

ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN (AGB)

relation affairs

Stand April 2023

1. Geltung, Vertragsabschluss

- 1.1. relation affairs (im Folgenden „Agentur“) erbringt ihre Leistungen ausschließlich auf der Grundlage der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen. Diese gelten auch für alle künftigen Geschäftsbeziehungen, selbst wenn nicht ausdrücklich auf sie Bezug genommen wird.
- 1.2. Abweichungen von diesen sowie sonstige ergänzende Vereinbarungen mit dem Kunden sind nur wirksam, wenn sie von der Agentur schriftlich bestätigt werden.
- 1.3. Allfällige Geschäftsbedingungen des Kunden werden nicht akzeptiert, sofern nicht im Einzelfall ausdrücklich und schriftlich anderes vereinbart wird. Eines besonderen Widerspruchs gegen AGB des Kunden durch die Agentur bedarf es nicht.
- 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.
- 1.5. Die Angebote der Agentur sind freibleibend und unverbindlich.

2. Leistungsumfang, Auftragsabwicklung und Mitwirkungspflichten des Kunden

- 2.1. Der Umfang der zu erbringenden Leistungen ergibt sich aus der Leistungsbeschreibung im Agenturvertrag oder einer allfälligen Auftragsbestätigung durch die Agentur, sowie dem allfälligen Briefingprotokoll. Nachträgliche Änderungen des Leistungsinhaltes bedürfen der schriftlichen Bestätigung durch die Agentur. Innerhalb des vom Kunden vorgegeben Rahmens besteht bei der Erfüllung des Auftrages Gestaltungsfreiheit der Agentur.
- 2.2. Alle Leistungen der Agentur (insbesondere alle Vorentwürfe, Skizzen, Reinzeichnungen, Bürstenabzüge, Blaupausen, Kopien, Farbabdrucke und elektronische Dateien) sind vom Kunden zu überprüfen und binnen drei Werktagen ab Eingang beim Kunden freizugeben. Bei nicht rechtzeitiger Freigabe gelten sie als vom Kunden genehmigt und/oder ändern vertraglich fixierte Zeitangaben zur Erfüllung der Agenturleistungen.
- 2.3. Der Kunde wird der Agentur zeitgerecht und vollständig alle Informationen und Unterlagen zugänglich machen, die für die Erbringung der Leistung erforderlich sind. Er wird sie von allen Umständen informieren, die für die Durchführung des Auftrages von Bedeutung sind, auch wenn diese erst während der Durchführung des Auftrages bekannt werden. Der Kunde trägt den Aufwand, der dadurch entsteht, dass Arbeiten infolge seiner unrichtigen, unvollständigen oder nachträglich geänderten Angaben von der Agentur wiederholt werden müssen oder verzögert werden.
- 2.4. Der Kunde ist weiters verpflichtet, die für die Durchführung des Auftrages zur Verfügung gestellten Unterlagen (Fotos, Logos etc.) auf allfällige Urheber-, Kennzeichenrechte oder sonstige Rechte Dritter zu prüfen. Die Agentur haftet nicht wegen einer Verletzung

derartiger Rechte. Wird die Agentur wegen einer solchen Rechtsverletzung in Anspruch genommen, so hält der Kunde die Agentur schad- und klaglos; er hat ihr sämtliche Nachteile zu ersetzen, die ihr durch eine Inanspruchnahme Dritter entstehen.

- 2.5. Alle Leistungen der Agentur, welche im Rahmen eines Angebotes erstellt werden (insbesondere alle Entwürfe, Skizzen, Zeichnungen, elektronische Dateien) verbleiben rechtlich im Besitz der Agentur bis der Auftrag vollständig abgeschlossen ist

3. Fremdleistungen / Beauftragung Dritter

- 3.1. Die Agentur ist nach freiem Ermessen berechtigt, die Leistung selbst auszuführen, sich bei der Erbringung von vertragsgegenständlichen Leistungen sachkundiger Dritter als Erfüllungsgehilfen zu bedienen und/oder derartige Leistungen zu substituieren („Fremdleistung“).
- 3.2. Die Beauftragung von Dritten im Rahmen einer Fremdleistung erfolgt entweder im eigenen Namen oder im Namen des Kunden, in jedem Fall aber auf Rechnung des Kunden. Die Agentur wird diesen Dritten sorgfältig auswählen und darauf achten, dass dieser über die erforderliche fachliche Qualifikation verfügt.
- 3.3. Soweit die Agentur notwendige oder vereinbarte Fremdleistungen in Auftrag gibt, sind die jeweiligen Auftragnehmer keine Erfüllungsgehilfen der Agentur.

4. Termine

- 4.1. Angegebene Liefer- oder Leistungsfristen gelten, sofern nicht ausdrücklich als verbindlich vereinbart, nur als annähernd und unverbindlich. Verbindliche Terminabsprachen sind schriftlich festzuhalten bzw. von der Agentur schriftlich zu bestätigen.
- 4.2. Verzögert sich die Lieferung/Leistung der Agentur aus Gründen, die sie nicht zu vertreten hat, wie z.B. Ereignisse höherer Gewalt und andere unvorhersehbare, mit zumutbaren Mitteln nicht abwendbare Ereignisse, ruhen die Leistungsverpflichtungen für die Dauer und im Umfang des Hindernisses und verlängern sich die Fristen entsprechend. Sofern solche Verzögerungen mehr als zwei Monate andauern, sind der Kunde und die Agentur berechtigt, vom Vertrag zurückzutreten.
- 4.3. Befindet sich die Agentur in Verzug, so kann der Kunde vom Vertrag nur zurücktreten, nachdem er der Agentur schriftlich eine Nachfrist von zumindest 14 Tagen gesetzt hat und diese fruchtlos verstrichen ist. Schadenersatzansprüche des Kunden wegen Nichterfüllung oder Verzug sind ausgeschlossen, ausgenommen bei Nachweis von Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit.

5. Vorzeitige Auflösung

- 5.1. Die Agentur ist berechtigt, den Vertrag aus wichtigen Gründen mit sofortiger Wirkung aufzulösen. Ein wichtiger Grund liegt insbesondere vor, wenn
 - 5.1.1. die Ausführung der Leistung aus Gründen, die der Kunde zu vertreten hat, unmöglich wird oder trotz Setzung einer Nachfrist von 14 Tagen weiter verzögert wird;
 - 5.1.2. der Kunde fortgesetzt, trotz schriftlicher Abmahnung mit einer Nachfristsetzung von 14 Tagen, gegen wesentliche Verpflichtungen aus diesem Vertrag, wie z.B. Zahlung eines fällig gestellten Betrages oder Mitwirkungspflichten, verstößt.
 - 5.1.3. berechtigte Bedenken hinsichtlich der Bonität des Kunden bestehen und dieser auf Begehren der Agentur weder Vorauszahlungen leistet noch vor Leistung der Agentur eine taugliche Sicherheit leistet;

- 5.1.4. über das Vermögen des Kunden ein Konkurs- oder Ausgleichsverfahren eröffnet oder ein Antrag auf Eröffnung eines solchen Verfahrens mangels kostendeckenden Vermögens abgewiesen wird oder wenn der Kunde seine Zahlungen einstellt.
- 5.2. Der Kunde ist berechtigt, den Vertrag aus wichtigen Gründen ohne Nachfristsetzung aufzulösen. Ein wichtiger Grund liegt insbesondere dann vor, wenn die Agentur fortgesetzt, trotz schriftlicher Abmahnung mit einer Nachfrist von 14 Tagen zur Behebung des Vertragsverstoßes gegen wesentliche Bestimmungen aus diesem Vertrag verstößt.

6. Zahlung, Eigentumsvorbehalt

- 6.1. Das Honorar ist sofort mit Rechnungserhalt und ohne Abzug zur Zahlung fällig, sofern nicht im Einzelfall besondere Zahlungsbedingungen schriftlich vereinbart werden. Dies gilt auch für die Weiterverrechnung sämtlicher Barauslagen und sonstiger Aufwendungen. Die von der Agentur gelieferte Ware bleibt bis zur vollständigen Bezahlung des Entgelts einschließlich aller Nebenverbindlichkeiten im Eigentum der Agentur.
- 6.2. Bei Zahlungsverzug des Kunden gelten die gesetzlichen Verzugszinsen in der für Unternehmensgeschäfte geltenden Höhe. Weiters verpflichtet sich der Kunde für den Fall des Zahlungsverzugs, der Agentur die entstehenden Mahn- und Inkassospesen, soweit sie zur zweckentsprechenden Rechtsverfolgung notwendig sind, zu ersetzen. Dies umfasst jedenfalls die Kosten zweier Mahnschreiben in marktüblicher Höhe sowie eines Mahnschreibens eines mit der Eintreibung beauftragten Rechtsanwalts. Die Geltendmachung weitergehender Rechte und Forderungen bleibt davon unberührt.
- 6.3. Im Falle des Zahlungsverzuges des Kunden kann die Agentur sämtliche, im Rahmen anderer mit dem Kunden abgeschlossener Verträge, erbrachten Leistungen und Teilleistungen sofort fällig stellen. Weiters ist die Agentur nicht verpflichtet, weitere Leistungen bis zur Begleichung des aushaftenden Betrages zu erbringen. Wurde die Bezahlung in Raten vereinbart, so behält sich die Agentur für den Fall der nicht fristgerechten Zahlung von Teilbeträgen oder Nebenforderungen das Recht vor, die sofortige Bezahlung der gesamten noch offenen Schuld zu fordern (Terminverlust).
- 6.4. Der Kunde ist nicht berechtigt, mit eigenen Forderungen gegen Forderungen der Agentur aufzurechnen, außer die Forderung des Kunden wurde von der Agentur schriftlich anerkannt oder gerichtlich festgestellt.

7. Eigentumsrecht und Urheberrecht

- 7.1. Alle Leistungen der Agentur, einschließlich jener aus Präsentationen (z.B. Anregungen, Ideen, Skizzen, Vorentwürfe, Skribbles, Reinzeichnungen, Konzepte, Negative, Dias), auch einzelne Teile daraus, bleiben ebenso wie die einzelnen Werkstücke und Entwurfsoriginale im Eigentum der Agentur und können von der Agentur jederzeit - insbesondere bei Beendigung des Vertragsverhältnisses - zurückverlangt werden. Der Kunde erwirbt durch Zahlung des Honorars das Recht der Nutzung für den vereinbarten Verwendungszweck. Mangels anderslautender Vereinbarung darf der Kunde die Leistungen der Agentur jedoch ausschließlich in Österreich nutzen. Der Erwerb von Nutzungs- und Verwertungsrechten an Leistungen der Agentur setzt in jedem Fall die vollständige Bezahlung der von der Agentur dafür in Rechnung gestellten Honorare voraus.
- 7.2. Änderungen bzw. Bearbeitungen von Leistungen der Agentur, wie insbesondere deren Weiterentwicklung durch den Kunden oder durch für diesen tätige Dritte, sind nur mit ausdrücklicher Zustimmung der Agentur und - soweit die Leistungen urheberrechtlich geschützt sind - des Urhebers zulässig.
- 7.3. Für die Nutzung von Leistungen der Agentur, die über den ursprünglich vereinbarten Zweck und Nutzungsumfang hinausgeht, ist - unabhängig davon, ob diese Leistung urheberrechtlich geschützt ist - die Zustimmung der Agentur erforderlich. Dafür steht der Agentur und dem Urheber eine gesonderte angemessene Vergütung zu.
- 7.4. Für die Nutzung von Leistungen der Agentur bzw. von Werbemitteln, für die die Agentur konzeptionelle oder gestalterische Vorlagen erarbeitet hat, ist nach Ablauf des

Agenturvertrages unabhängig davon, ob diese Leistung urheberrechtlich geschützt ist oder nicht - ebenfalls die Zustimmung der Agentur notwendig.

- 7.5. Für Nutzungen gemäß Abs. 4. steht der Agentur im 1. Jahr nach Vertragsende ein Anspruch auf die volle im abgelaufenen Vertrag vereinbarten Agenturvergütung zu. Im 2. bzw. 3. Jahr nach Ablauf des Vertrages nur mehr die Hälfte bzw. ein Viertel der im Vertrag vereinbarten Vergütung. Ab dem 4. Jahr nach Vertragsende ist keine Agenturvergütung mehr zu zahlen.
- 7.6. Der Kunde haftet der Agentur für jede widerrechtliche Nutzung in doppelter Höhe des für diese Nutzung angemessenen Honorars.

8. Kennzeichnung

- 8.1. Die Agentur ist berechtigt, auf allen Werbemitteln und bei allen Werbemaßnahmen auf die Agentur und allenfalls auf den Urheber hinzuweisen, ohne dass dem Kunden dafür ein Entgeltanspruch zusteht.
- 8.2. Die Agentur ist vorbehalten des jederzeit möglichen, schriftlichen Widerrufs des Kunden dazu berechtigt, auf eigenen Werbeträgern und insbesondere auf ihrer Internet-Website mit Namen und Firmenlogo auf die zum Kunden bestehende Geschäftsbeziehung hinzuweisen (Referenzhinweis).

9. Gewährleistung

- 9.1. Der Kunde hat allfällige Mängel unverzüglich, jedenfalls innerhalb von acht Tagen nach Lieferung/Leistung durch die Agentur, verdeckte Mängel innerhalb von acht Tagen nach Erkennen derselben, schriftlich unter Beschreibung des Mangels anzuzeigen; andernfalls gilt die Leistung als genehmigt. In diesem Fall ist die Geltendmachung von Gewährleistungs- und Schadenersatzansprüchen sowie das Recht auf Irrtumsanfechtung aufgrund von Mängeln ausgeschlossen.
- 9.2. Im Fall berechtigter und rechtzeitiger Mängelrüge steht dem Kunden das Recht auf Verbesserung oder Austausch der Lieferung/Leistung durch die Agentur zu. Die Agentur wird die Mängel in angemessener Frist beheben, wobei der Kunde der Agentur alle zur Untersuchung und Mängelbehebung erforderlichen Maßnahmen ermöglicht. Die Agentur ist berechtigt, die Verbesserung der Leistung zu verweigern, wenn diese unmöglich oder für die Agentur mit einem unverhältnismäßig hohen Aufwand verbunden ist. In diesem Fall stehen dem Kunden die gesetzlichen Wandlungs- oder Minderungsrechte zu. Im Fall der Verbesserung obliegt es dem Auftraggeber die Übermittlung der mangelhaften (körperlichen) Sache auf seine Kosten durchzuführen.
- 9.3. Es obliegt dem Auftraggeber die Überprüfung der Leistung auf ihre rechtliche, insbesondere wettbewerbs-, marken-, urheber- und verwaltungsrechtliche Zulässigkeit durchzuführen. Die Agentur haftet nicht für die Richtigkeit von Inhalten, wenn diese vom Kunden vorgegeben oder genehmigt wurden.
- 9.4. Die Gewährleistungsfrist beträgt sechs Monate ab Lieferung/Leistung. Das Recht zum Regress gegenüber der Agentur gemäß § 933b Abs 1 ABGB erlischt ein Jahr nach Lieferung/Leistung. Der Kunde ist nicht berechtigt, Zahlungen wegen Bemängelungen zurückzuhalten. Die Vermutungsregelung des § 924 ABGB wird ausgeschlossen.

10. Haftung und Produkthaftung

- 10.1. In Fällen leichter Fahrlässigkeit ist eine Haftung der Agentur für Sach- oder Vermögensschäden des Kunden ausgeschlossen, gleichgültig ob es sich um unmittelbare oder mittelbare Schäden, entgangenen Gewinn oder Mangelfolgeschäden, Schäden wegen Verzugs, Unmöglichkeit, positiver Forderungsverletzung, Verschuldens bei Vertragsabschluss, wegen mangelhafter oder unvollständiger Leistung handelt. Das Vorliegen von grober Fahrlässigkeit hat der Geschädigte zu beweisen.

- 10.2. Jegliche Haftung der Agentur für Ansprüche, die auf Grund der von der Agentur erbrachten Leistung (z.B. Werbemaßnahme) gegen den Kunden erhoben werden, wird ausdrücklich ausgeschlossen, wenn die Agentur ihrer Hinweispflicht nachgekommen ist oder eine solche für sie nicht erkennbar war, wobei leichte Fahrlässigkeit nicht schadet. Insbesondere haftet die Agentur nicht für Prozesskosten, eigene Anwaltskosten des Kunden oder Kosten von Urteilsveröffentlichungen sowie für allfällige Schadenersatzforderungen oder sonstige Ansprüche Dritter; der Kunde hat die Agentur diesbezüglich schad- und klaglos zu halten.
- 10.3. Schadenersatzansprüche des Kunden verfallen in sechs Monaten ab Kenntnis des Schadens; jedenfalls aber nach drei Jahren ab der Verletzungshandlung der Agentur. Schadenersatzansprüche sind der Höhe nach mit dem Netto-Auftragswert begrenzt.

11. Datenschutz (optische Hervorhebung entsprechend der Judikatur)

Der Kunde erklärt sich ausdrücklich damit einverstanden, dass die Agentur die vom Kunden bekannt gegebenen Daten (Name, Adresse, E-Mail, Kreditkartendaten, Daten für Kontoüberweisung) für Zwecke der Vertragserfüllung und Betreuung des Kunden sowie für eigene Werbezwecke automationsunterstützt ermittelt, speichert und verarbeitet. Der Auftraggeber ist einverstanden, dass ihm elektronische Post zu Werbezwecken bis auf Widerruf zugesendet wird.

12. Anzuwendendes Recht

Der Vertrag und alle daraus abgeleiteten wechselseitigen Rechte und Pflichten sowie Ansprüche zwischen der Agentur und dem Kunden unterliegen dem österreichischen materiellen Recht unter Ausschluss des UN-Kaufrechts.

13. Erfüllungsort und Gerichtsstand

- 13.1. Erfüllungsort ist der Sitz der Agentur. Bei Versand geht die Gefahr auf den Kunden über, sobald die Agentur die Ware dem von ihr gewählten Beförderungsunternehmen übergeben hat.
- 13.2. Als Gerichtsstand für alle sich zwischen der Agentur und dem Kunden ergebenden Rechtsstreitigkeiten im Zusammenhang mit diesem Vertragsverhältnis wird das für den Sitz der Agentur sachlich zuständige Gericht vereinbart. Ungeachtet dessen ist die Agentur berechtigt, den Kunden an seinem allgemeinen Gerichtsstand zu klagen.

14. PR Honorarrichtlinien

14.1. HONORAR

Die im Tabellenteil dieser Kalkulationsrichtlinien ausgewiesenen Tarife basieren auf Erhebungen des Fachverbandes Werbung und Marktkommunikation.

Die Public Relations-Tätigkeit ist eine auf gegenseitigem Vertrauen beruhende Dienstleistung, die nach dem Zeitaufwand aller sich mit einem Auftrag befassenden Personen bzw. nach dem Umfang der zu leistenden Arbeit berechnet wird. Das Honorar setzt sich aus den anteiligen Lohn- und Gemeinkosten des PR-Beraters, der Art der Betreuung, einem Faktor für die Bereitstellung der Dienstleistungskapazität sowie einem Faktor für den kalkulatorischen Gewinn zusammen.

Als Honorar im Sinne der vorliegenden Richtlinien ist die Vergütung von Leistungen und Aufwendungen des PR-Beraters und seiner Erfüllungsgehilfen zu verstehen.

Die Berechnung des Honorars kann entweder pauschaliert oder nach Zeitaufwand durch Stundensatzkalkulation erfolgen.

Als Auftraggeber im Sinne der vorliegenden Kalkulationsrichtlinien gilt – unabhängig vom Besteller – jener Nutzungsberechtigte, für den Problemlösungen erarbeitet werden.

14.2. EMPFEHLUNG FÜR DIE BERECHNUNG VON PR-HONORAREN

Es steht dem PR-Berater frei, die zu erbringenden Dienstleistungen auf der Basis von Stunden- bzw. Tagsätzen oder im Rahmen einer pauschalierten Verrechnung zu erbringen.

Aufschläge werden im Regelfall bei kreativen Vorschlägen, Ideen, Einsätzen oder Maßnahmen verrechnet, deren tatsächlicher Wert zeitmäßig nicht erfasst werden kann (insbesondere bei Einzelaufträgen).

Zuschläge zum in Rechnung gestellten Basishonorar können u.a. für Leistungen außerhalb der Normalarbeitszeit sowie für außerhalb Österreichs erbrachte Leistungen verrechnet werden. Besonders qualifizierte PR-Leistungen von Spezialisten bzw. besonders schwierige Aufgabenstellungen rechtfertigen auch höhere als die im Tabellenteil ausgewiesenen Tarifempfehlungen. Die Festlegung von Pauschalhonoraren setzt die möglichst detaillierte Definition des Projektes bzw. der Aufgabenstellungen und der darin zu erbringenden Leistungen voraus.

Eine erste Besprechung mit dem Berater ist für den Kunden kostenfrei (siehe dazu auch "PR-Beratungsvertrag") und für die Vertragspartner ohne Verbindlichkeit, sofern damit kein detailliertes Aktivitätenprogramm bzw. keine konkrete PR-Aktion verbunden ist. Ist die Besprechung gleichbedeutend mit einer eigentlichen PR-Konsultation, wird der effektive Zeitaufwand in Rechnung gestellt.

Hinsichtlich der Entgeltlichkeit von Präsentationen gelten die Empfehlungen des Fachverbandes Werbung und Marktkommunikation bzw. die im Rahmen eines PR-Beratungsvertrages getroffenen Vereinbarungen.

Die Erstattung von Reisekosten durch den Kunden gilt als vereinbart, wenn die Besprechung nicht am Sitz des Beraters stattfindet.

14.3. NEBENKOSTEN

Nebenkosten sind Aufwendungen, die dem PR-Berater bei der Durchführung des Auftrages entstehen und vom Auftraggeber neben dem Honorar zu tragen sind. Zu den Nebenkosten zählen insbesondere:

- Reisekosten im Rahmen der Abwicklung eines Auftrages inklusive km-Gelder und Diäten. Es gelten die Fahrtkostenvergütungen für das für die Auftragserfüllung wirtschaftlichste und angemessenste Verkehrsmittel als vereinbart.

In jedem Fall stehen dem PR-Berater jedoch zu:

- Bahnreisen 1.Klasse bzw. Schlafwagen, Inlandsflüge in Economy-Class, Business-Class bei Auslandsflügen.
- Nächtigung in einem Hotel gehobener Klasse (Bad/WC). Es werden mindestens die Tag- und Nächtigungsgelder der Gebührenstufe 5 der jeweils geltenden Fassung der "Tabelle für Lohnsteuer" berechnet. Sollten diese Sätze nicht ausreichen, wird der tatsächliche Aufwand abgerechnet.
- Bezüglich der Kosten für Telex, Telefon und Telefax etc. gelten als Nachweis die Aufzeichnungen des PR-Beraters.
- Taxispesen, Botendienste u.ä.
- Vervielfältigungen, Kopien, Drucksorten, Kosten für die Beschaffung von Unterlagen.
- Sind Nebenkosten mit einem Zeit- und Organisationsaufwand verbunden, erfolgt die Abrechnung zusätzlich auch nach den jeweiligen Stundensätzen.
- Zu Nebenkosten wird, sofern nicht Zeit- und Organisationsaufwand in Ansatz gebracht werden, ein Aufschlag von 20 Prozent zur anteiligen Deckung der Bürokosten berechnet.
- Werden zur Erbringung einer Leistung besondere Geräte benötigt, deren ständige Haltung dem PR-Berater nicht zugemutet werden können, sind diese vom Auftraggeber beizustellen. Sind diese Geräte jedoch beim PR-Berater verfügbar, werden aliquote kalkulatorische Kosten zuzüglich eines Zuschlages von 20 Prozent in Rechnung gestellt.

14.4. SONDERKOSTEN

Leistungen, die über den üblichen Umfang der PR-Beratung hinausgehen, werden gesondert in Rechnung gestellt. Dies sind z.B.:

- Vorarbeiten, die der Beschaffung von Unterlagen für die Erfüllung der zu erbringenden Dienstleistung dienen oder der Beschaffung solcher Leistungen von dritter Seite, soweit diese nicht vom Auftraggeber beigestellt werden.
- Arbeiten in Sonderfachgebieten.
- Leistungen nach Erfüllung der zu erbringenden Dienstleistung (wie z.B. Erfolgskontrolle).
- Kosten anderer zur Erfüllung des Auftrages notwendigerweise beizuziehender Fachleute, sofern die Beauftragung nicht direkt durch den Auftraggeber erfolgt.

Erfolgt die Abrechnung der Sonderleistungen Dritter durch den PR-Berater, so wird lediglich der Organisations- und Zeitaufwand den Sonderkosten zugeschlagen. Dem etwaigen Umfang nach sind Sonderleistungen, sofern sie absehbar sind, bereits im Vertrag anzuführen bzw. sollte zumindest darauf hingewiesen werden.

14.5. Honorarliste für ausgewählte PR-Leistungspakete

Die nachfolgende Aufstellung gibt einen Überblick über die in Österreich branchenüblichen Honorare der PR-Berater.

Leistung	Honorare EUR (ohne MwSt.)		
Grundbetreuung/Jahr Die Höhe des Grundbetreuungshonorares richtet sich nach dem Gesamtumfang des PR-Programms. Es steckt im wesentlichen folgende Leistungen ab: Know How und Kapazitätsbereitstellung, strategische und konzeptionelle Beratung, allgemeine Kommunikationsberatung während der gesamten Vertragszeit, Konkurrenzbeobachtung, regelmäßige Kundenkontakte, keine Einzelprojekte	18.000,00	bis	45.600,00
Einzelaktivitäten , bei Durchführung im Rahmen einer Gesamtbetreuung mit Grundbetreuungshonorar			
Einfache Presseaussendung ohne Recherche-Aufwand Briefing, Kundenabstimmung, Text, Verteiler, Versand, Nacharbeit	950,00	bis	1.250,00-
Fach-Presseaussendung ohne Recherche-Aufwand Briefing, Kundenabstimmung, Text, Verteiler, Versand, Nacharbeit	1.250,00	bis	1.400,00
Presseaussendung mit telefonischer Recherche und neuem Adressatenkreis Briefing, Recherchen, Kundenabstimmung, Text, Verteileraufbau, Versand, Nacharbeit	1.450,00	bis	1.800,00
Einzelgespräch mit Journalisten am Standort der Redaktion, Briefing, Kundenabstimmung, Terminkoordination, Betreuung, Nacharbeit	460,00	bis	850,00
Journalistengespräch, kleiner Kreis Briefing, Kundenabstimmung, Terminkoordination, Veranstaltungsort, Organisation der Bewirtung, kurzer Text, Nacharbeit	1.400,00	bis	2.900,00
Pressekonferenz Briefing, Recherchen, Kundenabstimmung, Verteiler, Terminkoordination, Einladungen, Nachfassen, Erstellen der Presseunterlagen, Organisation der Konferenz, Veranstaltungsbetreuung, Nacharbeit	3.800,00	bis	7.500,00
Round Table Gespräch (Presse, Meinungsbildner) Briefing, Kundenabstimmung, Terminkoordination, Veranstaltungsort, Einladungen, Organisation der Bewirtung	2.200,00	bis	4.500,00
Zielgruppen- bzw. Großveranstaltungen, z.B. Symposium, Ausstellung, Festakt Gesamtorganisation	5.500,00	bis	15.000,00
Aufbereitung von Pressetexten pro Manussseite, 30 Zeilen/60 Anschläge			
Verfassen von einfachen Texten, ohne Ideenfindung, nach beigeistellter Vorlage bzw. Rohmanuskript	218,00	bis	363,00
Erstellen von einfachen Texten mit telefonischer Recherche	290,00	bis	436,00
Neuerstellung von Texten aus vorgegebenen Quellen	436,00	bis	508,00
Verfassen von anspruchsvollen Texten aus vorgegebenen Stichworten, mit eigenen Recherchen und mit Ideenfindung	508,00	bis	654,00
Ghostwriting	436,00	bis	508,00
Textarbeiten für verschiedene Medien pro Druckseite DIN A4 exklusive Honorar für Gastautoren, Layout, Satz, Foto, Repros und / oder Screen-Publishing			

Info-Dienste	327,00	bis	472,00
Hauszeitschrift Redaktion mit vorgegebenen Unterlagen	290,00	bis	436,00
Redaktion mit Ideenfindung	436,00	bis	726,00
Kundenzeitschrift	363,30	bis	581,30
Geschäftsberichte aus vorgegebenen Unterlagen	436,00	bis	872,00
New Media pro Bildschirmseite	254,00	bis	508,00

Autoren-Korrekturen werden nach Zeitaufwand verrechnet. Bei Durchführung als Einzelprojekt wird in der Regel auf obige Honorare ein Zuschlag von 15 % verrechnet.

14.6. Honorare für PR-Berater nach Zeitaufwand

Die vom Fachverband Werbung und Marktkommunikation empfohlenen Stundensätze beziehen sich auf Leistungen in der Normalarbeitszeit an Werktagen zwischen 08.00 Uhr und 18.00 Uhr.

Leistung	Honorare EUR (ohne MwSt.)	
	pro Stunde	pro Tag
PR-Chef-Beratung	180,00 – 245,00	ab 1.440,00
Public Affairs	280,00 - 300,00	ab 2.240,00
PR-Assistenz	145,00	1.160,00
Agentur-Service wie Meetings, Sekretariat, Organisation,	96,00	760,00

Bei Reisen zur Erfüllung des PR-Auftrages wird die Reisezeit mit Sätzen nach Zeitaufwand in Rechnung gestellt. Als Reisezeiten gelten auch Wartezeiten, soweit dadurch die Ausübung einer anderweitigen Tätigkeit be- oder verhindert wird.

Reise- und Wartezeiten sind nicht für die Zeit der Benützung eines Schlafwagens bzw. der Nächtigung auf Reisen in Ansatz zu bringen.

Reisen erfolgen mit Zustimmung des Auftraggebers, in dringenden Fällen kann die Zustimmung auch nachträglich eingeholt werden.

15. Sonstige Honorare

Leistung	Honorare EUR (ohne MwSt.)
	pro Stunde
Social Media Content- und Communitymanagement (Redaktion, Moderation, Administration)	ab 96,00
Social Media Projektmanagement (Aufbau, Optimierung, Schnittstellenmanagement, Consulting & Beratung)	125,00
Social Media Trainings & Workshops	150,00 – 180,00
Marketing Consulting & Beratung	125,00
Betreuung Webseiten (Redaktion, Moderation, Administration)	ab 96,00
Programmierung	125,00