

Allgemeine Geschäftsbedingungen

der Stadtmarketing Braunau-Simbach GmbH, im Folgenden kurz Stadtmarketing genannt.

1. Geltung

1.1. Vertragsgrundlagen. Stadtmarketing schließt ihre Verträge und erbringt ihre Leistungen ausschließlich auf der Grundlage ihrer schriftlichen Angebote, sowie der jeweils gültigen Fassung etwaiger zum Angebot gehöriger schriftlicher Preislisten und Produktbeschreibungen sowie dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen.

Die Preislisten, Produktbeschreibungen und Allgemeinen Geschäftsbedingungen liegen ab dem ersten Vertragsabschluss automatisch allen weiteren Vertragsabschlüssen zwischen Stadtmarketing und dem jeweiligen Auftraggeber in der dann gültigen Fassung zugrunde, auch wenn auf diese Preislisten, Produktbeschreibungen und Allgemeinen Geschäftsbedingungen nicht mehr ausdrücklich Bezug genommen wird.

1.2. Zukünftige Änderungen. Änderungen der Preislisten, Produktbeschreibungen und Allgemeinen Geschäftsbedingungen von dem Stadtmarketing werden dem Auftraggeber schriftlich bekanntgegeben und gelten als vereinbart, wenn Unternehmer nicht binnen zwei und Konsumenten nicht binnen vier Wochen widersprechen.

1.3. Zusatzvereinbarungen. Alle Formen von Zusatzvereinbarungen, sowohl vor Vertragsabschluss als auch während der Vertragslaufzeit, bedürfen zu ihrer Gültigkeit der Schriftform. Das gilt gegenüber Unternehmern auch für das Abweichen vom Schriftformerfordernis.

1.4. Vertragsbestandteile von Seiten des Auftraggebers. Von Seiten des Auftraggebers kommende Leistungsbeschreibungen werden selbst bei Kenntnis des Stadtmarketings nur dann wirksam, wenn diese vom Stadtmarketing angenommen werden.

Von Seiten des Auftraggebers kommende Rechtstexte werden selbst bei Kenntnis von Stadtmarketing nur dann wirksam, wenn diese von Stadtmarketing mit einem diese Rechtstexte ausdrücklich umfassenden Zusatzvermerk (wie z.B. „AGB akzeptiert“) angenommen werden. Ansonsten widerspricht Stadtmarketing der Einbeziehung von Rechtstexten des Auftraggebers ausdrücklich. Die bloße Annahme von Leistungsbeschreibungen des Auftraggebers durch Stadtmarketing bewirkt daher keine Annahme von Rechtstexten des Auftraggebers, selbst wenn diese Rechtstexte beinhalten (wie z.B. „Es gelten unsere AGB.“).

1.5. Vorgehen bei Widersprüchen. Für den Fall von Widersprüchen zwischen dem Angebot, etwaigen Preislisten und Produktbeschreibungen sowie den Allgemeinen Geschäftsbedingungen des Stadtmarketing gelten diese in der genannten Reihenfolge. Das individuelle Angebot geht also allen anderen Vertragselementen vor.

Für den Fall von Widersprüchen zwischen Vertragselementen von Stadtmarketing und von Vertragselementen des Auftraggebers gehen alle Vertragselemente von Stadtmarketing vor.

1.6. Vorgehen bei Unwirksamkeit. Sollten einzelne Bestimmungen des Vertrages unwirksam oder undurchführbar sein, so ist unwirksame Bestimmung bei Verträgen mit Unternehmern durch eine wirksame Bestimmung, die dem wirtschaftlichen Sinn und Zweck der unwirksamen Bestimmung am nächsten kommt, zu ersetzen.

2. Vertragsabschluss

2.1. Angebot durch Stadtmarketing. Basis für den Vertragsabschluss ist das jeweilige Angebot Stadtmarketing an den Auftraggeber. Die Angebote von Stadtmarketing sind freibleibend und unverbindlich. Erteilt der Auftraggeber einen Auftrag, so ist der Auftraggeber an diesen zwei Wochen ab dessen Zugang bei Stadtmarketing gebunden.

2.2. Angebot durch den Auftraggeber. Erteilt der Auftraggeber ausnahmsweise unaufgefordert, also ohne vorhergehendes Angebot von Stadtmarketing, oder über ein Formular z.B. eines Katalogs oder eines Webshops einen Auftrag an Stadtmarketing, so sind Unternehmer an diesen zwei Wochen, Konsumenten eine Woche ab dessen Zugang bei Stadtmarketing gebunden.

2.3. Annahme durch Stadtmarketing. Der Vertrag kommt daher immer erst durch die Annahme des Auftrags durch Stadtmarketing zustande.

Die Annahme hat grundsätzlich in Schriftform, z.B. durch Auftragsbestätigung, zu erfolgen, es sei denn, dass Stadtmarketing z.B. durch für den Auftraggeber ersichtliches Tätigwerden aufgrund des Auftrages zu erkennen gibt, dass Stadtmarketing den Auftrag annimmt.

Eine bloße Bestätigung des Zugangs des Auftrages, z.B. in Form einer Zugangsbestätigung eines Webshops, stellt noch keine Auftragsannahme dar.

3. Leistungsumfang, Auftragsabwicklung und Mitwirkungspflichten des Auftraggebers

3.1. Erfüllungsort. Erfüllungsort ist der Sitz von Stadtmarketing Braunau-Simbach GmbH.

3.2. Leistungsumfang. Der Umfang der zu erbringenden Leistungen ergibt sich aus der schriftlichen Leistungsbeschreibung von Stadtmarketing.

3.3. Fachgerechte Leistung. Innerhalb des Rahmens der schriftlichen Leistungsbeschreibung hat Stadtmarketing bei der Ausführung der Leistungen Gestaltungsfreiheit, soweit mehrere fachgerechte Möglichkeiten zur Ausführung bestehen.

3.4. Austauschbare Leistungen. Soweit dies mit den Zielen des Auftrages im Einklang steht, ist Stadtmarketing berechtigt, von der Leistungsbeschreibung abzuweichen und Leistungen durch andere gleichwertige Leistungen zu ersetzen.

3.5. Fremdleistungen. Stadtmarketing ist berechtigt, die Leistungen selbst auszuführen, oder sich bei der Erbringung der Leistungen sachkundiger Dritter zu bedienen (Fremdleistung).

3.6. Vereinbarte Fremdleistungen. Im Fall, dass die Erbringung einer Leistung als Fremdleistung mit dem Auftraggeber vereinbart ist (vereinbarte Fremdleistung), ist Stadtmarketing berechtigt, die Fremdleistung nach eigener Wahl sowohl im eigenen Namen oder im Namen des Auftraggebers als auch auf eigene Rechnung oder auf Rechnung des Auftraggebers zu beauftragen.

Bei vereinbarten Fremdleistungen sind die jeweiligen Auftragnehmer keine Erfüllungsgehilfen von Stadtmarketing.

Soweit bei vereinbarten Fremdleistungen für diese Fremdleistungen zwischen Stadtmarketing und dem Auftraggeber keine besondere Leistungsbeschreibungen bzw. keine besonderen Rechtstexte vereinbart wurden, gelten im Fall der Beauftragung des Dritten im Namen von Stadtmarketing die Leistungsbeschreibung des Dritten, im Fall der Beauftragung im Namen des Kunden die Leistungsbeschreibung und die Rechtstexte des Dritten auch für den Auftraggeber.

Soweit die Laufzeit vereinbarter Fremdleistungen vereinbarungsgemäß über die Laufzeit des Vertrages zwischen Stadtmarketing und dem Auftraggeber hinausgeht, hat der Auftraggeber bei im Namen bzw. auf Rechnung von Stadtmarketing beauftragten Fremdleistungen nach Ende der Laufzeit des Vertrages zwischen Stadtmarketing und dem Auftraggeber einzutreten. Das gilt ausdrücklich auch im Falle einer Kündigung des Vertrages aus wichtigem Grund.

3.7. Teilbare Leistungen. Bei teilbaren Leistungen ist Stadtmarketing berechtigt, Teillieferungen vorzunehmen.

3.8. Verfall. Der Auftraggeber hat alle bei Stadtmarketing bestellten oder Stadtmarketing zur Bearbeitung übergebenen Leistungen fristgerecht abzuholen. Für den Fall, dass die Abholung nicht fristgerecht erfolgt, ist das Stadtmarketing berechtigt, Lagerkosten zu verrechnen sowie die Leistungen bei Verträgen mit Unternehmern nach drei Monaten und bei Verträgen mit Konsumenten nach sechs Monaten zu entsorgen und die Entsorgungskosten zu verrechnen.

3.9. Mitwirkungspflichten des Auftraggebers. Der Auftraggeber hat unverzüglich Stadtmarketing alle Informationen schriftlich mitzuteilen und alle Leistungen beizustellen, die für die Erbringung der Leistungen durch Stadtmarketing erforderlich sind. Wenn die Notwendigkeit der Bereitstellung von Informationen oder Leistungen durch den Auftraggeber erst während der Erbringung der Leistungen durch Stadtmarketing bekannt wird, hat der Auftraggeber diese unverzüglich nachzureichen.

Der Auftraggeber hat die von ihm beigestellten Informationen und Leistungen selbst auf deren Tauglichkeit, Richtigkeit und Rechtmäßigkeit zu prüfen.

Der Auftraggeber haftet für sämtliche Schäden, die durch mangelhafte, verspätete oder unterlassene Mitwirkung des Auftraggebers entstehen, und insbesondere auch für den Stadtmarketing dadurch entstehenden Zeitaufwand und für die Kosten einer angemessenen rechtlichen Vertretung nach Wahl von Stadtmarketing.

Wird das Stadtmarketing von Dritten wegen einer Rechtsverletzung im Zusammenhang mit vom Auftraggeber beigestellten Informationen oder Leistungen in Anspruch genommen, so hat der Auftraggeber

Stadtmarketing zudem schad- und klaglos zu halten und bei der Abwehr von allfälligen Ansprüchen Dritter zu unterstützen.

3.10. Prüfpflichten von Stadtmarketing. Stadtmarketing haftet nur dafür, dass die von Stadtmarketing erstellten Leistungen nicht an sich rechtswidrig sind.

Stadtmarketing hat jedoch keine Verpflichtung zur rechtlichen Prüfung der durch Stadtmarketing erstellten Leistungen auf eine etwaige Verletzung von Rechten Dritter oder auf eventuelle Rechtsverletzungen, die durch die vom Auftraggeber geplante Art der Verwendung entstehen. Der Auftraggeber hat diese rechtlichen Prüfungen selbst vorzunehmen oder durch einen entsprechend ausgebildeten Rechtsexperten vornehmen zu lassen.

Soweit Stadtmarketing auf die Notwendigkeit einer zusätzlichen rechtlichen Prüfung von Leistungen auch hinsichtlich anderer Rechte oder auf andere Risiken vor Auftragserteilung oder während des Auftrages nach Bekanntwerden neuer Auftragsdetails hinweist, geht die Haftung für die Vornahme dieser rechtlichen Prüfung hinsichtlich anderer Rechte oder für das Eingehen dieser Risiken in dem Fall, dass seitens Stadtmarketing Aufklärungs- oder Prüfpflichten bestanden haben, auf den Auftraggeber über. Die Leistung von Stadtmarketing gilt damit als ordnungs- und vereinbarungsgemäß erbracht.

3.11. Rechte an den Leistungen. Grundsätzlich stehen alle Rechte an den vereinbarten Leistungen Stadtmarketing bzw. deren Lizenzgebern zu.

Der Auftraggeber erhält das Recht, die Leistungen nach vollständiger Bezahlung des vereinbarten Entgeltes im vereinbarten Umfang zu nutzen.

Für den Fall, dass der Umfang nicht vereinbart wurde, umfasst dieser die nicht exklusive, kein Recht zur Sublizenzierung oder Weitergabe an Dritte beinhaltende Nutzung zum eigenen Gebrauch in Österreich und Deutschland.

Allfällige Lizenzbedingungen von Leistungen oder Werken Dritter, welcher Bestandteil der Leistungen oder Werke des Stadtmarketing sind, sind vom Auftraggeber einzuhalten.

3.12. Recht auf das Endprodukt. Der Auftraggeber hat nur ein Recht auf die Nutzung der Leistung in der vereinbarten Form als Endprodukt, nicht jedoch auf die Übergabe der zur Erstellung der Leistungen notwendigen Grundlagen, Arbeitsbehelfe, Zwischenergebnisse etc. Soweit dies nicht vereinbart wurde, hat das Stadtmarketing auch keine Verpflichtung, diese Grundlagen, Arbeitsbehelfe, Zwischenergebnisse etc. nach Abschluss der Arbeiten aufzubewahren.

3.13. Referenz Stadtmarketing ist berechtigt, auf allen von Stadtmarketing für den Auftraggeber erstellten Leistungen auf Stadtmarketing und allenfalls auf einen anderen Urheber hinzuweisen und vorbehaltlich des jederzeit möglichen, schriftlichen Widerrufs im Rahmen der eigenen Werbemittel von Stadtmarketing Daten wie Namen und Logo des Auftraggebers, Projektbeschreibung, Projektabbildungen und Ähnliches als Referenz bzw. als Hinweis auf die Geschäftsbeziehung mit dem Auftraggeber zu verwenden.

4. Termine

4.1. Unabwendbare oder unvorhersehbare Ereignisse. Unabwendbare oder unvorhersehbare Ereignisse – insbesondere Säumigkeit des Auftraggebers bei der Erfüllung seiner Verpflichtungen sowie für Stadtmarketing unvorhersehbare Verzögerungen bei Stadtmarketing oder ihren Auftragnehmern – verlängern Fristen bzw. verschieben Termine um die Dauer des unabwendbaren und unvorhersehbaren Ereignisses zuzüglich der Dauer der in einem solchen Fall notwendigen organisatorischen Maßnahmen. Davon hat Stadtmarketing den Auftraggeber schriftlich in Kenntnis zu setzen.

4.2. Nachfrist. Die Nichteinhaltung von Fristen bzw. Terminen berechtigt den Auftraggeber erst dann zur Geltendmachung von Ansprüchen, wenn dieser Stadtmarketing schriftlich eine angemessene, zumindest aber vierzehntägige Nachfrist gewährt hat.

5. Entgelt

5.1. Preise. Alle Preise verstehen sich ab Geschäftssitz bzw. -stelle von Stadtmarketing bei Verträgen mit Unternehmern in Euro zzgl. Umsatzsteuer, bei Verträgen mit Konsumenten inkl. Umsatzsteuer in der gesetzlichen Höhe.

5.2. Zusatzleistungen. Alle Leistungen von Stadtmarketing, die nicht ausdrücklich durch das vereinbarte Entgelt abgegolten sind, werden gesondert entlohnt.

5.3. Kostenvorschuss. Stadtmarketing ist berechtigt, Kostenvorschüsse zur Deckung des eigenen Aufwandes zu verlangen.

5.5. Teilleistungen. Stadtmarketing ist berechtigt, Teilleistungen zu verrechnen.

5.6. Ungerechtfertigter Rücktritt. Für den Fall, dass der Auftraggeber von seinem Auftrag ohne krass grob fahrlässiges oder vorsätzliches Verschulden von Stadtmarketing ganz oder teilweise zurücktritt, gebührt Stadtmarketing trotzdem das vereinbarte Entgelt. Stadtmarketing muss sich in diesem Fall lediglich Ersparnisse aus noch nicht getätigten Zukäufen von Waren und Fremdleistungen anrechnen lassen. Dasselbe gilt, wenn Stadtmarketing aus einem in der Sphäre des Auftraggebers liegenden wichtigen Grund vom Vertrag zurücktritt.

5.7. Preisanpassung. Bei Verträgen auf unbestimmte Zeit sowie bei Verträgen mit automatischer Verlängerung der Vertragsdauer ist Stadtmarketing berechtigt, jährlich eine angemessene Preisanpassung unter Berücksichtigung von Faktoren wie die Inflation, der Verbraucherpreisindex, die Kollektivvertragsabschlüsse sowie von ähnlichen, von Stadtmarketing nicht beeinflussbaren, externen Faktoren vorzunehmen.

Auch sonst ist Stadtmarketing berechtigt, nach Vertragsabschluss eine angemessene Preisanpassung bei einzelnen Leistungen vorzunehmen, wenn sich die Kosten dieser Leistungen um mehr als 10% erhöhen, ohne dass dies von Stadtmarketing beeinflussbar ist.

Konsumenten haben bei Vorliegen der umgekehrten Voraussetzungen auch einen Anspruch auf Senkung des Entgeltes.

6. Zahlung

6.1. Fälligkeit und Zahlbarkeit. Die Rechnungen von der Stadtmarketing Braunau-Simbach GmbH sind netto Kassa ohne jeden Abzug ab Rechnungsdatum fällig und sind, sofern nichts anderes vereinbart wurde, bei Online-Geschäften mit der Bestellung und sonst binnen 14 Tagen ab Erhalt der Rechnung zu bezahlen. Die Übergabe bzw. ein Versand der Waren bzw. die Ausführung sonstiger Leistungen erfolgt grundsätzlich erst nach vollständiger Bezahlung.

6.2. Eigentumsvorbehalt. Bis zur vollständigen Bezahlung durch den Auftraggeber gilt ein Eigentumsvorbehalt zugunsten von Stadtmarketing an den von ihr gelieferten Waren bis zur vollständigen Bezahlung des Kaufpreises und aller damit verbundenen Zinsen und Kosten als vereinbart.

Im Falle des Verzuges ist Stadtmarketing berechtigt, ihre Rechte aus dem Eigentumsvorbehalt geltend zu machen. Der Auftraggeber stimmt für diesen Fall der Abholung der Waren durch Stadtmarketing zu. Die Geltendmachung des Eigentumsvorbehalts durch Stadtmarketing bewirkt keinen Rücktritt vom Vertrag, außer d Stadtmarketing erklärt den Rücktritt vom Vertrag ausdrücklich.

Im Fall der Weiterveräußerung der Waren durch den Auftraggeber tritt der Auftraggeber seine Forderung gegen den Käufer zum Zwecke der Sicherstellung an Stadtmarketing ab. Stadtmarketing ist berechtigt, den Käufer von dieser Abtretung zu verständigen.

6.3. Verbot der Aufrechnung und der Zurückbehaltung. Unternehmer sind nicht berechtigt, die eigenen Forderungen gegen Forderungen vom Stadtmarketing aufzurechnen, außer die Forderung des Auftraggebers wurde von dem Stadtmarketing schriftlich anerkannt oder gerichtlich festgestellt. Ein Zurückbehaltungsrecht zugunsten von Unternehmern ist ausgeschlossen.

6.4. Zahlungsverzug. Für den Fall verspäteter Zahlung sind bei Verträgen mit Unternehmern die zwischen Unternehmern gültigen gesetzlichen Zinsen, zumindest jedoch 9 % per anno, bei Verträgen mit Konsumenten Zinsen in der Höhe von 9 % per anno zu bezahlen. Der Auftraggeber hat alle mit der Eintreibung der Forderung verbundenen Kosten und Aufwände, wie insbesondere Inkassospesen oder sonstige für eine zweckentsprechende Rechtsverfolgung notwendigen Kosten, zu tragen.

6.5. Ratenzahlung. Soweit Stadtmarketing und der Auftraggeber eine Ratenzahlungsvereinbarung abschließen, gilt Terminverlust im Fall der nicht fristgerechten Bezahlung auch nur einer Rate als vereinbart.

7. Haftung

7.1. Gefahrenübergang. Beim Versand von Waren an Unternehmer geht die Gefahr immer auf den Auftraggeber über, sobald Stadtmarketing die Waren an das Beförderungsunternehmen übergeben hat. Der Versand von Waren erfolgt grundsätzlich nicht versichert, sofern der Auftraggeber nicht auf seine Kosten Stadtmarketing mit der Versicherung der Waren beauftragt hat.

7.2. Warenannahme, Rügeverpflichtung. Unternehmer haben die Waren vor der Übernahme vom Beförderungsunternehmen auf Transportschäden zu kontrollieren. Eventuelle Transportschäden sind schriftlich am Lieferschein des Beförderungsunternehmens zu dokumentieren und Stadtmarketing schriftlich mitzuteilen. Unternehmer haben nach Übergabe oder nach Anforderung einer Zwischenabnahme durch Stadtmarketing die übergebenen bzw. abzunehmenden Leistungen spätestens binnen 14 Tagen jedenfalls schriftlich abzunehmen („freizugeben“) oder allfällige Mängel bzw. Schäden schriftlich zu rügen.

Im Fall einer Zwischenabnahme kann die Weiterarbeit durch Stadtmarketing erst nach erfolgter Zwischenabnahme / „Freigabe“ erfolgen. Bei nicht rechtzeitiger Abnahme oder bei vorheriger Verwendung der Leistungen im Echtbetrieb gelten die Leistungen automatisch als vom Unternehmer abgenommen.

Verdeckte Mängel bzw. Schäden, die erst nach Ablauf von 14 Tagen, jedoch innerhalb offener Garantie-, Gewährleistungs- oder Schadenersatzfristen auftreten, sind von Unternehmern ebenfalls binnen 14 Tagen ab Erkennbarkeit zu rügen.

Die Rüge des Unternehmers hat den Mangel bzw. die Schäden detailliert und nachvollziehbar zu beschreiben. Bei Mängeln bzw. Schäden, die nicht ständig auftreten, sind die exakten Zeiten und Rahmenbedingungen des Auftretens der Mängel oder Schäden anzuführen. Der Unternehmer hat dem Stadtmarketing alle zur Untersuchung und Behebung der Mängel bzw. Schäden erforderlichen Maßnahmen zu ermöglichen.

Bei nicht rechtzeitiger Rüge der Mängel durch Unternehmer sind die Geltendmachung von Garantie-, Gewährleistungs- und Schadenersatzansprüchen ausgeschlossen.

7.3. Garantie. Soweit die von Stadtmarketing vertriebenen Produkte über eine Herstellergarantie verfügen, ist diese Herstellergarantie direkt bei den Herstellern geltend zu machen.

7.4. Gewährleistung. Gegenüber Unternehmern ist das Recht auf Gewährleistung auf 6 Monate und das Recht zum Gewährleistungs-Regress auf 12 Monate ab Übergabe beschränkt bzw. bei gebrauchten Waren vollständig ausgeschlossen.

Unternehmern steht das Recht auf Verbesserung oder Austausch bzw. bei nicht wesentlichen Mängeln auch auf Preisminderung oder bei wesentlichen Mängeln auch auf Wandlung nach Wahl von Stadtmarketing zu.

7.5. Irrtum, Verkürzung über die Hälfte. Gegenüber Unternehmern ist das Recht zur Anfechtung wegen Irrtums und wegen Verkürzung über die Hälfte ausgeschlossen.

7.6. Schadenersatz. Schadenersatzansprüche des Auftraggebers, ausgenommen bei Personenschäden, sind ausgeschlossen, soweit diese bei Verträgen mit Unternehmern nicht auf krass grober Fahrlässigkeit oder Vorsatz bzw. bei Verträgen mit Konsumenten nicht auf grober Fahrlässigkeit oder Vorsatz von Stadtmarketing beruhen. Schadenersatzansprüche von Unternehmern verfallen in sechs Monaten ab Kenntnis des Schadens; jedenfalls aber nach drei Jahren ab der Verletzungshandlung.

7.7. Beweislast. Eine Beweislastumkehr zu Lasten von Stadtmarketing ist bei Verträgen mit Unternehmern ausgeschlossen. Insbesondere das Vorliegen des Mangels zum Übergabezeitpunkt, der Zeitpunkt der Feststellung des Mangels, die Rechtzeitigkeit der Mängelrüge sowie das Vorliegen und der Grad eines Verschuldens sind vom Auftraggeber zu beweisen.

7.8. Vorzeitige Auflösung aus wichtigem Grund. Unternehmer sind erst berechtigt, den Vertrag aus wichtigem Grund aufzulösen, wenn Stadtmarketing trotz schriftlicher Mahnung unter Setzung einer angemessenen, zumindest vierzehntägigen Nachfrist zur Behebung des Vertragsverstoßes aus von Stadtmarketing zu vertretenden Gründen gegen wesentliche Bestimmungen des Vertrags verstößt.

8. Widerrufsrecht von Konsumenten & Online Streitbeilegung

8.1. Widerrufsrecht. Konsumenten haben im Fernabsatz und bei außerhalb der Geschäftsräume geschlossenen Verträgen das Recht, binnen vierzehn Tagen ohne Angabe von Gründen den Vertrag zu widerrufen.

8.2. Widerrufsfrist. Die Widerrufsfrist beträgt vierzehn Tage

- im Falle eines Dienstleistungsvertrags ab dem Vertragsabschluss
- bzw. im Falle eines Vertrages über die Lieferung von Waren ab dem Tag, an dem der Konsument oder ein von ihm benannter Dritter, der nicht der Beförderer ist, die Waren in Besitz genommen hat;
- bzw. im Falle eines Vertrags über mehrere Waren, die der Konsument im Rahmen einer einheitlichen Bestellung bestellt hat und die getrennt geliefert werden, ab dem Tag an dem der Konsument oder ein von ihm benannter Dritter, der nicht der Beförderer ist, die letzte Ware in Besitz genommen hat;
- bzw. im Falle eines Vertrags über die Lieferung einer Ware in mehreren Teilsendungen oder Stücken, ab dem Tag, an dem der Konsument oder ein von ihm benannter Dritter, der nicht der Beförderer ist, die letzte Teilsendung oder das letzte Stück in Besitz genommen hat;
- bzw. im Falle eines Vertrags zur regelmäßigen Lieferung von Waren über einen festgelegten Zeitraum hinweg, ab dem Tag, an dem der Konsument oder ein von ihm benannter Dritter, der nicht der Beförderer ist, die erste Ware in Besitz genommen hat.

Zur Wahrung der Widerrufsfrist reicht es aus, dass Konsumenten die Mitteilung über die Ausübung des Widerrufsrechts vor Ablauf der Widerrufsfrist absenden.

8.3. Erklärung des Widerrufs. Um das Widerrufsrecht auszuüben, müssen Konsumenten dem Stadtmarketing mittels einer eindeutigen Erklärung (z.B. ein mit der Post versandter Brief, Fax oder E-Mail) über ihren Entschluss, diesen Vertrag zu widerrufen, informieren. Konsumenten können dafür das beigefügte Muster-Widerrufsformular verwenden, das jedoch nicht vorgeschrieben ist.

8.4. Muster-Widerrufs-Formular. (Um den Vertrag zu widerrufen, ist bitte dieses Formular ausfüllen und zurückzusenden.)

—

An die
Stadtmarketing Braunau-Simbach GmbH
Theatergasse 3
A-5280 Braunau am Inn
office@braunau-simbach.info

—

Hiermit widerrufe(n) ich/wir (*) den von mir/uns (*) abgeschlossenen Vertrag über den Kauf der folgenden Waren (*/die Erbringung der folgenden Dienstleistung (*)

—

Bestellt am (*)
Erhalten am (*)

—

Name des/der Verbraucher(s)

—

Anschrift des/der Verbraucher(s)

—

Unterschrift des/der Verbraucher(s) (nur bei Mitteilung auf Papier)

—

Datum

—

(*) Unzutreffendes streichen.

8.5. Folgen des Widerrufs. Wenn Konsumenten einen Vertrag widerrufen, hat Stadtmarketing alle Zahlungen, die die Stadtmarketing vom Konsumenten erhalten hat, einschließlich der Lieferkosten (mit Ausnahme der zusätzlichen Kosten, die sich daraus ergeben, dass der Konsument eine andere Art der Lieferung als die von Stadtmarketing angebotene, günstigste Standardlieferung gewählt hat), unverzüglich und spätestens binnen vierzehn Tagen ab dem Tag zurückzuzahlen, an dem die Mitteilung über den Widerruf dieses Vertrags bei Stadtmarketing eingegangen ist. Für diese Rückzahlung verwendet Stadtmarketing dasselbe Zahlungsmittel, das der Konsument bei der ursprünglichen Transaktion eingesetzt hat, es sei denn, mit dem Konsumenten wurde ausdrücklich etwas anderes vereinbart; in keinem Fall werden dem Konsumenten wegen dieser Rückzahlung Entgelte berechnet.

Der Konsument hat die Waren unverzüglich und in jedem Fall spätestens binnen vierzehn Tagen ab dem Tag, an dem der Konsument Stadtmarketing über den Widerruf dieses Vertrags unterrichtet, an Stadtmarketing zurückzusenden oder zu übergeben. Die Frist ist gewahrt, wenn der Konsument die Waren vor Ablauf der Frist von vierzehn Tagen absendet. Stadtmarketing kann die Rückzahlung verweigern, bis Stadtmarketing die Waren wieder zurückerhalten hat oder bis der Konsument den Nachweis erbracht hat, dass der Konsument die Waren zurückgesandt hat, je nachdem, welches der frühere Zeitpunkt ist.

Der Konsument trägt die unmittelbaren Kosten der Rücksendung der Waren.

Der Konsument muss für einen etwaigen Wertverlust der Waren nur aufkommen, wenn dieser Wertverlust auf einen zur Prüfung der Beschaffenheit, Eigenschaften und Funktionsweise der Waren nicht notwendigen Umgang mit ihnen zurückzuführen ist.

8.6. Ausschluss des Widerrufsrechts. Der Konsument hat unter anderem kein Rücktrittsrecht bei Fernabsatzverträgen oder außerhalb von Geschäftsräumen geschlossenen, einen Betrag von 50 EUR übersteigenden Verträgen über:

a. Waren, die nach Kundenspezifikationen angefertigt werden oder eindeutig auf die persönlichen Bedürfnisse zugeschnitten sind,

b. Waren, die nach ihrer Lieferung aufgrund ihrer Beschaffenheit untrennbar mit anderen Gütern vermischt wurden,

c. Waren, die schnell verderben können oder deren Verfallsdatum schnell überschritten würde,

d. Waren, die versiegelt geliefert werden und aus Gründen des Gesundheitsschutzes oder aus Hygienegründen nicht zur Rückgabe geeignet sind, sofern deren Versiegelung nach der Lieferung entfernt wurde,

e. Ton- oder Videoaufnahmen oder Computersoftware, die in einer versiegelten Packung geliefert werden, sofern deren Versiegelung nach der Lieferung entfernt wurde,

f. Zeitungen, Zeitschriften oder Illustrierte mit Ausnahme von Abonnement-Verträgen über die Lieferung solcher Publikationen,

g. die Lieferung von nicht auf einem körperlichen Datenträger gespeicherten digitalen Inhalten, wenn das Stadtmarketing – mit ausdrücklicher Zustimmung des Verbrauchers verbunden mit dessen Kenntnisnahme vom Verlust des Rücktrittsrechts bei vorzeitigem Beginn der Vertragserfüllung, und nach Zurverfügungstellung einer Ausfertigung oder Bestätigung – noch vor Ablauf der Rücktrittsfrist mit der Lieferung begonnen hat, sowie

h. Dienstleistungen, wenn Stadtmarketing – auf Grundlage eines ausdrücklichen Verlangens des Konsumenten sowie einer Bestätigung des Konsumenten über dessen Kenntnis vom Verlust des Rücktrittsrechts bei vollständiger Vertragserfüllung – noch vor Ablauf der Rücktrittsfrist mit der Ausführung der Dienstleistung begonnen hatte und die Dienstleistung sodann vollständig erbracht wurde,

i. dringende Reparatur- oder Instandhaltungsarbeiten, bei denen der Konsument das Stadtmarketing ausdrücklich zu einem Besuch zur Ausführung dieser Arbeiten aufgefordert hat. Erbringt Stadtmarketing bei einem solchen Besuch weitere Dienstleistungen, die der Konsument nicht ausdrücklich verlangt hat, oder liefert Stadtmarketing Waren, die bei der Instandhaltung oder Reparatur nicht unbedingt als Ersatzteile benötigt werden, so steht dem Konsumenten hinsichtlich dieser zusätzlichen Dienstleistungen oder Waren das Rücktrittsrecht zu,

j. Dienstleistungen in den Bereichen Beherbergung zu anderen als zu Wohnzwecken, Beförderung von Waren, Vermietung von Kraftfahrzeugen sowie Lieferung von Speisen und Getränken und Dienstleistungen, die im Zusammenhang mit Freizeitbetätigungen erbracht werden, sofern jeweils für die Vertragserfüllung durch den Unternehmer ein bestimmter Zeitpunkt oder Zeitraum vertraglich vorgesehen ist,

8.7. Online Streitbeilegungsplattform. Zur Schlichtung von Streitigkeiten hat die EU eine „Online Streitbeilegungsplattform“ (ec.europa.eu/od) errichtet. Stadtmarketing entscheidet über eine Teilnahme an einem Streitschlichtungsverfahren im Einzelfall. Bei Fragen zur Streitschlichtung steht Stadtmarketing unter office@braunau-simbach.info zur Verfügung.

9. Schlussbestimmungen

9.1. Anzuwendendes Recht. Auf die Rechtsbeziehungen zwischen dem Auftraggeber und der Stadtmarketing Braunau-Simbach GmbH ist ausschließlich österreichisches Recht unter Ausschluss der internationalen

Verweisungsnormen anzuwenden. Die Bestimmungen des UN-Kaufrechts finden keine Anwendung.

9.2. Gerichtsstand. Als Gerichtsstand für alle Streitigkeiten zwischen Stadtmarketing und Unternehmern wird das sachlich zuständige österreichische Gericht in Ried im Innkreis vereinbart. Stadtmarketing ist aber auch zur Klage am allgemeinen Gerichtsstand von Stadtmarketing und des Unternehmers berechtigt.