

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Werbung an der Universität Graz

1 Geltungsbereich

- 1.1. Für die Geschäftsbeziehungen zwischen der Universität Graz, Fundraising & Alumni Abteilung, Geidorfgürtel 21/1. Stock, 8010 Graz (Universität) und Werbeinteressenten gelten die gegenständlichen Allgemeinen Geschäftsbedingungen für Werbung an der Universität Graz (AGB) in ihrer zum Zeitpunkt des Vertragsabschlusses gültigen Fassung.
- 1.2. Abweichende Vereinbarungen oder Bedingungen werden von der Universität nicht anerkannt, es sei denn, etwaigen Änderungen oder der Einbeziehung anderer Vertragsbedingungen wurde schriftlich zugestimmt.
- 1.3. Den AGB liegen die Richtlinie zur entgeltlichen und unentgeltlichen Werbung von Leistungen aller Art an der Universität Graz (Werberichtlinie) sowie die Haus- und Brandschutzordnung der Universität Graz zugrunde, welche integrale Bestandteile der AGB sind (<http://www.uni-graz.at/zvwww/gesetze.html>.)

2 Buchung und Vertragsabschluss

- 2.1. Die Buchung von Werbeflächen und/oder Werbemaßnahmen am Campus der Universität und in den darauf errichteten Bauwerken ist juristischen und unbeschränkt geschäftsfähigen natürlichen Personen möglich (die Kundin/der Kunde). Die Buchung einer juristischen Person darf nur von einer vertretungsberechtigten natürlichen Person vorgenommen werden, die namentlich genannt werden muss.
- 2.2. Eine Buchung hat ausschließlich schriftlich mittels der dafür vorgesehenen Formulare zu erfolgen. Die bei der Buchung abgefragten Daten sind vollständig und korrekt anzugeben.
- 2.3. Mit der Buchungsanfrage teilt die Kundin/der Kunde der Universität ihr/sein Werbeinteresse mit. Das hierauf von der Universität erstellte Angebot kann von der Kundin/vom Kunden bis zur angegebenen Annahmefrist, sofern eine solche nicht genannt wurde binnen 14 Tagen nach Erhalt des Angebots, angenommen werden und ist innerhalb dieser Frist bindend. Die Annahme des Angebotes ist nur hinsichtlich der angebotenen Leistungen möglich. Der Abschluss des Vertrages kommt durch die fristgerechte Angebotsannahme in Form der Übermittlung des von der Kundin/vom Kunden unterfertigten Angebots an die Universität zu Stande (Auftragserteilung).
- 2.4. Die Kundin/Der Kunde erhält nach Auftragserteilung eine Buchungsbestätigung, mit welcher der Leistungsumfang und die Leistungstermine bekannt gegeben werden. Sofern Abweichungen vom Angebot oder sonstige Ergänzungen vereinbart worden sind, werden diese in

der Buchungsbestätigung festgehalten. Erfolgt eine Auftragserteilung nicht innerhalb der Annahmefrist, so ist diese nur bei schriftlicher Annahmeerklärung der Universität verbindlich. Die Kundin/Der Kunde ist in einem solchen Fall 14 Tage ab Einlangen des Auftrages an diese gebunden.

- 2.5. Die Universität behält sich ausdrücklich das Recht vor, Buchungen ohne Angabe von Gründen abzulehnen.
- 2.6. Über Leistungen aus ein und derselben Buchung, die nicht in der Buchungsbestätigung angeführt sind, kommt kein Vertrag zustande.
- 2.7. Nach Erhalt der Buchungsbestätigung ist der Rücktritt von der Buchung oder eine Änderung derselben durch die Kundin/den Kunden nur mit schriftlicher Zustimmung der Universität und gegen Ersatz von 50 % des Entgelts möglich. Darüber hinausgehende Ansprüche bleiben unberührt.

3 Leistungen

- 3.1. Die Universität stellt der Kundin/dem Kunden vordefinierte Stellen und/oder Flächen für Werbemaßnahmen zur Verfügung. Sämtliche Werbematerialien und -maßnahmen können ausschließlich an den von der Universität zugewiesenen Stellen platziert oder vorgenommen werden. Das Anbringen und Abnehmen von Plakaten udgl. erfolgt durch die Universität. Das Aufstellen und Errichten sowie Entfernen von Werbeständen erfolgt durch die Kundin/den Kunden. Das Auflegen oder sonstiges Platzieren von Werbematerialien oder das Abhalten einer Werbemaßnahme an anderen als von der Universität zugewiesenen Stellen und/oder Flächen ist nicht gestattet und berechtigt die Universität zur vorzeitigen Vertragsauflösung.
- 3.2. Sofern die Verteilung von Flugblättern udgl. Vertragsgegenstand ist, hat diese Verteilung ausschließlich direkt an Personen (von Hand zu Hand) und an den zugewiesenen Stellen zu erfolgen. Das Anbringen oder Platzieren derartiger Werbematerialien an Flächen und/oder Stellen jeglicher Art ist nicht gestattet und berechtigt die Universität zur vorzeitigen Vertragsauflösung.
- 3.3. Eine Untervermietung oder Weitergabe von Werbeflächen oder Stellen an Dritte ist nicht gestattet und berechtigt die Universität zur vorzeitigen Vertragsauflösung.
- 3.4. Sofern kein bestimmter Leistungsort vereinbart ist, gilt als Erfüllungsort der Sitz der Universität.
- 3.5. Zu einer Leistung ist die Universität nur verpflichtet, wenn die Kundin/der Kunde allen ihren/seinen Verpflichtungen aus dem Vertragsverhältnis nachgekommen ist.

- 3.6. Sofern die Universität ohne eigenes Verschulden zur Leistung nicht in der Lage ist, beispielsweise durch Ereignisse höherer Gewalt, Verkehrsstörungen, Streiks oder Ähnliches, verlängert sich die Leistungszeit um die Zeit der Behinderung. Die gesetzlichen Ansprüche bleiben unberührt.
- 3.7. Die Universität behält sich das Recht vor, zum Zwecke der Optimierung der Werbeflächen bzw. Standortqualität, die Standorte zu verändern und Versetzungen vorzunehmen. Die Versetzung der Werbemaßnahme bzw. Werbematerialien erfolgt in der gleichen oder in einer höherwertigeren Qualität.
- 3.8. Sämtliche Angaben zur Verfügbarkeit von Werbeflächen oder Werbezeiträumen sind unverbindlich, soweit sie nicht schriftlich zugesagt wurden.
- 3.9. Sämtliche Pläne, Skizzen und sonstige technische Beschreibungen sowie Prospekte, Kataloge und Ähnliches im Zusammenhang mit Werbeflächen bleiben – sofern nicht anders vereinbart – im Besitz der Universität. Die darin enthaltenen Angaben sind – soweit nicht anders gekennzeichnet oder genannt – ungefähre Richtwerte und keinesfalls zugesicherte Eigenschaften.

4 Entgelt

- 4.1. Das für die gebuchte Werbemaßnahme zu entrichtende Entgelt ist in Euro angegeben und versteht sich als Endpreis einschließlich eventuell anfallender Mehrwertsteuer und weiterer Preisbestandteile.
- 4.2. Maßgeblich für die Höhe des Entgeltes sind die zur Zeit des Vertragsabschlusses gültigen Tarife der Universität.

5 Zahlung, Fälligkeit und Verzug

- 5.1. Die Kundin/Der Kunde hat das Entgelt per Rechnung oder mittels Vorkasse zu bezahlen. Sofern nicht anders vereinbart, hat die Zahlung des Entgelts binnen 14 Tagen nach Rechnungserhalt zu erfolgen.
- 5.2. Die Universität behält sich das Recht vor, im Einzelfall bestimmte Zahlungsweisen vorzuschreiben oder anzubieten.
- 5.3. Die Kundin/Der Kunde verpflichtet sich, für den Fall eines Zahlungsverzugs Verzugszinsen gemäß § 352 UGB zu leisten und für alle zur zweckentsprechenden Rechtsverfolgung entstehenden Kosten aufzukommen. Darüber hinausgehende Schadenersatzansprüche bleiben unberührt.
- 5.4. Die Universität ist für den Fall eines jeden Zahlungsverzugs der Kundin/des Kunden berechtigt, ihre Leistung zurückzuhalten und erst nach vollständiger Bezahlung zu weiteren Leistungen.

gen verpflichtet. Auch hat die Universität in diesem Fall das Recht, allfällige bereits vorhandene Werbemittel des Kunden auf dessen Kosten zu entfernen.

6 Aufrechnung

Ein Recht zur Aufrechnung steht der Kundin/dem Kunden nur zu, wenn ihre/seine Gegenforderung rechtskräftig durch ein Gericht oder eine Behörde festgestellt oder von der Universität schriftlich anerkannt wurde. Außerdem ist die Kundin/der Kunde zur Ausübung eines Zurückbehaltungsrechts nur insoweit befugt, als ihre/seine Gegenforderung auf dem gleichen Vertragsverhältnis beruht.

7 Gewährleistung, Haftung und Garantie

- 7.1. Die Universität gewährleistet die vertragsgemäße Durchführung der beabsichtigten Werbemaßnahme.
- 7.2. Feststellbare oder festgestellte Mängel sind unverzüglich nach Kenntnis schriftlich der Universität anzuzeigen, andernfalls Gewährleistungs-, Schadenersatz- und Irrtumsansprüche von der Kundin/vom Kunden nicht mehr geltend gemacht werden können. Das Vorliegen eines Mangels im Übergabezeitpunkt hat entgegen der Vermutungsregel des § 924 ABGB die Kundin/der Kunde zu beweisen. Die Universität hat im Fall der Gewährleistungsinanspruchnahme die Wahl zwischen Verbesserung und Preisminderung.
- 7.3. Ein Konkurrenzausschluss kann nicht gewährt werden.
- 7.4. Die Universität haftet unbeschränkt, soweit die Schadensursache auf Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit beruht.
- 7.5. Ferner haftet die Universität für leicht fahrlässige Verletzung von wesentlichen Pflichten, deren Verletzung die Erreichung des Vertragszwecks gefährdet oder für die Verletzung von Pflichten, deren Erfüllung die ordnungsgemäße Durchführung des Vertrages überhaupt erst ermöglicht und auf deren Einhaltung regelmäßig vertraut werden darf. In diesem Fall haftet die Universität jedoch nur für den vorhersehbaren, vertragstypischen Schaden. Die Universität haftet nicht für die leicht fahrlässige Verletzung anderer als der genannten Pflichten.
- 7.6. Eine Haftung für einen bestimmten Werbeerfolg ist ausgeschlossen.
- 7.7. Die vorangestellten Haftungsbeschränkungen gelten nicht bei Verletzungen von Leben, Körper und Gesundheit, für einen Mangel nach Übernahme einer Garantie oder bei arglistig verschwiegenen Mängeln.
- 7.8. Einschränkungen oder Störungen vorübergehender Natur, welcher Art und aus welchem Grund auch immer, berühren das Vertragsverhältnis nicht und berechtigen die Kundin/den Kunden nicht, einen Teil des Entgeltes zurückzuverlangen, Ersatzleistungen zu fordern oder eine Schadloshaltung zu verlangen.

- 7.9. Eine Garantie der Universität liegt nur dann vor, wenn und soweit diese in einem schriftlichen Angebot oder einer schriftlichen Bestätigung ausdrücklich als solche bezeichnet ist und dort auch die Verpflichtungen aus der Garantie im Einzelfall festgehalten sind.

8 Datenschutz

Die für die Geschäftsbeziehung notwendigen Daten werden elektronisch gespeichert. Alle Daten werden vertraulich behandelt. Eine Weitergabe der Daten an Dritte ist ausgeschlossen.

9 Vorzeitige Vertragsauflösung und Konventionalstrafe

- 9.1. Sollte die Kundin/der Kunde einer übernommenen Verpflichtung nicht vollständig nachkommen, so ist die Universität berechtigt, den Vertrag ohne Einhaltung von Fristen und Terminen mit sofortiger Wirkung aufzulösen. Dieses Recht besteht auch, wenn eine der abgegebenen Erklärungen der Kundin/des Kunden ganz oder teilweise unrichtig sein sollte oder sonstige erhebliche Abweichungen von den bei Abschluss des Vertrages vorausgesetzten Bedingungen oder Eigenschaften festgestellt werden, insbesondere, wenn wesentliche Umstände vonseiten der Kundin/des Kunden vorgespielt oder verschwiegen worden sind.
- 9.2. Im Falle einer vorzeitigen Vertragsauflösung ist die Kundin/der Kunde verpflichtet, das volle Entgelt sowie eine Konventionalstrafe in Höhe von Euro 1.500,00 binnen 14 Tagen ab Vertragsauflösung an die Universität zu leisten. Darüber hinausgehende Schadenersatz- und/oder Unterlassungsansprüche bleiben unberührt.

10 Gerichtsstand

Für alle aus dem Vertragsverhältnis und den AGB entstehenden Streitigkeiten gilt Graz als ausschließlicher Gerichtsstand.

11 Sonstiges

- 11.1. Die Kundin/Der Kunde anerkennt mit Übermittlung der Buchungsanfrage die Geltung der AGB.
- 11.2. Alle im Rahmen des Vertragsverhältnisses abzugebenden Mitteilungen, Ersuchen, Aufforderungen oder sonstigen Benachrichtigungen haben in schriftlicher Form zu erfolgen und sind an die Geschäftsadresse des jeweiligen Vertragspartners zu übermitteln.
- 11.3. Die Universität kann jederzeit und für den Einzelfall auf die Erfüllung einer Verpflichtung der Kundin/des Kunden oder auf die Geltendmachung einer Vertragsverletzung der Kundin/des Kunden bedingungslos oder nach ihrem Ermessen verzichten, ohne dass ein solcher Verzicht eine Änderung oder Einschränkung der Rechte der Universität oder der Verpflichtungen der Kundin/des Kunden bedeutet.

- 11.4. Die im Zusammenhang mit dem Vertragsverhältnis abgefragten Daten sind vollständig und korrekt anzugeben. Ändern sich nach Vertragsabschluss die angegebenen Daten, so ist die Kundin/der Kunde verpflichtet, diese Änderungen ehestmöglich der Universität bekanntzugeben. Für alle Folgen, die sich aus einer unterlassenen Mitteilung ergeben, hat der Kunde zu haften.
- 11.5. Anlieferungen von Werbematerialien müssen gesondert mit der Universität vereinbart werden. Die Zufahrt zum Campus ist ausschließlich zum Zwecke der Ent- und Beladung der Werbematerialien möglich und bedarf der vorherigen Genehmigung. Das Parken bzw. Abstellen von Fahrzeugen am Campus ist nicht erlaubt.
- 11.6. Die Universität stellt keine versperrbaren Räumlichkeiten zur Lagerung von Werbematerialien zur Verfügung. Das Abstellen und Aufbewahren von Werbematerialien am Universitäts-campus ist – sofern nicht anders vereinbart oder zugesagt – aufgrund von feuerpolizeilichen Vorschriften nicht erlaubt.
- 11.7. Die Universität ist berechtigt, die übernommenen Rechte und Pflichten auf Dritte zu übertragen. Die Kundin/Der Kunde nimmt die mögliche Übertragung zustimmend zur Kenntnis.
- 11.8. Sofern eine Bestimmung der AGB unwirksam ist, bleiben die übrigen Bestimmungen davon unberührt. Die unwirksame Bestimmung gilt als durch eine solche ersetzt, die dem Sinn und Zweck der unwirksamen Bestimmung in rechtswirksamer Weise wirtschaftlich am nächsten kommt. Gleiches gilt für eventuelle Regelungslücken.