

Allgemeine Geschäftsbedingungen

1. GELTUNG

Diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) gelten für alle Beratungs- und Gestaltungs-Aufträge zwischen der Agentur Hofegger Branding (AN) und deren Auftraggeber (AG). Sie sind nicht auf den Verkauf von Originalen oder auf gewerbliche Leistungen anzuwenden.

2. GRUNDLAGEN DER ZUSAMMENARBEIT

- 2.1. Grundlage jedes Auftrags ist ein vom AG vorgegebener Rahmen (Briefing), dessen Anforderungen vom AN zu erfüllen sind. Innerhalb des Briefings besteht bei der Erfüllung des Auftrags Gestaltungsfreiheit.
- 2.2. Der AN schafft das Werk eigenverantwortlich in eigener Person; er ist jedoch berechtigt, zur Durchführung sachverständige Mitarbeiter oder Kooperationspartner heranzuziehen.
- 2.3. Allfällige Beratung des AN bezieht sich ausschließlich auf das Fachgebiet Design, die Haftung für den »Rat des Fachmanns« nach ABGB (§ 1299) ist auf dieses Gebiet beschränkt.
- 2.4. Der AG sorgt dafür, dass dem AN alle Unterlagen und Umstände sowie Anweisungen, die zur optimalen Auftragserfüllung notwendig sind, zeitgerecht und vollständig zugänglich gemacht werden.

3. URHEBERRECHT UND NUTZUNGSRECHT

- 3.1. Soweit zwischen AG und AN nichts Abweichendes vereinbart wurde, räumt der AN dem AG ein Werknutzungsrecht (ausschließliches Nutzungsrecht) ein. Hiervon ausgenommen sind allfällige Programmierleistungen.
- 3.2. Der AG erwirbt mit vollständiger Bezahlung des Gesamthonorars und der Nebenkosten das vereinbarte Nutzungsrecht an den in Erfüllung des Auftrags geschaffenen Werken in der gelieferten Fassung, für den vereinbarten Zweck und Nutzungsumfang. Wurden über Nutzungszweck und -umfang keine Vereinbarungen getroffen, gilt der für die Auftragserfüllung erforderliche Mindestumfang. Jede anderweitige oder weitergehende zukünftige Nutzung erfordert die honorarwirksame Zustimmung des AN.
- 3.3. Jede Änderung, Bearbeitung oder Nachahmung der zur Nutzung überlassenen Werke ist unzulässig, solange nicht das Recht auf Bearbeitung schriftlich und gegen Honorar eingeräumt wurde.
- 3.4. Die dem AG (bzw. bei Agenturen deren Kunden), dem Nutzungswerber, eingeräumten

Rechte dürfen nur mit ausdrücklicher Zustimmung des AN an Dritte entgeltlich oder unentgeltlich weitergegeben werden.

3.5. An den Entwürfen, Ausarbeitungen und Computerdaten erwirbt der AG kein Eigentum. Im Fall der Einzelrechtsnachfolge gehen alle Rechte und Pflichten an den Rechtsnachfolger über, jedoch nur in dem zwischen dem AN und seinem Kunden vereinbarten Umfang. Eine allfällige Ausweitung der Nutzung durch den Rechtsnachfolger bedarf in jedem Fall der Zustimmung des AN.

3.6. Will der AG nach Auftragserfüllung, Rücktritt oder nach Kündigung eines Rahmen- oder Betreuungsvertrages die erarbeiteten oder gestalteten Konzepte, Ideen oder Werke unverändert weiter nutzen, erfordert dies die Einräumung des unbeschränkten Nutzungsrechts; wenn diese von Dritten oder dem AG verändert, aktualisiert oder als Grundlage für Weiterentwicklungen verwendet werden sollen, zusätzlich die Einräumung des Rechts auf Bearbeitung durch Dritte. Wünscht der AG die Übergabe der Computerdaten, erfordert dies eine zusätzliche Vereinbarung.

4. ENTGELTLICHKEIT VON PRÄSENTATIONEN

4.1. Alle Leistungen des AN erfolgen gegen Entgelt, lediglich die zur Offertlegung nötige Erstellung von Leistungs-, Zeit- und Kostenplänen erfolgt kostenlos.

4.2. Die Einladung des AG, eine Präsentation mit Vorentwürfen zu erstellen, gilt als Auftrag, einen definierten Leistungsinhalt zu erbringen. Die Höhe des Präsentationsentgelts ist frei vereinbar und umfasst, sofern nichts Anderes vereinbart wurde, die Hälfte eines üblichen Gestaltungshonorars als angemessene Entlohnung gemäß §§ 1004, 1152 ABGB. Mit Durchführung der Präsentation gilt ein Präsentationsauftrag als erteilt, angenommen und erfüllt.

4.3. Vergibt ein AG oder Auslober eines Präsentationswettbewerbs nach erfolgter Präsentation überhaupt keinen oder nur einen erheblich reduzierten Auftrag an den AN oder einen Präsentationsmitbewerber, stehen dem AN das volle Gestaltungshonorar anstelle des reduzierten Präsentationshonorars zu.

4.4. Das Präsentationsentgelt beinhaltet keine Einräumung von Nutzungsrechten.

5. LEISTUNG, FREMDLEISTUNGEN UND PRODUKTIONSÜBERWACHUNG

5.1. Zur Erbringung der gewünschten Leistung samt Übergabe der Produktionsdaten gilt eine angemessene Entlohnung nach §§ 1004, 1152 ABGB als vereinbart. Die Übergabe von Entwicklungsdaten ist nur dann ein Teil der Leistung, wenn sie schriftlich und gegen entsprechendes zusätzliches Honorar vereinbart wurde.

5.2. Der AN ist ermächtigt, mit dem Auftrag in Zusammenhangstehende, notwendige oder vereinbarte Nebenleistungen entweder gegen ortsübliches Entgelt selbst zu erbringen oder im Namen und für Rechnung seines AG an Dritte in Auftrag zu geben.

5.3. Die Koordination sowie die Überwachung der Vervielfältigung/Produktion (wie auch Farbabstimmung oder Drucküberwachung) können vom AG an externe Producer-Fachleute oder den AN vergeben werden. Sie erfordern einen getrennten Auftrag und erfolgen gegen Entgelt.

6. RÜCKGABE UND AUFBEWAHRUNG

6.1. Der AG erhält alle Unterlagen, Zwischenergebnisse, Entwürfe, Konzeptionsbeschreibungen und Ausarbeitungen zu treuen Händen. Bis zum Erwerb der Nutzungsrechte sowie im Ablehnungsfall (Nutzungsverzicht) ist es dem AG nicht gestattet, davon Ablichtungen herzustellen, sie in Computersystemen abzuspeichern oder Dritten zur Ansicht oder Weiterbearbeitung zugänglich zu machen, ausgenommen zum Zweck der Entscheidungs-

findung durch Meinungsforschungsinstitute.

6.2. Entwurfsoriginale und Computerdaten sind dem AN, sobald sie für die vereinbarte Nutzung nicht mehr erforderlich sind, auf Gefahr und Rechnung des AG unbeschädigt zurückzusenden bzw. zu übergeben.

7. HAFTUNG

7.1. Der AN haftet nicht für leichte Fahrlässigkeit. Bei grober Fahrlässigkeit hat er bis zur Höhe seines Honorars (ohne Nebenkosten und Umsatzsteuer) einzustehen.

7.2. Mängel sind dem AN unter Aufforderung zu deren Behebung innerhalb angemessener Frist unverzüglich nach Empfang der Leistungen anzuzeigen. Kosten, die bei Inanspruchnahme Dritter trotz Bereitschaft des AN zur Mängelbehebung entstehen, trägt der AG. Ein Nachbesserungsanspruch erlischt nach sechs Monaten.

7.3. Für die rechtliche, insbesondere wettbewerbs-, marken und verwaltungsrechtliche Zulässigkeit der Entwürfe und Ausarbeitungen übernimmt der AN keine Haftung. Ebenso haftet er nicht für die Richtigkeit von Text und Bild, wenn Arbeiten vom AG genehmigt wurden oder eine Vorlage zur Kontrolle dem AG zumindest angeboten wurde.

7.4. Soweit der AN notwendige oder vereinbarte Fremdleistungen im Namen und auf Rechnung des AG an Dritte in Auftrag gibt, sind die jeweiligen Auftragnehmer keine Erfüllungsgehilfen des AN.

7.5. Die vom AG überlassenen Unterlagen (Fotos, Texte, Modelle, Muster etc.) werden vom AN unter der Annahme verwendet, dass der AG zu deren Verwendung berechtigt ist und bei Bearbeitung oder Nutzung keine Rechte Dritter verletzt werden. Der AG haftet dem AN gemäß § 86 UrhG für jede Art widerrechtlicher Nutzung in doppelter Höhe des für diese Nutzung angemessenen Honorars, soweit eine solche zumindest fahrlässig durch ihn ermöglicht oder geduldet wurde.

8. NAMENSNENNUNG UND BELEGMUSTER

8.1. Der AN ist gem. § 20 UrhG zur Anbringung seines Namens bzw. Pseudonyms, Firmenwortlauts oder Logos auf jedem von ihm entworfenen Werk/Produkt sowie Werbemittel dafür oder Veröffentlichungen darüber berechtigt. Form und Dauer der Kennzeichnung können mit dem AG abgesprochen werden.

8.2. Dem AN verbleibt in jedem Fall gem. § 26 UrhG das Recht, Abbildungen der von ihm entworfenen Werke/Produkte zum Zweck der Eigenwerbung (Promotion) in gedruckter Form zu verwenden oder zu diesem Zweck im weltweiten Internet bereit zu stellen.

8.3. Bei dreidimensionalen Gegenständen hat der AN Anspruch auf für ihn kostenlose Überlassung von Ablichtungen der Gegenstände, die mit Hilfe seiner Design-Findung hergestellt wurden, sowie auf Übergabe eines Belegexemplars, soweit letzteres nicht mit unverhältnismäßig hohen Kosten verbunden ist. Bei Druckwerken hat der AN Anspruch auf zumindest fünf Exemplare der von ihm gestalteten Werke.

9. RÜCKTRITT UND STORNO

9.1. Der AG ist berechtigt, nach Vorlage der Erstpräsentation ohne Angabe von Gründen vom Auftrag zurückzutreten, wobei vom AG die bis dahin geleisteten Stunden zu bezahlen sind.

9.2. Storniert der AG während der Gestaltungs- oder Ausführungsphase oder innerhalb einer aufrechten Rahmenvereinbarung durch Gründe, die nicht vom AN zu verantworten sind, den Auftrag, oder reduziert er den Auftragsumfang, verpflichtet er sich zur Vergütung des Gestaltungshonorars zuzüglich des bis dahin angefallenen Nebenleistungs- und Kostenaufwands.

9.3. Unabhängig davon ist der AN berechtigt, ein Entgelt für bereitgestellte und nicht genutzte Arbeitskapazität und allenfalls dadurch erlittenen Schaden dem AG in Rechnung zu stellen. Die Verrechnung eines Nutzungsentgelts entfällt, alle Rechte bleiben beim AN.

10. SCHLUSSBESTIMMUNGEN

10.1. Der Schriftform bedarf jede von den AAB abweichende oder diese ergänzende Vereinbarung sowie alle Rahmenvereinbarungen.

10.2. Es gilt ausschließlich österreichisches Recht. Erfüllungsort und Gerichtsstand ist der Geschäftssitz des AN.

Hofegger Branding
Kaiserstraße 90/25
1070 Wien
hallo@hofegger.com

ZEITPLAN

Der gesamte Prozessablauf wird in allen Schritten gemeinsam mit dem Auftragnehmer geplant.

Hier ein kurzer Überblick über die benötigte Zeit der einzelnen Schritte.

Gesamt gehen wir von einer Laufzeit von 12 Monaten aus vom Projektstart bis zum fertigen Brandbook.

- Projektstart 5 Wochen
- Analyse 14 Wochen
- Strategie 12 Wochen
- Gestaltung 12 Wochen
- Dokumentation 4 Wochen

Puffer: 5 Wochen

HOFEGGER **BRANDING**

Kostenvoranschlag

Seite 1/4

Re-Branding für einen Konzern

Die Marke soll geschärft und für alle Stakeholder rational und emotional erfahrbar werden. In einem Brandbook für die neue Marke werden die Ergebnisse des Markenprozesses zusammengefasst: Eine optimierte Markenidentität und Richtlinien zur Kommunikation nach aussen und innen.

ÜBERBLICK DER LEISTUNGEN

Projektstart	3.250,-
Analyse	21.440,-
Strategie	18.460,-
Gestaltung	20.400,-
Dokumentation	3.850,-
Projektmanagement	6.300,-
Externe Kosten	15.900,-
Nutzungsrechte	9.000,-

Geplante Projektdauer sind 12 Monate ab Auftragsvergabe	Gesamt Netto	98.600,-
--	---------------------	-----------------

HOFEGGER **BRANDING**

Kostenvoranschlag

Seite 2/4

Re-Branding für einen Konzern

PROJEKTSTART

• Rebriefing-Gespräch	5 STD	130,-	650,-
• Detailkonzeption des Markenprozesses	8 STD	130,-	1.040,-
• Teamzusammenstellung, Zeitplan und Roadmap	6 STD	130,-	780,-
• Kick-Off Vortrag für alle Prozess-Beteiligten	6 STD	130,-	780,-

GESAMT

3.250,-

ANALYSE

• Materialübernahme und Fragen vor Ort	6 STD	130,-	780,-
• Recherche	35 STD	130,-	4.550,-
• Analyse-Workshop 1 (5 Personen)	6 STD	130,-	780,-
• Analyse-Workshop 2 (5 Personen)	6 STD	130,-	780,-
• Analyse-Workshop 3 (5 Personen)	6 STD	130,-	780,-
• Analyse-Workshop mit Fokusgruppe (ca. 12 ausgewählte Personen aus verschiedenen Unternehmensbereichen)	6 STD	130,-	780,-
• Marktforschung Vorbereitung und Interpretation	8 STD	130,-	1.040,-
• 3 Fokusgruppen der wichtigsten Zielgruppen	12 STD	130,-	1.560,-
• Interne Online-Umfrage bei den Mitarbeitern	20 STD	110,-	2.200,-
• 12 einzelne Tiefeninterviews	24 STD	130,-	3.120,-
• 4 x Präsentation der Innen- und Aussensicht	24 STD	130,-	3.120,-
• Zusammenfassung der Ergebnisse der Analysephase in einem Report	15 STD	130,-	1.950,-

GESAMT

21.440,-

STRATEGIE

• Planung und Begleitung	15 STD	130,-	1.950,-
• Workshop 1 – Die Werte (ganztägig, inklusive Vorbereitung)	16 STD	130,-	2.080,-

HOFEGGER **BRANDING**

Kostenvoranschlag

Seite 3/4

• Workshop 2 – Die Positionierung (ganztägig, inklusive Vorbereitung)	16 STD	130,-	2.080,-
• Workshop 3 – Die Tonalität (ganztägig, inklusive Vorbereitung)	16 STD	130,-	2.080,-
• Workshop 4 – Die Optionen (ganztägig, inklusive Vorbereitung)	16 STD	130,-	2.080,-
• Feedbackrunde Strategie Fokusgruppe (ca. 12 ausgewählte Personen aus verschiedenen Unternehmensbereichen)	8 STD	130,-	1.040,-
• Feedbackrunde Strategieguppe 1	8 STD	130,-	1.040,-
• Feedbackrunde Strategieguppe 2	8 STD	130,-	1.040,-
• Feedbackrunde Strategieguppe 3	8 STD	130,-	1.040,-
• 25 Einzelgespräche zur Strategie	13 STD	130,-	1.690,-
• Dokumentation Strategiepapier	18 STD	130,-	2.340,-

GESAMT

18.460,-

GESTALTUNG

• Ausarbeitung der Leitidee	18 STD	110,-	1.980,-
• Präsentation der Leitidee inklusive Alternativen	15 STD	130,-	1.950,-
• Ausarbeitung von Designkonzept	65 STD	110,-	7.150,-
• 4 x Präsentation der neuen Marke	24 STD	130,-	3.120,-
• Feedback der Stakeholder einholen	16 STD	130,-	2.080,-
• Feedback einarbeiten	28 STD	110,-	3.080,-
• Finale Präsentation der neuen Marke für alle Beteiligten	8 STD	130,-	1.040,-

GESAMT

20.400,-

DOKUMENTATION ALS BRANDBOOK

35 STD 110,- 3.850,-

PROJEKTMANAGEMENT

70 STD 90,- 6.300,-

HOFEGGER **BRANDING**

Kostenvoranschlag

Seite 4/4

FREMD- UND NEBENKOSTEN

• Marktforschung	9.500,-
• Bildmaterial / Fotografie / Illustration	4.500,-
• Druckkosten / Materialien / Botendienst	1.900,-

GESAMT	15.900,-
---------------	-----------------

NUTZUNGSRECHTE	9.000,-
-----------------------	----------------

GESAMTINVESTITION	98.600,-
--------------------------	-----------------

Alle Angaben nach aktuellem Wissensstand
exklusive Umsatzsteuer in Euro.