

Allgemeine Geschäftsbedingungen der Reichl und Partner eMarketing Gesellschaft m.b.H.

1. Anwendungs- und Geltungsbereich

- 1.1. Diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen (im Folgenden AGB) gelten ab 1. Jänner 2018. Sie gelten für sämtliche gegenwärtig und zukünftig von der Reichl und Partner eMarketing Gesellschaft m.b.H. (im Folgenden: eMarketing) abgegebenen Angebote und mit eMarketing geschlossenen Verträge. Der Kunde erklärt, Unternehmer im Sinne des KSchG zu sein. Er haftet gegenüber eMarketing für die Richtigkeit dieser Angabe.
- 1.2. Mit der Auftragserteilung akzeptiert der Kunde diese AGB vorbehaltlos. Von diesen AGB abweichenden Regelungen oder Allgemeinen Geschäftsbedingungen des Kunden wird hiermit ausdrücklich widersprochen. Diese werden auch dann nicht anerkannt, wenn diesen nicht noch einmal ausdrücklich widersprochen wird.
- 1.3. Die Angebote von eMarketing sind freibleibend. Ein Vertrag kommt erst dadurch zustande, wenn eMarketing den Auftrag schriftlich per Post oder per E-Mail bestätigt oder eMarketing mit Wissen des Kunden beginnt, den Auftrag auszuführen.
- 1.4. Änderungen und/oder Erweiterungen dieser AGB treten mit der Online-Publikation unter der Domain www.reichlundpartner.com/AGBs in Kraft.

2. Leistung und Leistungsänderung

- 2.1. Gegenstand eines Auftrags können insbesondere sein:
 - Beratungs-, Konzeptions-, und Designleistungen
 - Programmierleistungen
 - Trainingsleistungen
 - Supportleistungen
 - Hosting
 - Content Management
 - sonstige Dienstleistungen im Rahmen von Online-Projekten oder anderer werblicher Maßnahmen
- 2.2. Grundlage für die Erstellung von Online-Projekten/Leistungen ist die schriftliche Leistungsbeschreibung, die eMarketing aufgrund der ihr zur Verfügung gestellten Unterlagen und Informationen ausarbeitet bzw. der Kunde zur Verfügung stellt. Diese Leistungsbeschreibung ist vom Kunden auf Richtigkeit und Vollständigkeit zu überprüfen und schriftlich durch Unterschrift oder E-Mail freizugeben.
- 2.3. Für Projekte geringerer Komplexität, für welche keine Leistungsbeschreibung erstellt wurde, gilt der Leistungsumfang laut schriftlichem Angebot von eMarketing als Vertragsgrundlage.
- 2.4. Später auftretende Änderungswünsche des Kunden führen zu gesonderten Termin- und Preisvereinbarungen. eMarketing legt für die gewünschten Änderungen ein Zusatzangebot gegebenenfalls mit einer Änderung des Projektzeitplans. Dieses Angebot muss vom Kunden schriftlich (per Post oder per E-Mail) bestätigt werden, um Gültigkeit zu erlangen. Eine Zusatzleistung kann auch konkludent beauftragt werden, wenn diese auf Kundenwunsch

erfolgt, eMarketing mit der Ausführung beginnt und der Kunde dieser nicht schriftlich widerspricht.

- 2.5. Wird von eMarketing zur Umsetzung des Projektes lizenzierte Software von Dritten verwendet, bestätigt der Kunde die Kenntnis des von eMarketing mitgeteilten Leistungsumfanges und der Lizenzbedingungen dieser Software. eMarketing leistet für die Funktionalität und Fehlerfreiheit dieser Software keine Gewähr. Allfällige Ansprüche, die gegen den Hersteller bestehen, tritt eMarketing an den Kunden ab.
- 2.6. Wird im Rahmen des Online-Projektes/der Leistungen so genannte „Open Source“ Software eingesetzt, so übernimmt eMarketing keine wie immer geartete Gewähr für die Funktionalität oder auch die weitere Funktionalität und Wartung dieser Software. Die für diese Software vom Urheber angegebenen Nutzungs- und/oder Lizenzbedingungen sind vom Kunden zu beachten.
- 2.7. eMarketing weist ausdrücklich darauf hin, dass eine barrierefreie Ausgestaltung (von Websites) iSd Bundesgesetzes über die Gleichstellung von Menschen mit Behinderungen (Bundes-Behindertengleichstellungsgesetz – BGStG) nicht in den Angeboten enthalten ist, sofern dies nicht explizit vereinbart wurde. Sollte die barrierefreie Ausgestaltung nicht vereinbart worden sein, so obliegt dem Kunden die Überprüfung der Leistung auf ihre Zulässigkeit im Hinblick auf das Bundes-Behindertengleichstellungsgesetz durchzuführen.
- 2.7.1. eMarketing ist nicht verpflichtet, Dateien, Datenträger und Daten mit dem Erstellercode (z. B. Photoshop, Flash, Computercode) herauszugeben. Auf Wunsch des Kunden kann eMarketing aufgrund einer gesonderten schriftlichen Vereinbarung sowie zusätzlicher Vergütung diese herausgeben.
- 2.8. Die Leistungen von eMarketing sind teilbar.
- 2.9. Eine rechtliche Überprüfung des Projektes auf Gesetzeskonformität ist nicht Teil des Auftrages und obliegt ausschließlich dem Kunden.
- 2.10. eMarketing ist auf eigenes Risiko ermächtigt, Dritte mit der Erbringung von Leistungen aus diesem Vertrag zu beauftragen oder den Auftrag zur Gänze weiterzugeben.

3. Mitwirkungspflicht des Kunden

- 3.1. Der Kunde ist verpflichtet, eMarketing alle für die Ausführung des Auftrages notwendigen Unterlagen rechtzeitig und vollständig vorzulegen und ihr von allen Vorgängen und Umständen Kenntnis zu geben, die für die Ausführung des Auftrages von Bedeutung sein können. Dies gilt auch für die Unterlagen, Vorgänge und Umstände, die ihm erst während der Tätigkeit von eMarketing bekannt werden.
- 3.2. Der Kunde sichert zu, dass alle von ihm übergebenen Softwareprodukte und Datenträger keine Viren oder ähnlichen schädlichen Programme enthalten und daraufhin anhand eines zum Zeitpunkt der Übergabe aktuellen Virenschutzes überprüft sind.
- 3.3. Ebenso hat der Kunde von ihm bereitgestellte oder selbst eingegebene Inhalte auf ihre rechtliche, insbesondere wettbewerbs-, marken-, urheberdatenschutz- und verwaltungsrechtliche Zulässigkeit zu überprüfen. eMarketing haftet nicht für die rechtliche Zulässigkeit von Inhalten. Diese sind vom Kunden gesondert zu überprüfen und eMarketing ist bei einer allfälligen Inanspruchnahme schad- und klaglos zu halten.

- 3.4. Ist die Entwicklung von Schnittstellen zu anderen Systemen des Kunden oder Dritter Teil des Vertrags, ist der Kunde verpflichtet, rechtzeitig eine genaue Definition des Datenmodells und der Zugriffs- und Abgleichsmethoden sowie entsprechende Testdaten bereitzustellen und auf seine Kosten ausreichende und kompetente Unterstützung durch einen Spezialisten des anzubindenden Systems bereitzustellen, um eMarketing zu ermöglichen, im geforderten Umfang und Zeitplan die Schnittstelle zu entwickeln und zu testen.
- 3.5. Der Kunde verpflichtet sich sämtliche geltenden gesetzlichen Bestimmungen einzuhalten, wie insbesondere auch die DSGVO, das DSG, das eCommerce-Gesetz und das TKG und hält eMarketing im Falle einer Inanspruchnahme aufgrund eines vom Kunden zu vertretenden Verstoßes schad- und klaglos. Eine rechtliche Überprüfung des von eMarketing ausgearbeiteten Online-Projektes/der Leistungen obliegt ausschließlich dem Kunden und es wird jegliche Haftung von eMarketing diesbezüglich ausgeschlossen.

4. Preise und Zahlungsbedingungen

- 4.1. Sämtliche in den Angeboten oder im gesamten Schriftverkehr enthaltenen Preise verstehen sich in Euro ohne Umsatzsteuer.
- 4.2. Sofern kein Pauschalpreis für Leistungen vereinbart wurde, wird der Arbeitsaufwand zu den zu Projektbeginn vereinbarten Stundensätzen verrechnet. Abweichungen von einem dem Vertragspreis zugrundeliegenden Zeitaufwand, der nicht von eMarketing zu vertreten ist, wird nach tatsächlichem Anfall berechnet.
- 4.3. Sofern schriftlich nicht anders vereinbart, werden die Kosten für Fahrt-, Tag- und Nächtigungsgelder gesondert in Rechnung gestellt. Wegzeiten gelten als Arbeitszeit.
- 4.4. Die Abrechnung der erbrachten Leistungen erfolgt grundsätzlich zum Monatsende. Abweichend davon ist eMarketing berechtigt, Anzahlungen und Teilzahlungen zu verlangen sowie bei Dauerschuldverhältnissen (wie z. B. Support- und Betriebsvereinbarung) je Quartal im Voraus abzurechnen.
- 4.5. Die Rechnungsbeträge sind binnen 10 Tagen ohne Abzug und spesenfrei zur Zahlung fällig.
- 4.6. Die Einhaltung der vereinbarten Zahlungstermine bildet eine wesentliche Bedingung für die Durchführung der Lieferung bzw. Vertragserfüllung durch eMarketing. Nach der zweiten erfolglosen Mahnung ist eMarketing berechtigt, die laufenden Arbeiten bis zur vollständigen Bezahlung auszusetzen und/oder das Online-Projekt/die Leistungen offline zu setzen und/oder das Vertragsverhältnis unbeschadet der Verrechnung erbrachter Leistungen mit sofortiger Wirkung aufzulösen. Alle damit verbundenen Kosten sowie der eMarketing entstandene Gewinnentgang sind vom Kunden zu tragen.
- 4.7. Bei Zahlungsverzug werden Verzugszinsen gemäß § 456 UGB, unternehmerische Zinsen, verrechnet. Weiters ist eMarketing berechtigt, sämtliche daraus entstehende Spesen und Kosten, auch Kosten des notwendigen Einschreitens von Inkassounternehmen oder Anwälten, zusätzlich zu verrechnen.
- 4.8. Der Kunde ist nicht berechtigt, Zahlungen wegen nicht vollständiger Gesamtlieferung, Garantie- oder Gewährleistungsansprüchen oder Bemängelungen zurück zu halten.

- 4.9. Der Kunde darf gegen Forderungen der eMarketing nicht aufrechnen. Ein Zurückbehaltungsrecht aus früheren oder anderen Geschäften der laufenden Geschäftsverbindung wird ausdrücklich ausgeschlossen.
- 4.10. Die Leistung steht bis zur vollständigen Bezahlung im Eigentum von eMarketing. Bei nicht fristgerechter Zahlung ist eMarketing insbesondere auch berechtigt, ihre Leistungen einzustellen und Online-Projekte offline zu stellen und übergebene Gegenstände zurückzuholen. Die Ausübung des Eigentumsvorbehaltsrechtes stellt keinen automatischen Vertragsrücktritt dar.

5. Termine, Fristen, Laufzeit und Leistungshindernisse

- 5.1. eMarketing ist bestrebt, die vereinbarten Termine der Erfüllung (Fertigstellung) einzuhalten.
- 5.2. Die vereinbarten Erfüllungstermine können nur dann eingehalten werden, wenn der Kunde zu den von eMarketing angegebenen Terminen alle seinerseits notwendigen Arbeiten und Unterlagen vollständig zur Verfügung stellt und seiner Mitwirkungsverpflichtung im erforderlichen Ausmaß nachkommt.
- 5.3. Lieferverzögerungen und Kostenerhöhungen, die durch unrichtige, unvollständige oder nachträglich geänderte Angaben und Informationen bzw. zur Verfügung gestellte Unterlagen entstehen, sind von eMarketing nicht zu vertreten und können nicht zum Verzug durch eMarketing führen. Daraus resultierende Mehrkosten trägt der Kunde.
- 5.4. Kann eMarketing den vereinbarten Liefertermin aus Hinderungsgründen, die eMarketing nicht zu vertreten hat (Betriebsstörungen, Streik, Aussperrung, Energieversorgungsschwierigkeiten, neue rechtliche Rahmenbedingungen, Probleme mit Produkten Dritter, z. B. Software anderer Hersteller etc.), nicht einhalten, so wird eMarketing den Kunden unverzüglich informieren. Der Kunde ist in diesen Fällen zum Rücktritt nicht berechtigt, sondern verpflichtet die Rahmenbedingungen für eMarketing herzustellen und beispielsweise störende oder fehlerhafte Programme/Software anderer Hersteller zu entfernen. Lässt sich in den genannten Fällen nicht absehen, dass eMarketing seine Leistungen innerhalb angemessener Frist, spätestens jedoch innerhalb von 4 Monaten erbringen wird können, sind beide Vertragsparteien zum Rücktritt berechtigt. Entsprechendes gilt, wenn die Hinderungsgründe nach Ablauf von 4 Monaten seit der Mitteilung von eMarketing noch bestehen. In diesem Fall ist eMarketing berechtigt, allfällige Teilfertigstellungen des Projekts an den Kunden zu verrechnen sowie im Falle des Verschuldens seitens des Kunden auch Schadenersatz geltend zu machen.
- 5.5. Für Dauerschuldverhältnisse (z. B. Support- und Betriebsvereinbarung) gilt: Soweit nichts Abweichendes vereinbart ist, ist der Vertrag auf unbestimmte Zeit geschlossen. Er kann von beiden Parteien unter Einhaltung einer Kündigungsfrist von einem Monat zum Quartalsende schriftlich per Brief gekündigt werden. Ein E-Mail gilt nicht als „schriftlich“ in diesem Sinn. Für die Rechtzeitigkeit der Kündigung gilt das Datum des Poststempels. Darüber hinaus kann jede Partei den Vertrag jederzeit aus wichtigem Grund lösen. Auch in diesem Fall ist eMarketing berechtigt allfällige Teilfertigstellungen des Projektes an den Kunden zu verrechnen.
- 5.5.1. Ein wichtiger Grund liegt insbesondere dann vor, wenn eine der Vertragsparteien trotz Mahnung und nach fruchtlosem Ablauf einer angemessenen, mindestens zweiwöchigen

schriftlich gesetzten Nachfrist gegen eine wesentliche Bestimmung des Vertrags verstößt, wenn über das Vermögen einer Vertragspartei ein Insolvenzverfahren eröffnet wird bzw. die Eröffnung eines solchen Verfahrens mangels Vermögens unterbleibt. Im Übrigen gilt Punkt 5.4.

- 5.5.2. Ein weiterer wichtiger Grund liegt insbesondere dann vor, wenn eMarketing aus technischen Gründen das Online-Projekt/die Leistungen nicht mehr sicher und wirtschaftlich betreiben kann (z. B. wenn die dem Projekt zugrundeliegende Software oder die benutzte Hardware oder das benutzte Betriebssystem technisch veraltet ist) und der Kunde das Angebot von eMarketing zum technischen Upgrade oder Relaunch abgelehnt hat.
- 5.6. Im Falle des Hostings durch eMarketing bemüht sich eMarketing sicherzustellen, dass der Zugriff auf die Programme und Inhalte ohne Unterbrechung möglich ist, dies kann aber aus technischer Sicht nicht garantiert werden. Ein Ausfall von Servern, Seiten oder Webservices kann nicht zur Gänze ausgeschlossen werden. eMarketing wird in diesem Fall ehestmögliche Abhilfe gegen die technischen Probleme schaffen. Sollten dem Kunden durch die Unterbrechung Schäden entstehen, haftet eMarketing aber auch in diesem Fall nur für eine vorsätzliche oder grob fahrlässige Pflichtenverletzung.

6. Abnahme

- 6.1. Individuell erstellte Online-Projekte/Leistungen bedürfen für das jeweils betroffene Arbeitspaket einer Abnahme spätestens binnen der in der Leistungsbeschreibung dafür festgesetzten Frist durch den Kunden. Diese wird in einem Protokoll vom Kunden bestätigt (Prüfung auf Richtigkeit und Vollständigkeit anhand der Leistungsbeschreibung gegebenenfalls mittels vom Kunden zur Verfügung gestellten Testdaten). Lässt der Kunde den vereinbarten Zeitraum ohne Abnahme verstreichen, so gilt das gelieferte Arbeitspaket mit dem Enddatum des genannten Zeitraumes als abgenommen.
- 6.2. Bei Einsatz des Online-Projektes/der Leistungen im Echtbetrieb durch den Kunden gilt dieses jedenfalls als abgenommen.
- 6.3. Weiters gilt das Online-Projekt/die Leistungen als abgenommen, wenn eMarketing dem Kunden schriftlich eine Frist zur Abnahme setzt und der Kunde diese ungenützt verstreichen lässt.
- 6.4. Etwa auftretende Mängel, das sind Abweichungen von der schriftlich vereinbarten Leistungsbeschreibung, sind vom Kunden schriftlich ausreichend dokumentiert ehestmöglich an eMarketing schriftlich (via E-Mail oder Brief) zu melden, die um eine raschest mögliche Mängelbehebung bemüht ist. Liegen schriftlich gemeldete, wesentliche Mängel vor, das heißt, dass der Echtbetrieb nicht begonnen oder fortgesetzt werden kann, so ist nach Mängelbehebung eine neuerliche Abnahme erforderlich.
- 6.5. Der Kunde ist nicht berechtigt, die Abnahme der Leistungen wegen unwesentlicher Mängel abzulehnen.

7. Mängel und Gewährleistung

- 7.1. eMarketing gewährleistet, dass ihre Leistungen die in der Leistungsbeschreibung beschriebenen Funktionen erfüllt, sofern dieses auf dem in der Leistungsbeschreibung

beschriebenen Betriebssystem auf einem Server mit der in der Leistungsbeschreibung definierten technischen Mindestausstattung genutzt wird.

- 7.2. Voraussetzung für eine allfällige Fehlerbeseitigung ist, dass
 - der Kunde den Fehler ausreichend in einer Fehlermeldung schriftlich beschreibt und dieser für eMarketing bestimmbar ist;
 - der Kunde eMarketing alle für die Fehlerbeseitigung erforderlichen Unterlagen zur Verfügung stellt;
 - der Kunde oder ein ihm zurechenbarer Dritter keine Eingriffe in die Software vorgenommen hat;
 - das Online-Projekt unter den bestimmungsmäßigen Betriebsbedingungen entsprechend der Leistungsbeschreibung betrieben wird.
- 7.3. Im Falle der Gewährleistung hat Verbesserung jedenfalls Vorrang vor Preisminderung oder Wandlung. Bei gerechtfertigter Mängelrüge werden die Mängel in angemessener Frist behoben, wobei der Kunde eMarketing alle zur Untersuchung und Mängelbehebung erforderlichen Maßnahmen ermöglicht.
- 7.4. Die Beweislastumkehr gemäß § 924 ABGB zu Lasten von eMarketing ist ausgeschlossen. Das Vorliegen des Mangels im Übergabezeitpunkt, der Zeitpunkt der Feststellung des Mangels und die Rechtzeitigkeit der Mängelrüge sind vom Kunden zu beweisen.
- 7.5. Korrekturen und Ergänzungen, die sich bis zur Übergabe der vereinbarten Leistung aufgrund organisatorischer und programmtechnischer Mängel, welche von eMarketing zu vertreten sind, als notwendig erweisen, werden kostenlos von eMarketing durchgeführt.
- 7.6. Kosten für Hilfestellung, Fehldiagnose sowie Fehler- und Störungsbeseitigung, die vom Kunden zu vertreten sind sowie sonstige Korrekturen, Änderungen und Ergänzungen werden von eMarketing gegen Berechnung des konkreten Aufwandes durchgeführt. Dies gilt auch für die Behebung von Mängeln, wenn Programmänderungen, Ergänzungen oder sonstige Eingriffe vom Kunden selbst oder von dritter Seite vorgenommen worden sind.
- 7.7. Ferner übernimmt eMarketing keine Gewähr für Fehler, Störungen oder Schäden, die auf unsachgemäße Bedienung, geänderte Betriebssystemkomponenten, Schnittstellen und Parameter, oder anormale Betriebsbedingungen zurückzuführen sind.
- 7.8. Für Programmteile, die durch eigene Programmierer des Kunden bzw. Dritte nachträglich verändert werden, entfällt jegliche Gewährleistung durch eMarketing.
- 7.9. Soweit Gegenstand des Auftrages die Änderung oder Ergänzung bereits bestehender Programme ist, bezieht sich die Gewährleistung auf die Änderung oder Ergänzung. Die Gewährleistung für das ursprüngliche Programm lebt dadurch nicht wieder auf.
- 7.10. Die Ansprüche des Kunden gegen eMarketing aufgrund der Geltendmachung von Gewährleistungsansprüchen ist der Höhe nach mit dem Auftragswert beschränkt.
- 7.11. Sofern in einer zusätzlichen abgeschlossenen Support- und Betriebsvereinbarung nicht anders vereinbart, verjähren alle Gewährleistungsansprüche in sechs (6) Monaten ab Abnahme gemäß Punkt 6.

8. Rücktrittsrecht und Storno

- 8.1. Für den Fall der Überschreitung des vereinbarten Fertigstellungstermins aus alleinigem Verschulden oder rechtswidrigem Handeln von eMarketing ist der Kunde berechtigt, mittels eingeschriebenen Briefes vom betreffenden Auftrag zurückzutreten, wenn auch innerhalb einer der Komplexität des Projektes angemessenen schriftlich gesetzten Nachfrist die vereinbarte Leistung in wesentlichen Teilen nicht erbracht wird und den Kunden daran kein Verschulden trifft.
- 8.2. Höhere Gewalt, Arbeitskonflikte, Naturkatastrophen und Störungen in IT Infrastrukturen sowie sonstige Umstände, die außerhalb der Einflussmöglichkeit von eMarketing liegen, entbinden eMarketing von der Lieferverpflichtung bzw. gestatten ihr eine Neufestsetzung der vereinbarten Lieferzeit.
- 8.3. Stornierungen durch den Kunden sind nur mit schriftlicher Zustimmung von eMarketing möglich. Ist eMarketing mit einem Storno einverstanden, so hat sie das Recht, neben den erbrachten Leistungen und aufgelaufenen Kosten eine Stornogebühr in der Höhe von 30 % des noch nicht abgerechneten Auftragswertes des Gesamtprojektes zu verrechnen. Diese Stornogebühr unterliegt nicht dem richterlichen Mäßigungsrecht und lässt allfällige Schadenersatzansprüche unberührt.
- 8.4. Sowohl im Falle des Rücktrittes als auch bei Stornierung ist eMarketing berechtigt, allfällige Teilfertigstellungen des Projektes an den Kunden zu verrechnen.

9. Haftung und Schadenersatz

- 9.1. Der Kunde haftet eMarketing insbesondere für die Richtigkeit sämtlicher von ihm getätigten Angaben.
- 9.2. eMarketing haftet dem Kunden für von ihm nachweislich verschuldete Schäden nur im Falle von Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit. Dies gilt sinngemäß auch für Schäden, die auf von eMarketing beigezogene Dritte zurückzuführen sind.
- 9.3. eMarketing haftet nicht für einen bestimmten Erfolg des Online-Projektes/der Leistungen oder einen bestimmten wirtschaftlichen Nutzen seitens des Kunden. Allfällige Prognosen oder Präsentationen oder Referenzdarstellungen seitens eMarketing sind unverbindlich.
- 9.4. Die Haftung für mittelbare Schäden – wie beispielsweise entgangenen Gewinn, Kosten, die mit einer Betriebsunterbrechung verbunden sind, Datenverluste oder Ansprüche Dritter – wird ausdrücklich ausgeschlossen.
- 9.5. Ist eMarketing mit der Erstellung von Software für die Nutzung in einer bestimmten technischen Infrastruktur (z. B. auf einer bestimmten Onlineplattform) oder mit einem bestimmten Content Management System (z. B. Wordpress) oder unter der Nutzung bestimmter Extensions oder Plugins dieses Content Management Systems beauftragt, entwickelt sie die Software auf Basis der zum Zeitpunkt des Vertragsschlusses vorhandenen technischen Gegebenheiten. Sie haftet nicht dafür, dass die Software aus Gründen, die in der Sphäre des Betreibers dieser Infrastruktur oder Herstellers dieser Software liegen, zeitweise oder permanent nicht (mehr) funktioniert.
- 9.6. Ist die Datensicherung ausdrücklich als Leistung vereinbart, so ist die Haftung für den Verlust von Daten abweichend von Punkt 8.2 nicht ausgeschlossen, jedoch für

die Wiederherstellung der Daten begrenzt bis maximal 10 % der Auftragssumme je Schadensfall, in Summe jedoch maximal EUR 10.000,-.

- 9.7. Dem Kunden ist bewusst, dass für alle Teilnehmer im Übertragungsweg des Internets die Möglichkeit bestehen kann, von in Übermittlung befindlichen Daten ohne Berechtigung Kenntnis zu erlangen. Dieses Risiko fällt nicht in den Verantwortungsbereich von eMarketing.
- 9.8. eMarketing haftet nicht für Schädigungen und Missbrauch durch Dritte (z. B. Hacker-Angriffe oder eingeschleuste Schad-Software).
- 9.9. eMarketing haftet nicht für die vom Kunden zur Verfügung gestellten Unterlagen und Inhalte, weder für deren Vollständigkeit noch Richtigkeit. Sollte eMarketing aufgrund der vom Kunden zur Verfügung gestellten Unterlagen von Dritten in Anspruch genommen werden, hält der Kunde eMarketing dafür schad- und klaglos.
- 9.10. Die Haftung von eMarketing ist der Höhe nach mit dem Auftragswert beschränkt.
- 9.11. Schadensersatzansprüche verjähren nach den gesetzlichen Vorschriften, jedoch spätestens mit Ablauf eines Jahres ab Kenntnis des Schadens und des Schädigers.
- 9.12. Weitergehende als die in diesen AGB genannten Gewährleistungs- und Schadenersatzansprüche des Kunden – gleich aus welchem Rechtsgrund – sind ausgeschlossen.

10. Rechte Dritter

- 10.1. Wird die vertragsgemäße Nutzung durch Schutz- oder Urheberrechte Dritter beeinträchtigt und haftet eMarketing dafür nach Vertrag oder Gesetz, so hat eMarketing in einem für den Kunden zumutbaren Umfang das Recht, nach Wahl von eMarketing entweder die vertraglichen Leistungen so abzuändern, dass sie aus dem Schutzbereich herausfallen, gleichwohl aber den vertraglichen Bestimmungen entsprechen, oder die Befugnis zu erwirken, dass sie uneingeschränkt und ohne zusätzliche Kosten für den Kunden vertragsgemäß genutzt werden können.
- 10.2. Ist dies zu wirtschaftlich angemessenen Bedingungen oder in angemessener Frist nicht möglich, ist eMarketing zum Rücktritt vom Vertrag berechtigt. Unter den genannten Voraussetzungen steht auch dem Kunden ein Recht zum Rücktritt vom Vertrag oder zur Preisminderung zu.
- 10.3. Die in diesem Punkt 10 genannten Verpflichtungen von eMarketing sind vorbehaltlich von Punkt 9 für den Fall der Schutz- oder Urheberrechtsverletzung abschließend. Sie bestehen nur, wenn
 - der Kunde eMarketing unverzüglich und schriftlich von geltend gemachten Schutz- oder Urheberrechtsverletzungen unterrichtet sowie alle Abwehrmaßnahmen und Vereinbarungen mit dem Dritten mit eMarketing abstimmt und
 - die Rechtsverletzung nicht auf kundenseitig bereitgestellten Programmen oder Daten oder darauf beruht, dass die vertragsgegenständlichen Leistungen und darin enthaltene Datenbestände unter anderen als in der Leistungsbeschreibung angegebenen Einsatzbedingungen oder nicht in einer von eMarketing gelieferten gültigen, unveränderten Originalfassung benutzt wurden.

10.4. Sofern der Kunde eMarketing Materialien für die Durchführung des Vertrages zur Verfügung stellt, steht dieser dafür ein, dass die Materialien frei von Schutzrechten Dritter sind und auch keine sonstigen Rechte bestehen, die die vertragsgemäße Nutzung einschränken oder ausschließen. Der Kunde stellt eMarketing hiermit von sämtlichen Ansprüchen Dritter frei, die auf einer vom Kunden zu vertretenden Verletzung solcher Rechte beruhen.

11. Laufender Betrieb

11.1. Wenn eine zusätzliche Support- und Betriebsvereinbarung für das gegenständliche Online-Projekt/die Leistungen zwischen dem Kunden und eMarketing abgeschlossen wurde, gelten die Bestimmungen dieser Support und Betriebsvereinbarung hinsichtlich:

- Hosting
- Datensicherung
- Projektwartung
- Support
- Gewährleistung

11.2. Sollte bei einem Online-Projekt keine gesonderte Support- und Betriebsvereinbarung abgeschlossen worden sein und das Projekt auf einem vom Kunden bereitgestellten oder angemieteten Server oder Webspaces gehostet werden, ist der Kunde dafür verantwortlich, auf seine Kosten regelmäßig Datensicherungen seines Projektes zu erstellen und sowohl das Server-Betriebssystem als auch das dem Online-Projekt zugrunde liegende Content Management System und alle darin verwendeten Extensions und Plugins aktuell zu halten, um einen sicheren Betrieb zu gewährleisten. Allfällige daraus resultierende Schäden sind alleine vom Kunden zu tragen.

11.3. Mit der Migration eines Online-Projektes/der Leistungen auf einen vom Kunden bereitgestellten oder angemieteten Server oder Webspaces gilt das Projekt als abgenommen. Sollte es im Laufe der Gewährleistungsfrist zu Fehlern kommen, die auf Versäumnisse des Kunden unter Punkt 11.2. zurückzuführen sind, so ist eMarketing von der Gewährleistung entbunden.

11.4. Im Falle der Kündigung einer für das Projekt abgeschlossenen Support- und Betriebsvereinbarung durch einen Vertragspartner wird eMarketing dem Kunden die technischen Voraussetzungen für den oder die Server bekanntgeben, auf dem der Kunde das Projekt selbst weiter betreiben kann. Weiters wird eMarketing dem Kunden ein Angebot für die Migration des Projektes auf die neue vom Kunden bereitzustellende Infrastruktur legen. Je nach den Spezifika dieses Projektes kann dieses Angebot nach Wahl von eMarketing entweder die Bereitstellung des erforderlichen Programmcodes und der Datenbank oder auch die aktive Migration samt Test auf der neuen Infrastruktur umfassen. Sollte das gegenständliche Online-Projekt mit einem Content Management System entwickelt worden sein, für das es keine aktuellen Versionen mehr gibt, kann eMarketing nach gesonderter Vereinbarung ein statisches Abbild der Website erstellen und dieses dem Kunden bereitstellen.

12. Urheberrecht, Nutzungsrecht und Referenznennung

12.1. eMarketing erteilt dem Kunden nach Bezahlung des vereinbarten Entgelts ein nicht ausschließliches, nicht übertragbares, nicht unter lizenzierbares und zeitlich unbegrenztes Recht, die Software und das Design zu verwenden und sämtliche auf der Grundlage des

Vertrages von eMarketing erstellten Arbeitsergebnisse zum eigenen Gebrauch zu nutzen. Sämtliche sonstige Rechte verbleiben bei eMarketing.

- 12.2. Durch die Mitwirkung des Kunden bei der Erstellung des Projektes werden keine Rechte über die im gegenständlichen Vertrag festgelegte Nutzung erworben. Jede Verletzung der Urheberrechte von eMarketing zieht Schadenersatzansprüche von eMarketing gegen den Kunden nach sich, wobei in einem solchen Fall volle Genugtuung zu leisten ist.
- 12.3. Die Anfertigung von Kopien für Archiv- und Datensicherungszwecke ist dem Kunden unter der Bedingung gestattet, dass in der Software kein ausdrückliches Verbot des Lizenzgebers oder Dritter enthalten ist, und dass sämtliche Copyright- und Eigentumsvermerke in diese Kopien unverändert mit übertragen werden.
- 12.4. Sollte für die Herstellung von Schnittstellen zum gegenständlichen Online-Projekt/den Leistungen die Offenlegung des Datenmodells oder anderer technischer Details erforderlich sein, ist dies vom Kunden bei eMarketing kostenpflichtig zu beauftragen.
- 12.5. Wird dem Kunden im Rahmen eines Online-Projektes/von Leistungen eine Software zur Verfügung gestellt, deren Lizenzinhaber ein Dritter ist (z. B. Standardsoftware eines CMS Herstellers), so richtet sich die Einräumung des Nutzungsrechts nach den Lizenzbestimmungen des Lizenzinhabers (Hersteller) und verpflichtet sich der Kunde die Lizenzbestimmungen des Herstellers einzuhalten und eMarketing im Falle der Inanspruchnahme schad- und klaglos zu halten.
- 12.6. Der Kunde wird alle Schutzvermerke sowie Copyright-Vermerke und andere Rechtsvorbehalte unverändert übernehmen. Dies gilt insbesondere auch für die im Programmcode angebrachten Hinweise auf die Urheber.
- 12.7. eMarketing kann die Zusammenarbeit sowie die Ergebnisse der Zusammenarbeit mit dem Kunden aktiv als Referenz und insbesondere auf der eigenen und/oder der Website der Unternehmensgruppe als Hyperlink anbieten und in der eigenen Kommunikation erwähnen.

13. Loyalität

- 13.1. Die Vertragspartner verpflichten sich zur gegenseitigen Loyalität. Sie werden jede Abwerbung und Beschäftigung, auch über Dritte, von Mitarbeitern, die an der Realisierung der Aufträge gearbeitet haben, des anderen Vertragspartners während der Dauer des Vertrages und 12 Monate nach Beendigung des Vertrages unterlassen. Der dagegen verstoßende Vertragspartner ist verpflichtet, pauschalierten Schadenersatz in der Höhe eines Jahresgehaltes des Mitarbeiters zu zahlen.

14. Datenschutz und Geheimhaltung

- 14.1. Die Vertragspartner verpflichten sich, sämtliche zugänglich werdenden Informationen, die als vertraulich bezeichnet werden oder nach den sonstigen Umständen als Geschäfts- oder Betriebsgeheimnisse erkennbar sind, geheim zu halten und sie – soweit nicht zur Erreichung des Vertragszwecks geboten – weder aufzuzeichnen, weiterzugeben noch zu verwerten.
- 14.2. eMarketing speichert die im Rahmen der Vertragsanbahnung und -abwicklung benötigten Daten des Kunden (z. B. Adresse und Bankverbindung) unter Beachtung der gesetzlichen Vorschriften.

14.3. eMarketing verpflichtet seine Mitarbeiter, die Bestimmungen des Datenschutzgesetzes einzuhalten.

15. Allgemeine Bestimmungen

- 15.1. Soweit nicht anders vereinbart, gelten die zwischen Unternehmern zur Anwendung kommenden gesetzlichen Bestimmungen ausschließlich nach österreichischem Recht, auch dann, wenn der Auftrag im Ausland durchgeführt wird. Für eventuelle Streitigkeiten gilt das sachlich zuständige Gericht in Linz, Österreich als vereinbart.
- 15.2. Sämtliche Vereinbarungen zwischen eMarketing und dem Kunden bedürfen zu ihrer Wirksamkeit der Schriftform. Erklärungen via E-Mail genügen der Schriftform, wenn nichts Abweichendes vereinbart ist wie beispielsweise in Punkt 5.5.
- 15.3. Werden eMarketing bei Auftragserteilung konkrete Ansprechpartner des Kunden für das Projekt genannt oder deren Auftritt nicht widersprochen, bestätigt der Kunde dadurch, dass diese rechtsverbindliche Erklärungen abgeben können.
- 15.4. Sollten einzelne Bestimmungen dieses Vertrages unwirksam sein oder unwirksam werden, so wird hierdurch der übrige Inhalt dieses Vertrages nicht berührt. Die Vertragspartner werden partnerschaftlich zusammenwirken, um eine Regelung zu finden, die den unwirksamen Bestimmungen möglichst nahe kommt.

Version 1.0, gültig ab 01. 01. 2018