

ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN

FLAGSHIP Leitner GmbH
Schimmelgasse 10 // 1 / GL1
A1030 Wien
Tel: 012082341
Robert Leitner

Präambel

(Allgemeine Grundlagen der Zusammenarbeit)

- 1. Diese „Allgemeinen Geschäftsbedingungen für Werbearchitekt“ (im folgenden AGB genannt) dienen dem Zweck, Rechte und Pflichten – sofern sie über zwingendes Recht hinausgehen – sowohl des Werbearchitekten als auch seines Auftraggebers festzulegen und im Geschäftsverkehr möglichst klare Auftragsverhältnisse zu schaffen.
- 2. Die AGB sind integrierender Bestandteil von Werkverträgen, die die fachmännische Durchführung von Aufträgen im Bereich des Werbearchitekten, d.h. in den u.a. im Berufsbild des Werbearchitekt dargestellten Tätigkeitsbereichen, zum Gegenstand haben.
- 3. Der Werbearchitekt ist berechtigt, den Auftrag durch sachverständige, unselbstständig beschäftigte Mitarbeiter oder gewerblich/freiberufliche Kooperationspartner (ganz oder teilweise) durchführen zu lassen. Die Mitarbeit spezialisierter Partner ist schriftlich zu vereinbaren.
- 4. Der Auftraggeber sorgt dafür, dass die organisatorischen Rahmenbedingungen zur Erfüllung des Auftrages an seinem Geschäftssitz/dem Erfüllungsort – sofern dies nicht Teil des Auftrages ist – ein möglichst ungestörtes, dem raschen Fortgang der Konzeptions-, Entwurfs- und Ausführungsarbeiten förderliches Arbeiten erlauben.
- 5. Der Auftraggeber sorgt weiters dafür, dass dem Werbearchitekt auch ohne dessen ausdrückliche Aufforderung alle für die Erfüllung des Auftrages notwendigen Unterlagen zeitgerecht vorgelegt werden und ihm von allen Vorgängen und Umständen Kenntnis gegeben wird, die für die Ausführung des Auftrages von Bedeutung sind. Dies gilt auch für alle Unterlagen, Vorgänge und Umstände, die erst während der Auftrags Erfüllung bekannt werden.
- 6. Der Tätigkeit des Werbearchitekten liegt in der Regel eine Vereinbarung mit dem Auftraggeber zugrunde, die sowohl den Umfang der Leistungen als auch das dafür in Rechnung zu stellende Entgelt beinhaltet. Es empfiehlt sich, die vom Fachverband Werbung und Marktkommunikation aufgelegten Muster-Auftragsformulare zu verwenden und gegengezeichnete Gesprächsprotokolle zu verfassen.

Art. 1

Geltungsbereich und Umfang des Auftrages

1. Die AGB gelten, wenn ihre Anwendung ausdrücklich vereinbart wurde.
2. Zur Festlegung möglichst klarer Auftragsverhältnisse werden zwischen den Vertragspartnern Geltungsbereich und Umfang des Auftrages in einer Leistungsbeschreibung so detailliert wie nur möglich definiert. Eine derartige Leistungsbeschreibung enthält zumindest genaue Angaben über folgende Teilbereiche der Leis-

tungserstellung:

- General-/Subunternehmerauftrag
 - Graphik-Design (Entwurf, Ausführungspläne), Ausführung
 - kreativer/handwerklicher Leistungsumfang
 - Fremdleistungen (Lieferungen Dritter)
3. Für die Leistungserstellung sind ausreichende Auftragsgrundlagen unabdingbare Voraussetzung.

Es sind dies vor allem:

- Umfassendes Briefing
- Beistellung detaillierter Unterlagen
- Geschäftsbedingungen etc.

Art. 2

Ausführungs- und Lieferfristen

- 1. Bei Übernahme eines Werbearchitekten-Auftrages sind die Abhängigkeit vom Auftragsumfang präzise Vereinbarungen betreffend die Fristigkeit der auszuführenden Werbearchitekt-Arbeiten bzw. der Lieferungen zutreffen.
- 2. Die in Auftrag gegebenen Leistungen gelten mit der vom Auftraggeber schriftlich bestätigten Übergabe des Werkes als erbracht.
- 3. Die vertraglich vereinbarte Lieferzeit beginnt mit dem Tag der Annahmedes Auftrages durch den Werbearchitekt, wenn alle notwendigen Arbeitsunterlagen vom Auftraggeber als Kunden zur Verfügung gestellt wurden. Die vereinbarten Liefertermine sind grundsätzlich einzuhalten. Insoweit ein Schaden auf einem Verschulden des Werbearchitekten, ausgenommen bei Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit, beruht, ist eine allfällige Schadenersatzpflicht gegenüber dem Kunden als Auftraggeber mit der Höhe des Rechnungsbetrages über den vereinbarten Auftrag begrenzt.

Art. 3

Entgeltlichkeit von Präsentationen

- 1. Die Einladung des Auftraggebers eine Präsentation zu erstellen (Vorentwurf), gilt als Auftrag, einen definierten Leistungsinhalt zu erbringen, der einen Rechtsanspruch auf Entgeltlichkeit der Präsentation begründet. Die Höhe des Entgelts richtet sich nach der jeweiligen Vereinbarung. Sollte anlässlich der Einladung des Entgeltes nicht vereinbart worden sein, so gebührt ein angemessenes Entgelt.
- 2. Alle Leistungen des Werbearchitekten erfolgen gegen Entgelt, lediglich die zur Offertlegung nötige Erstellung von Leistungs-, Zeit- und Kostenplänen erfolgt kostenlos. Dem Werbearchitekt ist es nicht gestattet, Konzepte oder Gestaltungsvorschläge unentgeltlich vorzulegen.

Die Einladung des Auftraggebers, eine Präsentation mit Vorentwürfen zu erstellen, gilt als Auftrag, einen definierten Leistungsinhalt zu erbringen und als Willenserklärung des Auftraggebers, einen Auftrag zur Ausführung der gewünschten Arbeiten in vollem Umfang zu vergeben. Die Höhe des Präsentationsentgeltes ist frei vereinbar, umfasst im Zweifelsfall die Hälfte des Gestaltungshonorares nach den Honorar-Richtlinien. Durch die Abhaltung des Präsentationsauftrages gilt ein Präsentationsauftrag als erteilt, angenommen und erfüllt.

Vergibt ein Auftraggeber oder Auslober eines Präsentationswettbewerbes nach erfolgter Präsentation überhaupt keinen oder nur einen erheblichen reduzierten Auftrag an den Werbegestalter oder einen Präsentationsmitbewerber, steht dem Werbegestalter das volle Gestaltungshonorar anstelle des reduzierten Präsentationshonorars zu.

Das Präsentationsentgelt beinhaltet keine Einräumung von Rechten. Die Inhalte und Vorschläge einer Präsentation sind urheberrechtlich geschützt.

Art. 4

Urheberrechtliche Bestimmungen und Nutzungsrechte

1. Das gesetzliche Urheberrecht des Werbearchitekten an seinen Arbeiten ist unverzichtbar.
2. Der Auftraggeber ist verpflichtet dafür zu sorgen, dass die Leistungen des Werbegestalters nur für den jeweils vereinbarten Auftragszweck Verwendung finden.
3. Die dem Kunden eingeräumten Werknutzungsrechte dürfen nur mit ausdrücklicher Zustimmung des Werbearchitekten als Urheber an Dritte entgeltlich oder unentgeltlich übertragen werden. Bei weiterer, darüber hinausgehender Nutzung ist grundsätzlich Rücksprache mit dem Urheber zu halten.
4. Der Kunde ist erst nach ordnungsgemäßer Bezahlung des vereinbarten Honorars befugt, die urheberrechtlich geschätzten Leistungen in der vereinbarten Art und Weise zu nutzen.
5. Urheberrechtlich geschätzte Leistungen dürfen weder im Original noch bei der Reproduktion ohne Genehmigung des Urhebers geändert werden. Nachahmungen, welcher Art auch immer, sind unzulässig.
6. Die Entwurfsoriginale bleiben Eigentum des Urhebers und können nach erfolgter Verwendung zurückgefordert werden. Eine Archivierung erfolgt nach Absprache (insbesondere über die Dauer).
7. Werden urheberrechtliche Leistungen des Werbearchitekten über die vereinbarte Form, den Zweck und Umfang hinaus genutzt, so ist der Kunde verpflichtet, dem Werbearchitekt hierfür ein weiteres angemessenes Honorar zu bezahlen. Dies gilt auch im Fall der Neuauflage eines Druckwerkes.
8. Bei urheberrechtlich geschützten Leistungen des Werbearchitekten, deren Nutzungsumfang bei Vertragsabschluss noch nicht feststeht oder die als Handelsobjekt im geschäftlichen Verkehr zur unbeschränkten Nutzung geeignet sind, besteht das Honorar aus zwei Teilen: zum Einen als Honorar für die Ausarbeitung im Original und zum Zweiten als Vergütung für die unbeschränkte Übertragung der Nutzungsrechte (Copyright).
9. Ist bei Vertragsabschluss die Vergütung für die uneingeschränkte Übertragung aller Nutzungsrechte ausdrücklich festgelegt worden, so stellt im Zweifel das vereinbarte Honorar lediglich das Entgelt für die Ausarbeitung der in Auftrag gegebenen Leistungen dar.
10. Der Werbearchitekt ist zur Anbringung seines Firmenwortlautes einschließlich des dazugehörigen Corporate Design auf jedem von ihm entworfenen Objekt in angemessener Größe berechtigt.

Art. 5

Verschwiegenheitspflicht

1. Der Werbearchitekt behandelt alle internen Vorgänge und erhaltenen Informationen, die ihm durch die Arbeit beim und mit dem Kunden bekannt geworden sind, streng vertraulich; insbesondere werden auftragsbezogene Unterlagen Dritten nur mit ausdrücklicher Zustimmung des Auftraggebers zugänglich gemacht.
2. Der Werbearchitekt hat seine Mitarbeiter und Angestellten zur Beachtung dieser Grundsätze anzuhalten, er verbürgt sich für deren Verhalten.

Art. 6

Urheberrechtliche Bestimmungen und Nutzungsrechte

1. Für den Fall der Überschreitung einer vereinbarten Lieferzeit aus alleinigem Verschulden des Werbearchitekten ist der Auftraggeber berechtigt, mittels eingeschriebenem Brief vom Vertrag zurückzutreten, wenn auch innerhalb einer angemessenen Nachfrist die vereinbarte Leistung in wesentlichen Teilen ohne Verschulden des Auftraggebers nicht erbracht wird.
2. Höhere Gewalt, Arbeitskonflikte, Naturkatastrophen und Transportsperren entbinden den Werbearchitekten von der Lieferverpflichtung bzw. gestatten ihm eine Neufestsetzung der vereinbarten Lieferfrist.
3. Stornierungen durch den Auftraggeber sind nur mit schriftlicher Zustimmung des Werbearchitekten möglich. Im Fall eines Stornos hat der Werbearchitekt das Recht, neben den erbrachten Leistungen und aufgelaufenen Kosten eine angemessene Stornogebühr zu verrechnen.

Art. 7

Erfüllungsort und -zeit

1. Wenn nichts anderes vereinbart ist, erbringt der Werbearchitekt seine Leistungen an seinem Geschäftssitz.
2. Die vertraglich vereinbarte Lieferzeit ist vom Werbearchitekt grundsätzlich einzuhalten. Bei vom Werbearchitekt zu verantwortenden Lieferverzug inkl. Nachfrist ist dieser verpflichtet, für den nachweislichen Schaden Ersatz gemäß den gesetzlichen Bestimmungen zu leisten.

Art. 8**Honoraransprüche und Zahlungsbedingungen**

1. Der Werbearchitekt hat als Gegenleistung zur Erbringung seiner Leistungen Anspruch auf Bezahlung eines angemessenen Honorars durch den Auftraggeber.
2. Das Gesamthonorar setzt sich gemäß den Honorar-Richtlinien der Werbegestalter (unverbindliche Verbandsempfehlung gemäß § 32 Kartellgesetz) im Regelfall aus folgenden Faktoren zusammen:
 - Konzeption (Vorentwurf, konzeptioneller Problemlösungsansatz, Skizze, Scribbles, Präsentation von Entwurfsarbeiten etc.)
 - Entwurfsausarbeitung (Layout, Muster, Kalkulation etc.)
 - Werknutzungsart (Copyright, Nutzungshonorar)
 - Nebenleistungen (Modelle, Beschaffung auftragspezifischer Informationen, Produktionsüberwachung usw.)
 - Zuschläge zum Honorar (Leistungen außerhalb der Normalarbeitszeit und außerhalb Österreichs)
 - Nebenkosten (Reisespesen, Telefonkosten etc.)
 - Fremdleistungen
3. Die vom Werbearchitekt gelegten Rechnungen inklusive Umsatzsteuer sind zu den vereinbarten Konditionen ohne jeden Abzug und spesenfrei zahlbar. Bei Zahlungsverzug werden Verzugszinsen im banküblichen Ausmaß verrechnet. Für Teilrechnungen gelten die für den Gesamtauftrag festgelegten Zahlungsbedingungen analog.
4. Bei Aufträgen, die mehrere Einheiten bzw. Arbeitsschritte umfassen, ist der Auftragnehmer berechtigt, nach Lieferung jeder einzelnen Einheit oder Leistung Rechnung zu legen.
5. Der Auftraggeber ist nicht berechtigt, Zahlungen wegen nicht vollständiger Gesamtleistung, Garantie- oder Gewährleistungsansprüchen oder Bemängelung zurückzuhalten.

Art. 9**Honorarhöhe**

1. Sofern nichts anderes schriftlich vereinbart wurde, richtet sich die Höhe des Honorars nach den zur Zeit der Ausstellung der Honorarnote geltenden einschlägigen Bestimmungen der vom Fachverband Werbung und Marktkommunikation und Design Austria herausgegebenen Honorar-Richtlinien.
2. Das Gesamthonorar umfasst die Honorarteile Gestaltung, Nutzung, Ausführung sowie Nebenleistungen und Nebenkosten zuzüglich der gesetzlichen Umsatzsteuer.

Das Gesamthonorar ist ohne Abzug zahlbar und spätestens mit der durch den Werbearchitekten angebotenen Übergabe des Werkes fällig. Wird das beauftragte Werk in Teilen zur Übergabe bereitgestellt, so sind entsprechende Honorarteile und Nebenkosten jeweils zu diesen Zeitpunkten fällig. Bei Zahlungsverzug gelten ab Fälligkeit 1 % Zinsen pro Monat als Verzugszinsen vereinbart. Befindet sich der Auftraggeber mit der Bezahlung eines fälligen Betrages in Verzug, so ist der Werbearchitekt nicht verpflichtet, weitere Leistungen bis zur Begleichung des ausstehenden Betrages zu erbringen. Der Auftraggeber ist nicht berechtigt, Forderungen mit Honoraransprüchen gegenzurechnen oder Zahlungen wegen Bemängelung zurückzuhalten.

Art. 10**Haftung und Gewährleistung**

1. Der Werbearchitekt ist verpflichtet, die ihm erteilten Aufträge sorgfältig und fachgerecht auszuführen und dabei alle Interessen seines Kunden zu wahren. Er haftet für Schäden nur im Falle, dass ihm Vorsatz oder grobe Fahrlässigkeit nachgewiesen werden kann, und zwar im Rahmen der gesetzlichen Vorschriften.
2. Der Auftraggeber seinerseits haftet dafür, dass dem Werbearchitekt die zur Erstellung der Leistung notwendigen Unterlagen und Informationen zeitgerecht zur Verfügung gestellt werden.
3. Schadenersatzanspruch kann nur innerhalb von sechs Monaten nachdem der oder die Anspruchsberechtigten vom Schaden Kenntnis erlangt haben, spätestens jedoch drei Jahre nach dem anspruchsbegründeten Ereignis – eingeschränkt auf die vom Werbearchitekt abgedeckten Aufgabenbereiche – gerichtlich geltend gemacht werden.
4. Wird die Tätigkeit unter Einschaltung eines Dritten durchgeführt und der Auftraggeber hiervon benachrichtigt, so gelten nach Gesetz und den Geschäftsbedingungen des Dritten entstehende Gewährleistungs- und Haftungsansprüche gegen den Dritten als auf den Auftraggeber abgetreten.
5. Der Auftraggeber hat Anspruch auf kostenlose Beseitigung von Mängeln, sofern diese vom Werbearchitekt zu vertreten sind und ihm umgehend nach Kenntnis mitgeteilt wurden. Dieser Anspruch erlischt sechs Monate nach Erbringung der beanstandeten Leistung des Werbearchitekten.
6. Der Auftraggeber hat bei Fehlschlägen der Nachbesserung etwaiger Mängel Anspruch auf Minderung bzw. falls die erbrachte Leistung infolge des Fehlschlages der Nachbesserung für den Auftraggeber zu Recht ohne Interesse ist, das Recht auf Wandlung.

Art. 11**Anzuwendendes Recht, Gerichtsstand**

1. Für den Auftrag, seine Durchführung und sich daraus ergebende Ansprüche gilt für österreichisches Recht, sofern nichts anderes vereinbart wurde.
2. Für Streitigkeiten ist das Gericht am Geschäftssitz des Werbearchitekten zuständig.

Art. 12**Sonstiges**

Für den Fall, dass einzelne Bestimmungen der AGB unwirksam werden sollten, berührt dies die Wirksamkeit der verbleibenden Bestimmungen nicht.

Allgemeine Geschäftsbedingungen des Fachverbandes

Das Honorar

Honorarniveau

Das Honorarniveau basiert auf regelmäßigen Erhebungen von Design Austria sowie vom Fachverband Werbung und Marktkommunikation in ganz Österreich und repräsentiert Durchschnittssätze.

Über dem Durchschnitt liegen sowohl die Honorare besonders qualifizierter, namhafter Gestalter als auch jene von Spezialisten, wenn deren Spezialgebiet beansprucht wird. Ebenso können schwierige Aufgabenstellungen höhere Honorare rechtfertigen.

Unter den Durchschnittssätzen liegen die Honorare von Gestaltern in den ersten fünf Jahren ihrer Arbeitstätigkeit, da sie noch nicht über ausreichende Berufserfahrung verfügen und auch ihren Berufsstart durch ein entsprechendes Honorarniveau erleichtern wollen, wie auch die von Studenten. Bei einer Sachverständigen-Anfrage werden die auf den folgenden Seiten angeführten Honorare als in Österreich üblich genannt, sofern die jeweiligen Werke im Sinne der „Allgemeinen Auftragsbedingungen“ geschaffen wurden und der Leistungsumfang den Angaben dieser Honorar-Richtlinien entspricht.

Honorarzusammensetzung

Drei Teile bilden das Grafik-Design-Honorar.

- 1 Gestaltungswerk (berechnet aus Zeitaufwand mal Stundensatz – für jede Nutzungsart gleich);
- 2 Nutzungshonorar (gemäß Kommunikations-(Nutzungs-)Gebiet und Nutzungsumfang);
- 3 Ausführung (Reinzeichnung pro Seite, allfällige Nebenleistungen und Nebenkosten).

Die Gestaltungswerk (1) besteht aus

- 1.1 Grafik-Design von der Idee und Scribbles bis zu Detailentwürfen und Präsentationslayouts;
- 1.2 allfälligen Bildelementen wie Illustrationen, Artworks, Fotos, Diagrammen und anderen Abbildungen.

In eine Arbeit eingefügte Bildelemente (1.2) sind grundsätzlich nicht Teil der Grafik-Design-Arbeit (1.1), sondern werden als gesonderte Teile nach den Honorarsätzen für Bildelemente, Illustration oder Fotografie berechnet. Die erfolgt unabhängig davon, ob diese Elemente von externen Spezialisten oder dem Grafik-Designer selbst erbracht werden.

Die Ausführung (3) beinhaltet

- 3.1 das Reinzeichnungshonorar – Fixpreise pro Seite für (entweder a, b oder c)

- a) produktionsgerechte Datenaufbereitung (Standardfall) oder
- b) Produktionsanweisungen (zu den Layouts bei umfangreichen Publikationen etc. oder
- c) Stylesheet (digitale Muster) zur Ausführung durch Dritte/kundeneigene Werbeabteilung

- 3.2 allfällige Nebenleistungen wie Recherchen, Unterlagenaufbereitung, Werbetext, Korrekturlesen, 3D-Muster, Workshops, Produktionsberatung, -koordination,

-überwachung etc.;

- 3.3 allfällige Nebenkosten wie Scan, Repro, Proofs, Satz, Filmbelichtung, Charts, Botendienste, Reise-, Modellkosten etc.

Reinzeichnungen im Printbereich sind heute ein gewerbliches Nebenprodukt der Design-Arbeit. Dies trägt der Computer-Arbeitsmethode Rechnung, wo bei Vorliegen der Reinlayouts mit Originaltext bereits ein erheblicher Teil der Reinzeichnungsarbeit erledigt ist.

Die Reinzeichnungs-Seiten-/Blatt-/Element-Honorare sind neben den Tabellen genannt. Für Standard-Print-Seiten gelten EUR 80.

Alle genannten Honorare sind Nettobeträge. Dazu kommt die gesetzliche Umsatzsteuer.

Die Honorare für Gestaltung {1} und Ausführung {3} sind für alle Auftraggeber und Nutzungsarten gleich. Der projektabhängig variable Teil der Honorarberechnung liegt im Nutzungshonorar {2}.

Das Nutzungshonorar {2} wird aus Gestaltungshonorar {1}

mal den entsprechenden Faktoren für Kommunikations-{Nutzungs-}Gebiet, vereinbarter Nutzungsdauer, Nutzungs- und Auftragsart berechnet und zu {1} hinzugerechnet.

Ein Werknutzungsrecht kann auch ohne Reinzeichnung erworben werden (wenn z.B. der Kunde die Ausführung in der eigenen Werbeabteilung durchführen lassen will) – Fall {DB}, siehe unten.

Umgekehrt kann der Auftraggeber auf die Nutzung verzichten. Dies ist aber honorarwirksam nur während der Entwicklungsarbeit möglich, nicht im Nachhinein. Bei Nutzungsverzicht wird keine Nutzungshonorar-Anteil verrechnet, jedoch alle bis dahin geleisteten Arbeiten („Ablehnungshonorar“).

Vier Faktoren (K, E, N,A) bestimmen das Nutzungshonorar.

K Kommunikations-{Nutzungs-}Gebiet:

lokal/regional/national/europaweit/weltweit sowie reduzierte Sätze für geförderte kulturelle oder karitative Projekte

E Einsatz-/Nutzungs-Zeitraum: einmalige Nutzung/1 {werbe-} Jahr/Dauernutzung

N Nutzungsart: zweckgebundenes Nutzungsrecht/Nutzungsrecht ohne Zweckbindung (R)/Nutzungs- und Bearbeitungsrecht durch Dritte samt Datenübergabe *) {DB}

A Ramenvereinbarung (R)* die Tabelle enthält den gemeinsamen Fall Dauernutzung und Bearbeitungsrecht samt Datenübergabe.

In manchen Fällen ist eine zweistufige Vorgangsweise nötig, wenn zuerst der Stil (meist einer Gruppe von Themen) als „look and feel“ präsentiert und entschieden, danach erst Thema für Thema mit konkreten Inhalten und allen Details gestaltet, präsentiert und ausgeführt wird.

Die beiden Stufen werden auch als „design frame“ (Rahmen) und „content design“ (Inhalt), in den Tabellen als „Basis-Design“ und „Detail-Design“ bezeichnet. Beispiele: neues Zeitungs-/Web-Site- Design {frame} und die erste und alle folgenden Editionen {content}.

Zweistufige Gestaltung

Basis-Design für koordiniertes Design eines Gesamtwerks oder einer Serie mit allgemeingültigen Präsentationsmustern (mehnteiliger Geschäftsbericht, Anzeigen-Kampagne, Packungsfamilie).

Detail-Design aller Teile mit konkreten Texten und Bildern etc., innerhalb des genehmigten Basis-Design (Seiten eines Geschäftsberichtes, Anzeigen einer Kampagne, Packungen einer Serie) gegebenenfalls mit nochmaligen Reinlayouts. Im Tabellenteil sind die Werte für „Basis-Design“ und „XY innerhalb Basis-Design“ zu wählen.

Einstufige Gestaltung

Einzel-Gestaltung aller Elemente ohne Basis-Design (Einzel-Broschüre, -Anzeige, -Packung).

Im Tabellenteil sind die Werte für „Einzel-XY“ zu wählen. In einigen Bereichen, bei Themen, deren Umfang (z.B. Seitenanzahl einer Broschüre) variabel ist, wurden die einzelnen Teile getrennt genannt (Titel, Bildseite, Serien-Textseite, Antwortkarte etc.) Dies ermöglicht die einfache Berechnung für den zutreffenden Umfang durch Summenbildung.

Der Auftrag

Aufträge in ständiger, geregelter Zusammenarbeit mit einem Auftraggeber oder Projektaufträge für eine Gruppen zusammengehöriger Themen sind effizienter (kostengünstiger) durchführbar als Einzelaufträge.

Dem wird durch drei Auftragskategorien (A) Rechnung getragen:

Einzelaufträge erfordern Einarbeitung in Themenkreis, Zielgruppen- und Kundenbesonderheiten und höhere Honorare.

Rahmenvereinbarungen (Exklusiv-Betreuung, Design-Agenturvertrag) sichern dem Kunden und Grafik-Designer wechselseitig Exklusivität, ermöglichen optimale Terminplanung und Nutzung des wachsenden Know-How-Potentials. Ein Exklusiv-Betreuungsvertrag, meist die Folge einer Grundsatzpräsentation, bietet dem Auftraggeber und Grafik-Designer Konkurrenzausschluss für ein vertraglich definiertes Auftrags-/Arbeitsgebiet auf die Vertragsdauer (meist zwei Jahre).

Corporate Design-Folgebetreuung berücksichtigt den Know-How-Vorsprung, den der Schöpfer eines visuellen Erscheinungsbildes und/oder eines CD-Manuals gegenüber Dritten hat, zum Vorteil des Auftraggebers durch niedrigere Honorarsätze innerhalb einer Rahmenvereinbarung (siehe oben). Im Tabellenteil wurde der Standardfall, die Rahmenvereinbarung, gewählt. Die Umrechnung in Einzelauftragshonorare erfolgt durch Multiplikation der Nutzungshonorare mit Faktor 1,4, in jene für Corporate Design-Folgebetreuung mit 0,7.

Die angeführten Beispiele sind Mittelwerte für Arbeiten, welche ohne längere zeitliche Unterbrechung kontinuierlich abgewickelt werden können. Unterbrechungen, die den geplanten Ablauf verzögern und nicht im Einflussbereich des Gestalters liegen, erfordern höheren Zeitaufwand und berechtigen zu erhöhten Honoraren, auch als Abgeltung für bereitgestellte und nicht genutzte Arbeitskapazität.

Gestaltungsaufträge im Sinn dieser Richtlinien haben die Einräumung von Nutzungsrechten zum Ziel, nicht den Erwerb von Entwürfen, Original-Artworks etc. Dazu ist ein frei vereinbarter Kaufvertrag erforderlich. Die Honorare gelten auch nicht für die kommerzielle Vermarktung des Design an sich (Merchandising). Dies erfordert frei zu vereinbarende Lizenzverträge.

Die Leistung

Die in den Honorar-Richtlinien genannten Beträge gelten für Aufträge, die im Sinne der „Allgemeinen Auftragsbedingungen“ abgewickelt wurden und den üblichen Leistungsumfang umfassen, dessen einzelne Leistungsteile/Arbeitsschritte im Folgenden genau umrissen sind. Werden seitens des Gestalters eigenmächtig einzelne Schritte übersprungen, wird also nicht die Gesamtleistung erbracht, dürfen diese Honorar-Richtlinien nicht als Grundlage verwendet werden. Dies gilt allerdings nicht, wenn auf Wunsch des Auftraggebers ein verkürzter Ablauf verlangt wird, jedoch für die Abwicklung alle Teile nachweislich notwendig sind.

Werden über den definierten Umfang hinausgehende Leistungen gewünscht oder sind solche für die ordnungsgemäße Abwicklung erforderlich, sind diese Arbeiten gesondert zu honorieren.

Standardleistung

Die folgenden Leistungen bzw. Arbeitsschritte sind für die Auftragsabwicklung notwendig und in den entsprechenden

Honoraren berücksichtigt:

Gestaltungsarbeit (1)

- Briefing-Gespräch, Briefing-Analyse, gegebenenfalls Dialog oder Re-Briefing
- eigentlicher grafischer Entwurf (Basis- und/oder Detail-Design)
- Entwurfsauswahl, Abstimmung mit allen Punkten des Briefings und technischen Erfordernissen
- Präsentation von Reinlayouts einer einzigen Entwurfsversion als Entscheidungsgrundlage (Basis-Design mit konkreten Inhalten)
- Übergabegespräch, gegebenenfalls Behebung sachlich begründeter Schwachstellen. Nicht enthaltene Mehrleistungen sind:

Studium, Aufbereitung, Analyse umfangreicher, beigelegter Unterlagen wie Konkurrenzmaterial, Manuskripte, Fachliteratur, Marktforschungs-Studien; zusätzliche, geschmacklich begründete Alternativen, Layout-Wiederholungen infolge von Briefing-Änderungen; Formgebungsvorschläge, Dummies, Musterbau; Mitarbeiter-Präsentationen, Motivations-/Informationsgespräche oder -vorträge etc.

Ausführung (3)

- Kontaktgespräch
- Spezifikationen, Vergabe und Kontrolle nötiger Nebenarbeiten zur Erstellung der einzelnen Elemente wie Fotos, Scans, Proofs, Illustrationen, Musterbau, Satz, Farbprobendrucke etc. an Dritte oder zur honorarpflichtigen Durchführung an das eigene Studio.
- Eigentliche Reinausführung in der vereinbarten Form
- a) Bereitstellung der belichtungsreifen, farbseparierten Computerdaten
- b) Layouts oder Werkzeugzeichnungen inkl. produktionstechnischer Anweisungen
- c) Daten auf CD-ROM samt Laserausdrucken mit genauen Typodaten und Maßangaben
- vor Weitergabe an die Produktion (Druckerei, Medien) Übergabe von Schwarzweiß- Laserdrucken an den Auftraggeber zur Kontrolle von Satz und Bildzuordnungen sowie allfälliger Proofs oder Andrucke zur Farbfreigabe
- Behebung allfälliger, vom Gestalter zu verantwortender, sachlicher Mängel. Nicht enthaltene

Mehrleistungen sind:

Autokorrekturen, rein geschmacklich, nicht sachlich begründete Änderungen; bei Fotografie/Film: Casting, Location-Check, Styling und Foto-/Film-Regie; Erstellung der unter (1.2) genannten Bildelemente; Korrekturlesen, Fremdsprachenersatz; bei Web-Design: Programmierung oder Kontrolle vom Kunden gewünschter Programmierer; bei Druckaufträgen: Farbabstimmung und Produktionskontrolle.

Nutzung (2)

- Zurverfügungstellung der Ausführungs-Originale (Artworks oder Computerdaten) für die Dauer, die für die vereinbarte Nutzung (Vervielfältigung) notwendig ist.
- Einräumung der vereinbarten Rechte für die Nutzung einschließlich allfälliger Rechte an Dritte (1.1).

Nicht enthalten sind:

die Rechte der im Auftrag des Kunden beschafften Elemente (1.2), insbesondere Bildrechte; das Eigentum an Originalen, Artworks, Dias, Computerdaten *), vom Designer lizenzierten Fonts; die Versandkosten für Druckunterlagen/Daten (ISDN-Transfer oder Botendienste). Werkzeugzeichnungen und Film-Reinausführungen bleiben im Eigentum des Auftraggebers.

*) Computerdaten bleiben nur bei vereinbartem Bearbeitungsrecht samt Datenübergabe beim Kunden

Die Nutzung

Kommunikations-(Nutzungs-)Gebiet

Dies ist der geografische Raum der vom Kunden beabsichtigten Nutzung (Verbreitung) der Design- Leistung.

Die Abgrenzung erfolgt folgendermaßen:

- lokal: Handels-, Gewerbe- oder kleine Touristik-Betriebe mit einem einzigen Standort
- regional: Bundesland, Tourismus-Region
- national: Österreich resp. Beschränkung auf ein definiertes Staatsgebiet
- europaweit: Gesamteuropa, nicht nur EU, einschließlich Mittelmeer-Anrainerstaaten
- weltweit: weltweit

Eine zusätzliche Reduktion der Nutzungshonorare ist nach Ermessen des Grafik-Designers für geförderte oder förderungswürdige kulturelle und karitative Projekte/Organisationen üblich. Dies betrifft natürlich nicht quasi-kommerzielle Projekte wie z.B. X-Peace, die X-Philharmoniker oder die X-Festspiele, sehr wohl aber Kleinbühnen oder soziale Initiativen, deren Funktionäre ehrenamtlich arbeiten.

Die Nutzung im Internet wird nicht als weltweit angesehen, sondern vergrößert den Nutzungsraum für die Anwendung (Web-Design) um eine Kategorie im Vergleich zu den klassischen Medien.

Nutzungsdauer

Da nicht jede Arbeit auf unbeschränkte Zeit genutzt wird, besteht die Möglichkeit von honorarmindernden, zeitlichen Beschränkungen:

- einmalige Nutzung: für einen einzigen Anlass (Event), eine Auflage eines Buches etc.
- ein Jahr: üblicherweise für Werbekampagnen (hier gilt das „Werbejahr“) oder z.B. Jahres-Bildkalender
- Dauernutzung: ohne zeitliche Beschränkung wie Geschäftsausstattungen oder Verkehrsmittelbemalung.

In den Tabellen sind außer bei Corporate und Marken-Design immer alle Werte eingesetzt, auch wenn z.B. eine Flugzeugbemalung wohl nie nur einmal genutzt wird, sind die Werte genannt.

Maßgeblich ist hier nicht die „einmalige Aufbringung“ des Designs, sondern die echte Nutzungsdauer.

Nutzungsart

Bei Grafik-Design-Aufträgen werden praktisch immer „ausschließliche“ Rechte eingeräumt, d.h. niemand anderer als der Auftraggeber darf das urheberrechtlich geschätzte Werk nutzen. Dem Urheber bleibt nur das Recht auf Darstellung zur Eigenwerbung. (Bei Illustrationen ist hingegen eine Mehrfachnutzung üblich, es werden häufig nur „Werknutzungsbewilligungen“ eingeräumt).

Eines von drei unterschiedlichen Rechten ist zur jeweils erwünschten Nutzung erforderlich:

- zweckgebundenes Werknutzungsrecht ist auf einen bestimmten, gewünschten Zweck, ein „Thema“ wie Plakat, Briefpapier, Internet etc. beschränkt;
- Werknutzungsrecht ohne Zweckbindung gewährt unbeschränktes Recht zur Nutzung für jeden beliebigen Zweck wie z.B. ein Firmenlogo;

- Bearbeitungsrecht ist für jede Bearbeitung durch Dritte zusätzlich zum Werknutzungsrecht nötig.

Dazu kommt der Fall, dass der Auftraggeber die Computerdaten zur Erleichterung für zukünftige Nutzung oder Bearbeitung erwerben will. Dies erfordert zusätzlich zum Bearbeitungsrecht den Erwerb der Daten, im Tabellenteil bezeichnet als: Nutzungs- und Bearbeitungsrecht durch Dritte samt Datenübergabe.

Bearbeitung

Jede Arbeit darf nur in der gelieferten Fassung genutzt werden, sofern nicht das Bearbeitungsrecht eingeräumt wurde. Bei Mehrfachnutzung (wenn z.B. ein Plakatentwurf auch für einen Broschürenumschlag verwendet werden soll), erhöht sich das Nutzungshonorar um die Hälfte des Honorares für jede weitere Nutzung.

Einräumung

Alle Rechte gehen erst mit der Bezahlung des Gesamthonorars samt Kosten und Steuern an den Auftraggeber über. Als Auftraggeber im Sinne dieser Honorar-Richtlinien gilt, unabhängig vom Besteller, jeder Nutzungsinteressent, für den Problemlösungen erarbeitet werden (bei Werbeagenturen deren Kunden).

Übertragung

Die eingeräumten Rechte sind an den Auftraggeber gebunden, er kann sie nicht weiterveräußern. Im Insolvenzfall oder bei Erlöschen des Unternehmens fallen sie an den Urheber zurück. Lediglich beim Verkauf eines Unternehmens gehen sie auf den Käufer über.

Ausweitung

Kommt es dadurch, durch Erweiterung der Geschäftstätigkeit oder z.B. durch Lizenzierung an Franchise-Nehmer etc., zu einer Ausweitung des Nutzungsraumes, steht dem Grafik-Designer ein zusätzliches Honorar in der Höhe der Differenz zum ursprünglichen zu.

Verrechnung nach Zeitaufwand, Nebenleistungen

Alle Nebenleistungen, sofern sie nicht im Tabellenteil mit expliziten Honoraren genannt sind, werden nach Zeitaufwand zum Normalstundensatz verrechnet, Produktionsabwicklung und –überwachung wegen der Verantwortungsübernahme zum doppelten Stundensatz (Sachverständigensatz). Alle Zeiten gelten einschließlich der Wegzeiten.

Als Normalstundensatz ist der kalkulierte Stundensatz pro Leistungsstunde des Designers bzw. Studios einzusetzen. Dieser ist wesentlich abhängig von der Arbeitsmethodik und der Investitionssumme in Arbeitsgeräte.

Der Normalsatz beträgt EUR 80 – 120. Die Grundlage für die Tabellenwerte ist EUR 100. Eine Trennung zwischen Gestaltungs-, Ausführungs- oder Bürostunden wird nicht vorgenommen.

Über die im Tabellenteil bewerteten Design-Leistungen hinaus gibt es gesondert zu honorierende Nebenleistungen:

Zusätzlich zur Gestaltungsarbeits-Phase (1):

- Recherchen (Falls auftragspezifische Informationen einschließlich notwendiger Muster vom Auftraggeber nicht zur Verfügung gestellt werden, zur ordnungsgemäßen Erfüllung des Auftrages aber benötigten)
- Konkurrenzbeobachtung, Store-Checks
- Briefing-Erarbeitung, Einlesen in Arbeitsunterlagen
- Textkonzeption und –überarbeitung, Werbetexte
- Vorlage von Varianten, also mehr als einem Entwurf pro Thema
- Wiederholung einzelner Arbeitsschritte durch Briefingänderung oder Autokorrektur
- Formgebungsvorschläge

- Testmuster, dreidimensionale Dummies, Modellbau
- Mitarbeiter-Präsentationen, Motivations-/Informationsgespräche, -vorträge, Workshops

Zusätzlich zur Ausführungs-Phase (3)

- Kontrolle von Foto-/Filmaufnahmen (Castings, Locations, Styling, Regie, Überwachung)
- Bilderfassung, Scans, Fotoüberarbeitungen, Retuschen, elektronische Bildbearbeitung, Proofs
- Digitalisierung von beigegebenen Zeichnungen, Logos, Symbolen
- Manuskriptschreiben, Korrekturlesen, Fremdsprachenarbeiten, Texterfassung
- Produktionsabwicklung (Lieferantenausschreibung, -auswahl, Offert- und Rechnungsprüfung)
- Produktionsüberwachung (Auflagedruck-Kontrolle, Farbabstimmung, Überwachung ähnlicher Vorgänge wie Messedekoration, Modellbau etc.)
- Autokorrekturen, Umarbeitungen durch Briefingänderung/Fehler in freigegebenen Unterlagen
- schriftliche Konzeptionsausarbeitungen, Richtlinien, Berichte
- Beratung im Rahmen von Arbeitsgesprächen, Vorträgen, Schulungen, Empfehlungen etc.

Nebenkosten

Der Designer gibt Rechnungen für Leistungen Dritter ohne Aufschlag weiter; tritt er jedoch für sie in Vorlage für den Auftraggeber, werden 17,5 % Aufschlag verrechnet. Er kann aber solche Leistungen auch als eigene Nebenleistungen (siehe oben) selbst erbringen und verrechnen (kein Aufschlag).

In jedem Fall getrennt zu verrechnen sind folgende Kosten:

- Texterfassung, Fremdsprachensatz, Filmbelichtung, Anschaffung gewünschter Schriften
- Bilderfassung, Reproduktion, Scan, Digitalisierung beigegebener/gewünschter Symbole, Logos
- Lithografie (Lithos), Proofs, Andrucke
- Bildbearbeitung, Retusche
- Fotografie, Archivbilder, Illustrationen, Fotomodelle
- Datenträger, Datenkonvertierung, -archivierung, -übertragung
- Botenfahrten, Kurierdienste, Versand
- Reise- und Aufenthaltskosten außerhalb des Geschäftssitzes des Gestalters
- sämtliche notwendigen oder gewünschten Leistungen Dritter.

Re-Design

Wenngleich es vor Jahren noch üblich war, Honorare für stilistisches Re-Design von vorhandenen Elementen wie Logos oder Firmenstilen bis auf die Hälfte zu reduzieren, wurde erstens seit Einführung des Faktorensystems offenbar, dass sich die Reduktion nur auf den Nutzungshonoraranteil beziehen kann; zweitens hat es sich im Zuge der Verfeinerung der Gestaltungsarbeit herausgestellt, dass die Bearbeitung oft aufwendiger ist, als die Neuschöpfung.

Ein Großteil der Gestalter ist deshalb von dieser Regel abgegangen und gesteht nur in jenen Fällen, wo tatsächlich eine Arbeitserleichterung abzusehen ist, einen geringen Nachlass auf den Honoraranteil für Ausführung und Nutzung.

Re-Design-Aufträge rechtfertigen in den meisten Fällen den vollen Honorarsatz, lediglich in vorher vereinbarten begründeten Einzelfällen ist ein Nachlass von 20-30 % zu gewähren.

Weitere Arten der Honorierung

Neben der Verrechnung von zweckspezifischen Honorarsätzen wie im Tabellenteil kann auch nach Zeit oder bei umfangreichen Projekten mit ähnlichen Themen pauschal „nach Stück“ abgerechnet werden. In beiden Fällen entfällt die gesonderte Nennung von Nebenleistungen – diese sind enthalten.

Man spricht von Lizenz- bzw. Tantiemenhonorar (siehe nächste Seite).

Verrechnung nach Zeitaufwand

Als Normalstundensatz gilt der kalkulierte Stundensatz pro Leistungsstunde des Designers bzw. Studios. Dieser ist wesentlich abhängig von der Arbeitsmethodik und der Investitionssumme in Arbeitsgeräte.

Normalstundensatz 80 - 120

Die Berechnungsgrundlage für nachstehende Tabellenwerte ist EUR 100.