

Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB)

der arentz förster OHG - Agentur für Marketing, Werbung und PR

Stand: Januar 2021

1. Gegenstand des Vertrages

1.1.

Die nachstehenden allgemeinen Geschäftsbedingungen gelten für alle Rechtsgeschäfte der **Agentur für Marketing, Werbung und PR arentz förster OHG**, nachfolgend in Kurzform „Agentur“ genannt, mit ihren Vertragspartnern, nachstehend in Kurzform „Kunde“ genannt.

Von diesen Geschäftsbedingungen abweichende Bedingungen des Kunden werden von der Agentur nur nach gesonderter und schriftlicher Anerkennung akzeptiert. Diese Schriftformfordernis kann weder mündlich noch stillschweigend aufgehoben werden oder außer Kraft gesetzt werden.

1.2.

Alle Vereinbarungen, die zwischen der Agentur und dem Kunden zwecks Ausführung eines Auftrages getroffen werden, sind in schriftlicher Form zu vereinbaren.

Änderungen, Ergänzungen und Nebenabreden bedürfen zu ihrer Wirksamkeit der Schriftform. Diese Schriftformfordernis kann weder mündlich noch stillschweigend aufgehoben werden oder außer Kraft gesetzt werden.

1.3.

Diese Geschäftsbedingungen gelten auch für alle künftigen Geschäftsbeziehungen mit dem Kunden, auch wenn sie nicht nochmals ausdrücklich vereinbart werden.

1.4.

Die Agentur erbringt Dienstleistungen aus den Bereichen

Printmedien, Onlinemedien, Film, Foto, Marketing, PR, strategische und konzeptionelle Dienstleistungen.

Die detaillierte Beschreibung der zu erbringenden Dienstleistungen ergeben sich aus den jeweiligen Ausschreibungsunterlagen, Briefings, Projektverträgen, deren Anlagen und den Leistungsbeschreibungen der Agentur.

2. Vertragsbestandteile

2.1.

Der Kunde beauftragt die Agentur mit den gem. § 1.2 vorstehenden möglichen Dienstleistungen.

Nach Festlegung und auf Grundlage der Konzeption gestaltet die Agentur auf gesonderten Auftrag des Kunden die Marketing- und Werbemaßnahmen.

Grundlage der Konzeption ist neben der konkreten Projektvereinbarung und seinen Anlagen, dass vom Kunden der Agentur auszuhändigende Briefing.

Im Briefing beschreibt der Kunde die Kernaufgaben, die die Agentur erarbeiten soll.

Wird das Briefing vom Kunden der Agentur mündlich oder fernmündlich mitgeteilt, so erstellt die Agentur über den Inhalt des Briefings ein Re-Briefing, welches dem Kunden innerhalb von 10 Werktagen nach der mündlichen oder fernmündlichen Mitteilung übergeben wird.

Dieses Re-Briefing wird verbindlicher Vertragsbestandteil, wenn der Kunde diesem Re-Briefing nicht innerhalb von 10 Werktagen Tagen widerspricht.

Für die jeweilige Projektvereinbarung (konkreter Auftrag, Anlagen plus (Re-)Briefing) mit dem Kunden wird die Agentur dem Kunden einen schriftlichen Kostenvoranschlag übermitteln.

Wird dieser durch den Kunden schriftlich genehmigt, so erfolgt die Vergütung gemäß dem Kostenvoranschlag.

2.2.

Ereignisse höherer Gewalt (z.B. Höhere Gewalt, Einbruchdiebstahl, Vandalismus) berechtigen die Agentur, das vom Kunden beauftragte Projekt um die Dauer der Behinderung und einer angemessenen Anlaufzeit hinauszuschieben. Ein Schadensersatzanspruch vom Kunden gegen die Agentur resultiert daraus nicht. Dies gilt auch dann, wenn dadurch für den Kunden wichtige Termine und/oder Ereignisse nicht eingehalten werden können und/oder nicht eintreten.

3. Urheber- und Nutzungsrechte

3.1.

Der Kunde erwirbt mit der vollständigen Zahlung des vereinbarten Honorars für die vertraglich vereinbarte Dauer und im vertraglich vereinbarten Umfang die Nutzungsrechte an von der Agentur im Rahmen dieses Auftrages gefertigten und abgenommenen Arbeiten.

Diese Übertragung der Nutzungsrechte gilt, soweit eine Übertragung nach deutschem Recht möglich ist und gilt für die vereinbarte Nutzung im Gebiet der Bundesrepublik Deutschland.

Nutzungen, die über dieses Gebiet hinausgehen, bedürfen einer vorherigen schriftlichen Vereinbarung im Rahmen des Auftrages oder einer gesonderten schriftlichen Nebenabrede.

Nutzungsrechte an Arbeiten, die bei Beendigung des Vertrages noch nicht bezahlt sind, verbleiben vorbehaltlich anderweitig getroffener Abmachungen bei der Agentur.

Zieht die Agentur zur Vertragserfüllung Dritte heran, wird sie deren Urhebernutzungsrechte für den Kunden zeitlich, örtlich, nach Verwendungszweck und in jeder anderen Weise unbeschränkt erwerben und im gleichen Umfang auf den Kunden übertragen.

3.2.

Die Agentur darf die von ihr entwickelten Werbemittel angemessen und branchenüblich signieren und den erteilten Auftrag für Eigenwerbung publizieren. Diese Signierung und werbliche Verwendung kann durch eine entsprechende gesonderte Vereinbarung zwischen Agentur und Kunde ausgeschlossen werden.

3.3.

Die Arbeiten der Agentur dürfen vom Kunden oder vom Kunden beauftragter Dritter weder im Original noch bei der Reproduktion geändert werden.

Jede Nachahmung, auch die von Teilen des Werkes, ist unzulässig. Bei Zuwiderhandlung steht der Agentur vom Kunden ein zusätzliches Honorar in mindestens der 2,5 fachen Höhe des ursprünglich vereinbarten Honorars zu.

3.4.

Die Übertragung eingeräumter Nutzungsrechte an Dritte und/oder Mehrfachnutzungen sind, soweit nicht im Erstauftrag geregelt, honorarpflichtig und bedürfen der Einwilligung der Agentur.

3.5.

Über den Umfang der Nutzung der Arbeiten steht der Agentur ein Auskunftsanspruch gegen den Kunden zu.

4. Vergütung

4.1.

Es gilt die in einem Kostenvoranschlag vereinbarte und genehmigte Vergütung. Zahlungen sind, wenn nicht anders vertraglich geregelt, innerhalb von 14 Tagen nach Rechnungsstellung ohne jeden Abzug fällig.

4.2.

Erstreckt sich die Erarbeitung der vereinbarten Leistungen über einen längeren Zeitraum, so kann die Agentur dem Kunden Abschlagszahlungen über die bereits erbrachten Teilleistungen in Rechnung stellen.

Diese Teilleistungen müssen nicht in einer für den Kunden nutzbaren Form vorliegen und können auch als reine Arbeitsgrundlage auf Seiten der Agentur verfügbar sein.

4.3.

Bei Änderungen oder Abbruch von Aufträgen, Arbeiten und Dergleichen durch den Kunden und/oder wenn sich die Voraussetzungen für die Leistungserstellung ändern, bedarf es des unvorhergesehenen Mehraufwandes der gegenseitigen Absprache und gegebenenfalls der Nachhonorierung.

4.4.

Alle in Angeboten und Aufträgen genannte Preise und die daraus resultierend zu zahlende Beträge verstehen sich zuzüglich der gesetzlich gültigen Umsatzsteuer in der jeweils geltenden Höhe.

5. Geheimhaltungspflicht der Agentur

Die Agentur ist verpflichtet, alle Kenntnisse, die sie aufgrund eines Auftrags vom Kunden erhält, zeitlich unbeschränkt streng vertraulich zu behandeln und sowohl ihre Mitarbeiter, als auch von ihr herangezogene Dritte ebenfalls in gleicher Weise zu absolutem Stillschweigen zu verpflichten.

6. Pflichten des Kunden

Der Kunde stellt der Agentur alle für die Durchführung des Projekts benötigten Daten und Unterlagen unentgeltlich zur Verfügung. Soweit der Kunde der Agentur Vorlagen zur Verwendung bei der Gestaltung von Werbemaßnahmen überlässt, versichert er, dass er zur Übergabe und Verwendung dieser Vorlagen berechtigt ist.

Alle Arbeitsunterlagen werden von der Agentur sorgsam behandelt, vor dem Zugriff Dritter geschützt, nur zur Erarbeitung des jeweiligen Auftrages genutzt und werden nach Beendigung des Auftrages an den Kunden zurückgegeben.

7. Gewährleistung und Haftung der Agentur

7.1.

Die Agentur ist verpflichtet, auf rechtliche Risiken der Rechtmäßigkeit der durch die Agentur erarbeiteten und durchgeführten Maßnahmen hinzuweisen, sofern ihr diese bei ihrer Tätigkeit bekannt werden.

Der Kunde stellt die Agentur von Ansprüchen Dritter frei, wenn die Agentur auf ausdrücklichen Wunsch des Kunden gehandelt hat, obwohl sie dem Kunden Bedenken im Hinblick auf die Zulässigkeit der Maßnahmen mitgeteilt hat.

Die Anmeldung solcher Bedenken durch die Agentur beim Kunden hat unverzüglich nach bekannt werden in schriftlicher Form zu erfolgen. Erachtet die Agentur für eine durchzuführenden Maßnahmen eine wettbewerbsrechtliche Prüfung durch eine besonders sachkundige Person oder Institution für erforderlich, so trägt die Kosten hierfür der Kunde.

7.2.

Die Agentur legt die von ihr entworfenen Werbemaßnahmen dem Kunden vor, damit dieser die darin enthaltenen sachlichen Aussagen prüfen kann.

Gibt der Kunde die Vorlagen innerhalb angemessener Zeit, in der Regel nicht mehr als fünf Werktage, frei, übernimmt er damit die alleinige Haftung für die Richtigkeit aller Sachaussagen, einschließlich der darin enthaltenen bzw. damit im Zusammenhang stehenden Sachaussagen über Produkte und Leistungen des Kunden.

Die Agentur haftet auch nicht für die patent-, urheber- und markenrechtliche Schutz- oder Eintragungsfähigkeit der im Rahmen des Auftrages gelieferten Ideen, Anregungen, Vorschläge, Konzeptionen und Entwürfe.

7.3.

Die Agentur haftet für Schäden, die durch eigene Mängel, Verzug oder Nichterfüllung ihrer Verpflichtung entstehen. Eine Schadensersatzpflicht der Agentur für Schäden tritt jedoch erst dann ein, wenn der Kunde der Agentur die beanstandeten Mängel mitgeteilt und die Agentur die Mängel innerhalb von vierzehn Werktagen nicht behoben hat. Die Haftung der Agentur wird in der Höhe beschränkt auf den einmaligen Ertrag der Agentur, der sich aus dem jeweiligen Auftrag ergibt.

Die Haftung der Agentur für Mangelfolgeschäden aus dem Rechtsgrund der positiven Vertragsverletzung ist ausgeschlossen, wenn und in dem Maße, wie sich die Haftung der Agentur nicht aus einer Verletzung der für die Erfüllung des Vertragszweckes wesentlichen Pflichten ergibt.

8. Verwertungsgesellschaften

8.1.

Der Kunde verpflichtet sich, eventuell anfallende Gebühren an Verwertungsgesellschaften wie beispielsweise an die Gema abzuführen.

Werden diese Gebühren von der Agentur verauslagt, so verpflichtet sich der Kunde, diese der Agentur gegen Nachweis zu erstatten. Dies kann auch nach Beendigung des Vertrags- bzw. Arbeitsverhältnisses erfolgen.

8.2.

Der Kunde ist darüber informiert, dass bei der Auftragsvergabe im künstlerischen, konzeptionellen und werbeberaterischen Bereich an eine nicht-juristische Person es möglich ist, dass eine Künstlersozialabgabe an die Künstlersozialkasse zu leisten ist.

Diese Abgabe darf vom Kunden nicht von der Agenturrechnung in Abzug gebracht werden.

Für die Einhaltung der Anmelde- und Abgabepflicht ist der Kunde zuständig und selbst verantwortlich.

9. Arbeitsunterlagen und elektronische Daten

Alle Arbeitsunterlagen, elektronische Daten und Aufzeichnungen die im Rahmen der Auftragserarbeitung auf Seiten der Agentur angefertigt werden, verbleiben bei der Agentur. Die Herausgabe dieser Unterlagen und Daten kann vom Kunden nicht gefordert werden. Die Agentur schuldet mit der Bezahlung des vereinbarten Honorars die vereinbarte Leistung, nicht jedoch die

zu diesem Ergebnis führenden Zwischenschritte in Form von Skizzen, Entwürfen, Produktionsdaten etc.

10. Vertragsdauer, Kündigungsfristen

Der Vertrag tritt mit seiner Unterzeichnung in Kraft. Er wird für die im Vertrag genannte Vertragslaufzeit abgeschlossen. Ist der Vertrag auf unbestimmte Zeit geschlossen, kann dieser mit einer Frist von drei Monaten von beiden Seiten zum Monatsende gekündigt werden. Das Recht zur fristlosen Kündigung aus wichtigem Grund bleibt von dieser Regelung unberührt. Eine Kündigung bedarf der Schriftform.

11. Streitigkeiten

Kommt es im Laufe oder nach Beendigung eines Auftrages zu einem Streitfall bezüglich des beauftragten Projektes, so ist vor der Einleitung eines gerichtlichen Verfahrens ein außergerichtliches Mediationsverfahren zu durchlaufen.

Bei Streitigkeiten in Fragen der Qualitätsbeurteilung oder bei der Höhe der Honorierung werden externe Gutachten erstellt um möglichst eine außergerichtliche Einigung zu erzielen. Die Kosten hierfür werden von Kunden und Agentur geteilt.

12. Schlussbestimmungen

12.1.

Der Kunde ist nicht dazu berechtigt, Ansprüche aus dem Vertrag abzutreten.

12.2.

Eine Aufrechnung oder die Geltendmachung eines Zurückbehaltungsrechts durch den Kunden ist nur mit anerkannten oder rechtskräftig festgestellten Gegenansprüchen zulässig.

12.3.

Es gilt das Recht der Bundesrepublik Deutschland. Erfüllungsort und Gerichtsstand ist Lübeck.

12.4.

Sollte eine Bestimmung dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen ganz oder teilweise unwirksam sein oder ihre Rechtswirksamkeit zu einem späteren Zeitpunkt verlieren, so wird hierdurch die Gültigkeit der übrigen Bestimmungen nicht berührt. Anstelle der unwirksamen Bestimmung soll im Wege der Vertragsanpassung eine andere angemessene Regelung gelten, die wirtschaftlich dem am Nächsten kommt, was die Vertragsparteien gewollt hätten, wenn ihnen die Unwirksamkeit der Regelung bekannt gewesen wäre.