termin zumindest im Ausmaß des Verzugs verschoben.

#### **6. Rücktritt vom Vertrag**

6.1. Das Institut ist insbesondere zum Rücktritt vom Vertrag berechtigt,

- wenn die Ausführung der Leistung aus Gründen, die der Kunde zu vertreten hat, unmöglich ist oder trotz Setzung einer Nachfrist weiter verzögert wird;

- berechtigte Bedenken hinsichtlich der Bonität des Kunden bestehen und weder Vorauszahlungen leistet noch vor Leistung des Instituts eine taugliche Sicherheit leistet

- eine Verletzung der aktuellen AGBs vorliegt

6.2. Für den Fall eines Rücktritts eines bereits vertraglich vereinbarten Forschungs- oder Beratungsprojekts wird eine Stornogebühr in Höhe von 30 Prozent der vereinbarten Vertragssumme in Rechnung gestellt. Ein darüber hinaus entstandener Schaden ist dadurch noch nicht abgegolten. Sollte das Projekt 4 Wochen vor vereinbartem Start storniert werden, beträgt die Stornogebühr 50 Prozent. Ein richterliches Mäßigungsrecht besteht.

#### **7. Honorar**

7.1. Wenn nichts anderes vereinbart ist, entsteht der Honoraranspruch des Instituts für jede einzelne Leistung, sobald diese erbracht wurde. Das Institut ist berechtigt, zur Deckung seines Aufwandes Vorschüsse zu verlangen.

7.2. Alle Leistungen des Instituts, die nicht ausdrücklich durch das vereinbarte Honorar abgegolten sind, werden gesondert entlohnt. Alle dem Institut erwachsenden Barauslagen sind vom Kunden zu ersetzen.

7.3. Kostenvoranschläge des Instituts sind grundsätzlich unverbindlich. Wenn abzusehen ist, dass die tatsächlichen Kosten die vom Institut schriftlich veranschlagten um mehr als 10 % übersteigen, wird das Institut den Kunden auf die höheren Kosten hinweisen. Die Kostenüberschreitung gilt als vom Kunden genehmigt, wenn der Kunde nicht binnen drei Tagen nach Erhalt dieses Hinweises schriftlich widerspricht.

7.4. Für alle Arbeiten des Instituts, die aus welchem Grund auch immer vom Kunden nicht zur Ausführung gebracht werden, gebührt dem Institut eine angemessene Vergütung. Mit der Bezahlung dieser Vergütung erwirbt der Kunde an diesen Arbeiten keinerlei Rechte; nicht ausgeführte Konzepte, Entwürfe und sonstige Unterlagen sind vielmehr unverzüglich dem Institut zurückzustellen.

7.5. Die Laesio enormis wird gemäß § 351 UGB ausgeschlossen.

#### **8. Zahlung**

8.1. Bei Auftragserteilung sind fünfzig Prozent des Werklohns zu bezahlen, die restlichen fünfzig Prozent bei Auftrags Erfüllung. Die Rechnungen des Instituts werden netto Kassa ohne jeden Abzug und spesenfrei ab Rechnungsdatum fällig und sind, sofern nicht anderes vereinbart wurde, binnen

zehn Kalendertagen ab Erhalt der Rechnung zu bezahlen. Bei verspäteter Zahlung gelten Verzugszinsen in der Höhe von 8 % als vereinbart. Gelieferte Waren bleiben bis zur vollständigen Bezahlung Eigentum des Instituts. Das Institut ist darüber hinaus berechtigt Mahnspesen in Höhe von 10 Euro zu verrechnen.

8.2. Der Kunde verpflichtet sich, alle mit der Eintreibung der Forderung verbundenen Kosten und Aufwände, wie insbesondere Inkassospesen oder sonstige für eine zweckentsprechende Rechtsverfolgung notwendigen Kosten, zu tragen.

8.3. Im Falle des Zahlungsverzuges des Kunden kann das Institut sämtliche, im Rahmen anderer mit dem Kunden abgeschlossener Verträge, erbrachten Leistungen und Teilleistungen im Zug um Zug Prinzip sofort fällig stellen.

8.4. Der Kunde ist nicht berechtigt, eigene Forderungen gegen Forderungen des Instituts aufzurechnen, außer die Forderung des Kunden wurde vom Institut schriftlich anerkannt oder gerichtlich festgestellt.

8.5. Die vertraglich vereinbarten Preise sind Nettopreise und enthalten somit keine Steuern.

8.6. Der Kunde erklärt mit seiner Unterschrift ausdrücklich, dass er über die erforderliche Bonität zur fristgerechten Erfüllung des Vertrages verfügt und entsprechende finanzielle Vorsorgen dafür getroffen wurden.

## **9. Briefings/Ausschreibungen**

9.1. Für die Teilnahme an Briefings/Ausschreibungen steht dem Institut ein angemessenes Honorar zu, das mangels Vereinbarung zumindest den gesamten Personal- und Sachaufwand des Instituts für das Briefing/die Ausschreibung sowie die Kosten sämtlicher Fremdleistungen deckt.

9.2. Erhält das Institut nach dem Briefing/der Ausschreibung keinen Auftrag, so bleiben alle Leistungen und Unterlagen des Instituts im Institutseigentum; der Kunde ist nicht berechtigt, diese – in welcher Form auch immer – weiter zu nutzen; die Unterlagen sind vielmehr unverzüglich dem Institut zurückzustellen. Die Weitergabe von Unterlagen an Dritte sowie deren Veröffentlichung, Vervielfältigung, Verbreitung oder sonstige Verwertung ist ohne ausdrückliche Zustimmung des Instituts nicht zulässig.

9.3. Ebenso ist dem Kunden die weitere Verwendung der im Zuge des Briefings/der Ausschreibung eingebrachten Ideen und Konzepte untersagt und zwar unabhängig davon, ob die Ideen und Konzepte urheberrechtlichen Schutz erlangen.

## **10. Eigentumsrecht und Urheberschutz**

10.1. Alle Leistungen des Instituts einschließlich jener aus Briefings oder Ausschreibungen (z.B. Anregungen, Ideen, Entwürfe, Konzepte, Fragebögen, Forschungsfragen, Zielsetzungen, Trendbeobachtungen, konkrete Fragestellungen), auch einzelne Teile daraus, bleiben ebenso wie die einzelnen Werkstücke und Entwurfsoriginale im Eigentum des Instituts und können vom Institut jederzeit – insbesondere bei Beendigung des Vertragsverhältnisses – zurückverlangt werden. Sämtliche Urheberrechte verbleiben beim Institut. Der Kunde erwirbt durch Zahlung des Honorars nur das Recht der Nutzung (einschließlich Vervielfältigung) zum vereinbarten Zweck und im vereinbarten Nutzungsumfang. Der Erwerb von Nutzungs- und Verwertungsrechten an Leistungen des Instituts setzt in jedem Fall die vollständige Bezahlung der vom Institut dafür in Rechnung gestellten Honorare voraus.

10.2. Änderungen von Leistungen des Instituts, wie insbesondere deren Weiterentwicklung durch den Kunden oder durch für diesen tätig werdende Dritte, sind nur mit ausdrücklicher Zustimmung des Instituts und – soweit die Leistungen urheberrechtlich geschützt sind – des Urhebers zulässig.

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

10.4. Für die Nutzung von Leistungen des Instituts, für die das Institut konzeptionelle oder gestalterische Vorlagen erarbeitet hat, ist nach Ablauf des Institutsvertrages unabhängig davon, ob diese Leistung urheberrechtlich geschützt ist oder nicht – ebenfalls die Zustimmung des Instituts notwendig.

10.5. Dafür steht dem Institut im 1. Jahr nach Vertragsende der volle Anspruch der im abgelaufenen Vertrag vereinbarten Institutsvergütung zu, im 2. bzw. 3. Jahr nach Ablauf des Vertrages nur mehr die Hälfte bzw. ein Viertel der im Vertrag vereinbarten Vergütung.

## **11. Kennzeichnung**

11.1. Das Institut ist vorbehaltenlich des jederzeit möglichen, schriftlichen Widerrufs des Kunden dazu berechtigt, auf eigenen Werbeträgern, Publikationen und insbesondere auf seiner Internet-Website mit Namen und Firmenlogo auf die zum Kunden bestehende Geschäftsbeziehung hinzuweisen.

## **12. Gewährleistung und Schadenersatz**

12.1. Der Kunde hat allfällige Reklamationen unverzüglich, jedenfalls jedoch innerhalb von zwei Wochen nach Leistung durch das Institut schriftlich geltend zu machen und zu begründen. Im Fall berechtigter und rechtzeitiger Reklamationen steht, sofern vertraglich nicht anders vereinbart, dem Kunden nur das Recht auf Verbesserung oder Austausch der Leistung oder Preisminderung durch das Institut zu.

12.2. Bei gerechtfertigter Mängelrüge werden die Mängel in angemessener Frist behoben, wobei der Kunde dem Institut alle zur Untersuchung und Mängelbehebung erforderlichen Maßnahmen zu ermöglichen hat. Das Institut ist berechtigt, die Verbesserung der Leistung zu verweigern, wenn diese unmöglich ist, oder für das Institut mit einem unverhältnismäßig hohen Aufwand verbunden ist. In diesem Fall steht dem Kunden ein angemessener Preisminderungsanspruch zu.

12.3. Die Beweislastumkehr gemäß § 924 ABGB zu Lasten des Instituts ist ausgeschlossen. Das Vorliegen des Mangels im Übergabezeitpunkt, der Zeitpunkt der Feststellung des Mangels und die Rechtzeitigkeit der Mängelrüge sind vom Kunden zu beweisen.

12.4. Schadenersatzansprüche (mit Ausnahme von Personenschäden) des Kunden, insbesondere wegen Verzugs, Unmöglichkeit der Leistung, positiver Forderungsverletzung, Verschuldens bei Vertragsabschluss, mangelhafter oder unvollständiger Leistung, Mängelfolgeschadens oder wegen unerlaubter Handlungen sind ausgeschlossen, soweit dem Institut nicht Vorsatz oder grobe Fahrlässigkeit nachgewiesen werden kann.

12.5. Jeder Schadenersatzanspruch kann nur innerhalb von sechs Monaten ab Kenntnis des Schadens und Schädigers geltend gemacht werden.

12.6. Das Institut wird die ihm übertragenen Arbeiten unter Beachtung der allgemein anerkannten Rechtsgrundsätze mit der Sorgfalt eines ordentlichen Unternehmers durchführen und den Kunden rechtzeitig auf für es erkennbare Risiken hinweisen. Jegliche Haftung des Instituts für Ansprüche, die auf Grund von Werbemaßnahmen (der Verwendung eines Kennzeichens) gegen den Kunden oder gegen das Institut erhoben werden, wird ausdrücklich ausgeschlossen. Der Haftungsausschluss bezieht sich unter anderem auch auf Prozesskosten, eigene Anwaltskosten des Kunden oder Kosten von Urteilsveröffentlichungen sowie auf allfällige Schadenersatzforderungen oder ähnliche Ansprüche Dritter. Das Institut hält sich somit schad- und klaglos für alle rechtlichen Ansprüche seitens Dritter.

## **13. Datenschutz**

13.1. Das Institut ist berechtigt, die mit dem Vertrag und dessen Erfüllung im Zusammenhang stehenden und dem Institut zur Kenntnis gelangenden Daten elektronisch zu speichern und zu verarbeiten.

13.2. Der Kunde erklärt, dass die von ihm gelieferten Daten dem geltenden Recht, berechtigten Interessen Dritter nicht entgegenstehen bzw. widersprechen, insbesondere nicht dem Datenschutzgesetz, dem Urheberrecht, dem Marken-Kennzeichenrecht in seiner geltenden Fassung. Das Institut hat keine Verpflichtung, die Rechtmäßigkeit der Daten, deren Herkunft oder deren Verarbeitung zu überprüfen.

13.3. Wird das Institut wegen einer solchen Rechtsverletzung in Anspruch genommen, so hält der Kunde das Institut schad- und klaglos; er hat ihm sämtliche Nachteile zu ersetzen, die ihm durch eine Inanspruchnahme Dritter entstehen.

## **14. Anzuwendendes Recht**

14.1. Auf die Rechtsbeziehungen zwischen dem Kunden und dem Institut ist ausschließlich österreichisches Recht unter Ausschluss der internationalen Verweisungsnormen anzuwenden. Die Bestimmungen des UN-Kaufrechts finden keine Anwendung.

## **15. Erfüllungsort und Gerichtsstand**

15.1. Erfüllungsort ist der Sitz des Instituts.

15.2. Als Gerichtsstand für alle sich unmittelbar zwischen dem Institut und dem Kunden ergebenden Streitigkeiten wird das für den Sitz des Instituts örtlich und sachlich zuständige österreichische Gericht vereinbart.