



Allgemeine Geschäftsbedingungen | Stand 02/2015

1. Allgemeines

Für sämtliche Geschäfte zwischen dem Kunden und der Agentur gelten ausschließlich die folgenden allgemeinen Geschäftsbedingungen. Entgegenstehende Geschäftsbedingungen des Kunden sind nur dann wirksam, wenn sie von der Agentur schriftlich anerkannt werden.

2. Vertragsabschluss

Der Vertrag kommt zustande durch das Angebot der Agentur und die zeitnahe Annahme durch den Kunden. Vom Kunden nach Vertragsschluss gewollte Änderungen stellen neue Aufträge dar, welche – sofern hieraus ein Mehraufwand erwächst – gesondert zu vergüten sind. Die Agentur lehnt die Annahme von Aufträgen ab, die gegen gesetzliche Bestimmungen verstoßen.

3. Leistung, Honorar

Die Agentur erbringt ihre Leistungen gemäß den Spezifikationen ihres Angebotes. Abweichungen hiervon sind zulässig, wenn diese technisch notwendig und für den Kunden zumutbar sind, weil der angestrebte Präsentations- und Gebrauchszweck hierdurch nicht beeinträchtigt wird. Der Honoraranspruch der Agentur wird nach Erstellung der einzelnen Leistungsabschnitte fällig. Die Agentur ist berechtigt, zur Deckung ihres Aufwandes Vorschüsse zu verlangen.

Alle Leistungen der Agentur, die nicht ausdrücklich durch das vereinbarte Honorar abgegolten sind, werden gesondert entlohnt. Das gilt insbesondere für alle Nebenleistungen der Agentur. Hier erfolgt eine Berechnung nach Stunden gemäß den zum Zeitpunkt der Leistungserbringung geltenden Stundensätzen der Agentur. Alle der Agentur erwachsenden Auslagen, die über den üblichen Geschäftsbetrieb hinausgehen (z. B. für Botendienst, Reisen oder außergewöhnliche Versandkosten) sind vom Kunden zu ersetzen. Für Reisen mit dem eigenen PKW werden 0,30 Euro zzgl. MwSt. je gefahrenen Kilometer berechnet, für angemietete PKW die tatsächlich anfallenden Kosten. Kostenvoranschläge der Agentur sind grundsätzlich unverbindlich. Wenn abzusehen ist, dass die tatsächlichen Kosten, die von der Agentur veranschlagten um mehr als 20 % übersteigen, wird die Agentur den Kunden auf die höheren Kosten hinweisen. Die Kostenüberschreitung gilt als vom Kunden genehmigt, wenn der Kunde nicht binnen 3 Tagen nach diesem Hinweis schriftlich widerspricht und gleichzeitig kostengünstigere Alternativen bekannt gibt.

Alle genannten Beträge sind Nettobeträge, zu denen die jeweils gültige Mehrwertsteuer hinzu zu rechnen ist. Künstlersozialabgaben, Verwertungsrechte, Zölle oder sonstige – auch nachträglich entstehende – Abgaben werden an den Kunden weiterberechnet. Die Agentur wird bei Aufträgen an Werbeträgern (Off- und Online-Medien) Voraus-Rechnungen an den Kunden stellen. Die Zahlung durch den Kunden muss binnen 10 Arbeitstagen vor dem Insertionstermin erfolgt sein. Die Rechnungen der Agentur sind nach Erhalt und ohne Abzug fällig.

4. Präsentation

Für die angeforderte Teilnahme an Präsentationen steht der Agentur ein angemessenes Honorar zu, das den Personal- und Sachaufwand der Agentur für die Präsentation sowie die Kosten von Fremdleistungen deckt. Erhält die Agentur nach der Präsentation keinen Auftrag, so bleiben alle Leistungen der Agentur, insbesondere die Präsentationsunterlagen und deren Inhalt im Eigentum der Agentur; der Kunde ist nicht berechtigt, diese – in welcher Form auch immer – weiter zu nutzen. Die Unterlagen sind vielmehr nach Aufforderung der Agentur zurückzusenden. Werden die im Zuge einer Präsentation eingebrachten Ideen und Konzepte für die Lösung von Kommunikationsaufgaben nicht in von der Agentur gestalteten Werbemitteln verwertet, so ist die Agentur berechtigt, die präsentierten Ideen und Konzepte anderweitig zu verwenden. Die Weitergabe von Präsentationsunterlagen an Dritte sowie deren Veröffentlichung, Vervielfältigung, Verbreitung oder sonstige Verbreitung ist nicht zulässig.

Agentur für Markenkultur.



5. Mitwirkungspflichten

Der Kunde benennt einen Ansprechpartner, welcher die Durchführung des Vertragsverhältnisses sachverständig begleitet und zur Abgabe verbindlicher Erklärungen berechtigt ist. Soweit die Leistungserbringung darüber hinaus von der Mitwirkung des Kunden abhängt, hat der Kunde diese binnen angemessener Frist zu erbringen. Insbesondere hat er der Agentur alle Informationen, Daten und Materialien, die für die Leistungserbringung notwendig sind, zur Verfügung zu stellen. Einzubindende Texte, Bilder, Grafiken und andere Materialien sind in einem gängigen, unmittelbar verwertbaren, digitalen Format auszuhändigen. Betrifft die Leistung den Internetauftritt des Kunden, so benennt dieser einen Server, auf welchem die Website zum Abruf bereitgehalten werden soll. Dem Kunden ist bewusst, dass sich die Leistungszeit nach Ziffer 6 um die Zeit verlängert, während er seinen Mitwirkungspflichten nicht nachkommt.

6. Leistungszeit

Es gelten die vereinbarten Leistungsfristen. Liefert die Agentur nicht innerhalb der Leistungsfrist, hat der Kunde der Agentur eine Nachfrist von wenigstens 14 Tagen einzuräumen, welche mit Zustellung seines Mahnschreibens zu laufen beginnt. Ist die Agentur aufgrund eines außerhalb ihres Risikobereiches liegenden, unabwendbaren Ereignisses wie Streik, Krieg, Naturkatastrophen außerstande, ihre Leistungen fristgerecht zu erbringen, verlängert sich die Leistungsfrist bis zum Fortfall des hindernden Ereignisses.

7. Abnahme

Alle Leistungen der Agentur (auch Vorentwürfe, Skizzen, Reinzeichnungen, Bürstenabzüge, Blaupausen und Farbdrucke) sind vom Kunden nach Erhalt zu überprüfen. Der Kunde hat offensichtliche Mängel innerhalb von 14 Tagen schriftlich geltend zu machen. Nach Ablauf der 14 Tage gilt die Leistung als abgenommen. Für nicht offensichtliche Mängel gilt die Regelung des § 634 a I BGB. Die Agentur ist berechtigt, die Teilabnahme für einzelne, funktional in sich abgeschlossene Bestandteile ihrer Leistung zu verlangen.

8. Gewährleistung

Im Falle des Vorliegens von Mängeln hat der Kunde das Recht auf Nachbesserung. Nach zweimaligem Fehlschlagen der Nachbesserung ist der Kunde berechtigt, Minderung zu verlangen oder vom Vertrag zurückzutreten.

9. Haftung

Schadenersatzansprüche des Kunden die nicht Leben, Körper und Gesundheit umfassen, sind ausgeschlossen, es sei denn, sie beruhen auf Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit. Haftet die Agentur, so ist ihre Haftung beschränkt auf den Auftragswert laut Angebot. Für die zur Bearbeitung überlassenen Unterlagen des Kunden übernimmt die Agentur keinerlei Haftung. Für einen etwaigen Datenverlust übernimmt die Agentur keinerlei Haftung. Der Kunde hat für die Sicherung seiner Daten selbst Sorge zu tragen und hält die Agentur von einer Aufbewahrungspflicht der erstellten Daten frei. Bei Druckaufträgen, die die Agentur namens und im Auftrag des Kunden erteilt, gelten die Regelungen für Mehr- bzw. Minderlieferungen der jeweiligen Druckerei. Der Kunde ist verpflichtet, ein Mehr- oder Minderergebnis der bestellten Auflage bis 10 % anzuerkennen. I. d. R. werden diese aber schon bei Auftragserteilung an die Druckerei ausgeschlossen.

10. Wettbewerbsrecht, Kennzeichenschutz und andere Rechtsverletzungen

Für die Einhaltung der für die Werbemaßnahme relevanten gesetzlichen, insbesondere der wettbewerbsrechtlichen und kennzeichenrechtlichen Vorschriften ist der Kunde selbst verantwortlich. Der Kunde hat eine von der Agentur vorgeschlagene Werbemaßnahme/vorgeschlagenes Kennzeichen erst dann freizugeben, wenn er selbst sich von der wettbewerbsrechtlichen/ kennzeichenrechtlichen Unbedenklichkeit vergewissert hat oder wenn er bereit ist, das mit der Durchführung der Werbemaßnahme/Verwendung des Kennzeichens verbundene Risiko selbst zu tragen. Der Kunde wird insbesondere die rechtliche, vor allem die wettbewerbs- und kennzeichenrechtliche Zulässigkeit der Agenturleistungen überprüfen lassen. Die Agentur veranlasst eine externe rechtliche

Agentur für Markenkultur.



Prüfung nur auf schriftlichen Wunsch des Kunden; die damit verbundenen Kosten hat der Kunde zu tragen. Für den Fall, dass die Agentur selbst wegen Durchführung seiner Werbemaßnahme/Verwendung eines Kennzeichens in Anspruch genommen wird, hält der Kunde die Agentur schadlos. Von finanziellen oder sonstige Nachteilen, die der Agentur aus der Inanspruchnahme durch einen Dritten entstehen, hält der Kunde die Agentur schadlos.

11. Aufrechnungsverbot

Der Kunde darf nur mit unbestrittenen oder rechtskräftig festgestellten Forderungen aufrechnen oder ein Zurückbehaltungsrecht geltend machen.

12. Eigentumsrecht und Urheberrecht

Alle Leistungen der Agentur einschließlich jener aus Präsentationen (z. B. Anregungen, Ideen, Skizzen, Vorentwürfe, Skribbles, Reinzeichnungen, Konzepte, Negative, Dias, elektronische Daten), 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 Agenturvertrages – zurückverlangt werden. Der Kunde erwirbt durch Zahlung des Honorars jedoch das Recht der Nutzung (einschließlich Vervielfältigung) zum vereinbarten Zweck und im vereinbarten Nutzungsumfang. Erfolgt die Übergabe jedoch erkennbar zum Zwecke der Übereignung (z. B. gedrucktes Werbematerial), so bleibt die gelieferte Ware bis zur vollständigen Bezahlung Eigentum der Agentur. Ohne gegenteilige Vereinbarung mit der Agentur darf der Kunde die Leistungen der Agentur nur selbst, ausschließlich innerhalb der Bundesrepublik Deutschland und nur für die vereinbarte Dauer des Agenturvertrages nutzen. Betrifft die Leistung den Internetauftritt des Kunden räumt die Agentur dem Kunden das exklusive, räumlich und zeitlich unbeschränkte Recht ein, die Website im Internet öffentlich zugänglich zu halten. Für die Nutzung von Leistungen der Agentur, die über den ursprünglich vereinbarten Zweck und Nutzungsumfang hinausgeht, ist die Zustimmung der Agentur erforderlich. Dafür steht der Agentur und dem Urheber eine gesonderte angemessene Vergütung zu. Aus technischen Gründen zur Verfügung gestellte Feindaten, offene Layoutdaten oder Quellcodes sind nach vertragsgemäßer Nutzung unaufgefordert zu vernichten. Eine Archivierung oder Weiterleitung an Dritte ist untersagt.

13. Kennzeichnung und Werbung

Die Agentur ist berechtigt, auf allen Werbemitteln und bei allen Werbemaßnahmen auf die Agentur und den Urheber hinzuweisen, ohne dass dem Kunden dafür ein Entgeltanspruch zustünde. Für ihre eigene Werbung darf sie auf ihre im Rahmen des Auftrags erbrachten Leistungen hinweisen. Insbesondere ist sie dazu berechtigt, auf erstellte Internetseiten einen Link auf das Angebot der Agentur anzubringen und den Kunden in ihre Referenzliste aufzunehmen. Diese Rechte gelten nach Beendigung des Auftragsverhältnisses unvermindert weiter fort. Der Kunde darf nur mit unbestrittenen oder rechtskräftig festgestellten Forderungen aufrechnen oder ein Zurückbehaltungsrecht geltend machen.

14. Anzuwendendes Recht

Auf die Rechtsbeziehungen zwischen dem Kunden und der Agentur ist ausschließlich deutsches Recht anzuwenden.

15. Erfüllungsort und Gerichtsstand

Erfüllungsort ist der Sitz der Agentur. Als Gerichtsstand für alle sich mittelbar oder unmittelbar zwischen der Agentur und dem Kunden ergebenden Streitigkeiten gilt das für den Sitz der Agentur örtlich und sachlich zuständige Gericht.

16. Unwirksamkeit einzelner Bestimmungen

Die Unwirksamkeit einer oder mehrerer der vorstehenden Bestimmungen läßt die Wirksamkeit der übrigen Bestimmungen ungerührt. Die unwirksame Bestimmung ist durch eine wirksame zu ersetzen, die den mit der Bestimmung verfolgten wirtschaftlichen Zweck soweit wie möglich verwirklicht.

Agentur für Markenkultur.