

Allgemeine Geschäftsbedingungen von Thomas Scherbel / werbepraxis.media

Gegenstand der folgenden „Allgemeinen Geschäftsbedingungen“ sind alle Verträge zwischen Thomas Scherbel / werbepraxis.media (nachfolgend Agentur genannt) und seinen Vertragspartnern (im folgenden Kunden genannt) für die Erstellung von Kommunikationsmitteln oder sonstigen Dienstleistungen.

§ 1 Geltungsbereich, Vertragsschluss

§ 1.1 Die Agentur leistet ausschließlich zu den nachfolgenden Bedingungen. Entgegenstehende Einkaufs- oder sonstige kundenseitige Bedingungen erkennt die Agentur nicht an. Soweit kein Widerspruch erfolgt, wird die ausschließliche Geltung der Bedingungen anerkannt. Abweichende Regelungen bedürfen der Schriftform.

§ 1.2 Die jeweiligen Leistungen und Lieferungen werden in eigenständigen, auf der Grundlage dieser AGB zu schließenden Verträgen festgelegt.

Ausführungsveränderungen der Vertragsleistung während der Erstellungs- oder Lieferzeit sind vorbehalten. Dies gilt, sofern die Änderungen standardmäßig erfolgen und für den Kunden zumutbar sind.

§ 2 Sorgfaltspflicht

§ 2.1 Beide Vertragsparteien verpflichten sich, alle im Rahmen der Zusammenarbeit zur Kenntnis gelangenden Geschäftsgeheimnisse mit der Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns zu wahren und alle diesbezüglichen Informationen und Unterlagen vertraulich zu behandeln. Die Sorgfalt- und Verschwiegenheitspflicht währt über das Vertragsende hinaus und gilt auch, wenn eine Zusammenarbeit nicht zustande kommt.

§ 2.2 Die Agentur arbeitet als selbständiges, unabhängiges Unternehmen nach treuhänderischen Gesichtspunkten. Sie ist bemüht, entsprechend der Aufgaben und Terminvorgaben des Kunden, die für die Erfüllung des Auftrages erforderlichen personellen und sachlichen Voraussetzungen bereitzustellen, in der Beratung absolute Objektivität zu wahren und die Interessen des Kunden - insbesondere auch bei der Auswahl und Beauftragung Dritter - in jeder möglichen Form zu vertreten.

§ 3 Leistungsumfang und Vergütung

§ 3.1 Bei Auftragsdurchführung ist die Agentur verpflichtet, sich hinsichtlich der zu treffenden Maßnahmen mit dem Kunden abzustimmen und ihm die Entwürfe für die vorgeschlagenen Werbemittel, Kostenvorschläge sowie Terminpläne zur Bewilligung vorzulegen. Die Agentur überwacht die ordnungsgemäße Durchführung aller Werbemaßnahmen. Es steht im Ermessen der Agentur, für die Ausführung ihrer Grundleistungen ihr geeignet erscheinende Dritte hereinzuholen.

Werden von der Agentur im Zuge der Produktionsabwicklung Fremdangebote eingeholt, jedoch der Auftrag vom Kunden anderweitig vergeben, so berechnet die Agentur die für die Angebotsentholung aufgewendeten Leistungen nach Zeit und Kostenaufwand. Wird ein Fremdauftrag über die Agentur abgewickelt, berechnet sie die für die Angebotsentholung aufgewendeten Leistungen nach Zeit und Kostenaufwand, mindestens jedoch 15% des Auftragswertes als Bearbeitungspauschale.

Für Aufträge, die im Namen und auf Rechnung des Kunden erteilt werden, übernimmt die Agentur gegenüber dem Kunden keinerlei Haftung. Die Agentur tritt lediglich als Mittler auf.

§ 3.2 Wird die Agentur mit einer Präsentation/Schulung beauftragt, so erkennt die Kunde damit an, dass die Ausarbeitung der Konzeption angemessen zu honoriert werden ist. Wurde ein Honorar nicht vereinbart, so gilt die bei Vertragsschluss aktuelle, einsehbare Preisliste der Agentur (bzw. branchenübliche Honorarforderungen). Die Agentur kann in keinem Fall unverbindlich und kostenlos arbeiten, auch nicht bei Nichtverwendung der eingereichten Ausarbeiten oder erfolgten Beratungen.

§ 3.3 Im Agenturhonorar sind die Leistungen für Werbepreparation, Werbeplanung, Werbegestaltung, Werbetext enthalten. Separat berechnet werden: Materialien, Reizeichnungen, Übersetzungen, Fahrkosten, Spesen, Organisations- und Beschaffungskosten, Urheberrechtsübertragungen sowie technische Kosten wie Satz, Zwischenaufnahmen, Fotos, Fotoabzüge, Werkzeugkosten und Herstellung von Werbemitteln, Leistungen hinzugezogener Spezial-Unternehmungen (Marktforschung etc.) je nach entsprechendem Aufwand, ggf. zzgl. etwaiger Provisionen.

Sofern die Honorierung der Agentur nicht durch ein schriftliches Angebot geregelt ist, geschieht diese nach der bei Auftragserteilung aktuellen, einsehbaren Preisliste der Agentur.

Kommt eine von der Agentur ausgearbeitete und vom Kunden genehmigte Konzeption aus Gründen, die die Agentur nicht zu vertreten hat, nicht zur Durchführung, so bleibt der Honoraranspruch der Agentur davon unberührt.

Der Beschaffungs-, Organisations- und Überwachungsaufwand der Agentur wird entweder durch Provisionierung durch den Lieferanten bzw. bei Berechnung durch die Agentur an den Kunden abzüglich sämtlicher Rabatte und Provisionen plus „Service-Gebühr“ getragen.

§ 4 Zahlungsbedingungen

§ 4.1 Alle angegebenen Preise verstehen sich zuzüglich der jeweils zum Zeitpunkt der Leistung gesetzlich gültigen Mehrwertsteuer und gelten ab Agentur. Sie schließen in der Regel Verpackung, Porto, Fracht, Versicherung und sonstige Versandkosten nicht ein. Alle Zahlungen sind bei Fälligkeit ohne Abzug zu leisten.

§ 4.2 Werbemittelrechnungen und Anzeigenrechnungen sind sofort nach Übermittlung durch die Agentur an den Kunden rein netto fällig. **§ 4.3** Die Agentur ist in jedem Fall berechtigt, angemessene Abschlagszahlungen zu verlangen, deren Höhe sich am Verhältnis zwischen der erbrachten Leistung und dem Gesamtumfang der vertraglich geschuldeten Leistung orientiert.

Insbesondere bei Erstaufträgen oder erheblichen Vorleistungen behält sich die Agentur die Forderung einer Vorauszahlung in Höhe von 50% des vereinbarten Auftragswertes vor.

Ist die Erfüllung des Zahlungsanspruches wegen einer nach Vertragsabschluss eingetretenen oder bekannt gewordenen Verschlechterung der Vermögensverhältnisse des Kunden gefährdet, so kann die Agentur entweder angemessene Vorauszahlung verlangen oder noch nicht ausgelieferte Ware zurückbehalten oder die Weiterarbeit einstellen.

§ 4.4 Zielausreichungen werden mit 8% Verzugszinsen über dem jeweiligen Diskontsatz der Deutschen Bundesbank berechnet. Die Geltendmachung eines weiteren Verzugsschadens bleibt ausdrücklich vorbehalten.

§ 5 Mitwirkung des Kunden

§ 5.1 Der Kunde verpflichtet sich, die Agentur rechtzeitig über Art, Umfang und Zeitfolge der geforderten Leistungen zu unterrichten und ihr alle für die sachgemäße Durchführung des Auftrags benötigten Informationen und Unterlagen, soweit diese ihm verfügbar sind, fristgerecht und kostenlos zu liefern.

Der Kunde verpflichtet sich, der Agentur nur zur Veröffentlichung oder Vervielfältigung freigegebene Vorlagen wie Fotos, Modelle oder sonstige Arbeitsunterlagen zu übergeben.

§ 5.2 Der Kunde ist zur fristgerechten Entgegennahme der Leistungen und Lieferungen verpflichtet. Teillieferungen sind zulässig, wenn ihre Entgegennahme für den Kunden nicht mit unverhältnismäßigen Aufwendungen verbunden ist und der Nutzen der Leistung nicht wesentlich eingeschränkt ist.

§ 6 Lieferungen

§ 6.1 Hat sich die Agentur zum Versand verpflichtet, so nimmt sie diesen mit der gebotenen Sorgfalt vor, haftet jedoch nur für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit. Die Gefahr geht auf den Kunden über, sobald die Sendung an die den Transport durchführenden Person übergeben worden ist.

§ 6.2 Bei Zu- oder Rücksendung von Materialien werden je nach Ver einbarung Versandpauschalen berechnet.

§ 7 Eigentumsvorbehalt

§ 7.1 Die von der Agentur gelieferten Waren, Leistungen und/oder übertragenen Nutzungsrechte gehen erst mit vollständiger Bezahlung auf den Kunden über.

§ 7.2 Vorentwürfe und Entwürfe bleiben nach geltendem Urheberrecht Eigentum der Agentur und sind auf Wunsch in angemessener Frist nach Beendigung des Auftrags zurückzugeben. Für Beschädigungen haftet der Kunde.

§ 8 Nutzungs- und Urheberrechte

§ 8.1 Nutzungs- und sonstige Rechte an den eingereichten Vorschlägen gehen nur insoweit auf den Kunden über, als dies aus der anfänglichen Aufgabenstellung hervorgeht (Vertriebsgebiet, Auflagen, Zeiträume etc.), ansonsten sind sie gesondert zu regeln.

§ 8.2 Der Kunde ist nicht berechtigt, die von der Agentur im Angebotsstadium eingereichten Vorschläge zu verwenden und zwar unabhängig davon, ob sie urheberrechtlich geschützt sind oder nicht. Dies gilt auch für eine Verwendung in abgewandelter Form oder durch Dritte.

§ 8.3 Vorschläge und Weisungen des Kunden aus technischen, gestalterischen und anderen Gründen sowie seine sonstige Mitarbeit begründen kein Miturheberrecht, es sei denn, dass dies ausdrücklich vereinbart worden ist.

§ 8.4 Falls kein Auftrag erteilt wird, bleibt es der Agentur unbenommen, die präsentierten Ideen, Werke, Entwürfe etc. für andere Projekte und Kunden zu verwenden.

§ 8.5 Mit der Zahlung des Agenturhonorars einschließlich der Lizenz für die Übertragung des Vervielfältigungsrechts erwirbt der Kunde nur das Recht zur Vervielfältigung der Arbeit im vereinbarten Umfang und zu dem vereinbarten speziellen Zweck.

Geht die Verwendung über den vereinbarten Umfang und Zweck hinaus, ist eine neuerliche Vereinbarung sowie eine zusätzliche Honorierung erforderlich.

Auslandsrechte oder Rechte für weitere Auflagen gelten nicht als mitübertragen, sofern nicht eine besondere Vereinbarung erfolgt.

§ 8.6 Wünscht der Kunde die Herausgabe offener, editierbarer Daten bedarf dies einer gesonderten schriftlichen Vereinbarung und ist gesondert zu vergütet. Die Agentur übernimmt nach Herausgabe der Daten keine Haftung. Eine Änderung der herausgegebenen Daten ist nur mit vorheriger Zustimmung der Agentur zulässig.

§ 8.7 Die Agentur ist bestrebt, die Urheberrechte Dritter bei der Verwendung von Texten, Bildern und Grafiken zu beachten, selbst erstellte Dokumente zu nutzen oder auf lizenzierte Dokumente zurückzugreifen. Sollte dennoch eine Urheberrechtsverletzung vorliegen, wird die Agentur das entsprechende Material nach Bekanntwerden der Urheberrechtsverletzung umgehend (Internetanwendung), bzw. bei einem Nachdruck (Printerzeugnisse) entfernen oder mit dem entsprechenden Urhebervermerk versehen.

§ 8.8 Für Unterlagen (Texte, Bilder, grafische Darstellungen), die vom Kunden geliefert werden, verbleiben die Urheberrechte bei diesem. Werden durch Unterlagen, die vom Kunden geliefert wurden, Urheberrechte Dritter verletzt und wird die Agentur deswegen rechtlich in Anspruch genommen, so haftet der Kunde für die Rechtsfolgen.

§ 9 Haftung

§ 9.1 Die Agentur haftet nicht bei Nichterfüllung, Leistungsmangel oder Verzug von Werbeträgern oder sonstigen Drittbeauftragten, die nicht ihre Erfüllungsgehilfen sind, auch nicht für deren vorsätzliches oder grob fahrlässiges Verhalten. In anderen Fällen tritt die Agentur ihre Ersatzansprüche gegen den Dritten an den Kunden ab.

§ 9.2 Die Agentur selbst haftet nur für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit. Dies gilt auch für Folgeschäden.

§ 9.3 Nach der Druckreiferklärung durch den Kunden ist die Agentur von jeder Verantwortung für die Richtigkeit der vorgelegten Unterlagen befreit.

Soweit der Kunde von sich aus Korrekturen vornehmen lässt, entfällt jede Haftung der Agentur.

§ 9.4 Der Kunde haftet für die rechtliche/wettbewerbsrechtliche Richtigkeit von Werbeaussagen oder inhaltlichen Bestandteilen. Eine Pflicht zur rechtlichen Beratung trifft die Agentur nicht. Für eventuelle Abmahnungen Dritter gegen die Agentur oder rechtliche Verfolgungen gegen Werbeprodukte oder deren Inhalte haftet der Kunde.

§ 9.5 Der Kunde hat die Ordnungsgemäßheit, Richtigkeit und Vollständigkeit der gelieferten Ware sowie der zur Korrektur übersandten Vor- und Zwischenergebnisse unverzüglich zu prüfen. Die Gefahr etwaiger Fehler geht mit Reinlagererklärung auf den Kunden über, soweit es sich nicht um Fehler handelt, die erst im Fertigungsprozess nach Freigabe entstanden sind oder erkannt werden konnten. Das gleiche gilt für alle sonstigen Freigabeerklärungen des Kunden.

§ 9.6 Bei farbigen Reproduktionen in allen Herstellungsverfahren können geringfügige Abweichungen vom Original nicht beanstandet werden. Das gleiche gilt für den Vergleich zwischen Andrucken und Auflagedruck. Technische Angaben verstehen sich unter den branchenüblichen Toleranzen.

§ 9.7 Branchenübliche Mehr- oder Minderlieferungen der bestellten Auflage können nicht beanstandet werden. Berechnet wird die gelieferte Menge.

§ 9.8 Schadensersatzansprüche wegen Unmöglichkeit und Verzug sind beschränkt auf die Höhe des Auftragswertes (Eigenleistung, ausschließlich Vorleistung und Material). Dies gilt im gleichen Umfang für Dritte, denen sich die Agentur zur Erfüllung der Leistungen bedient.

§ 9.9 Für die rechtliche Zulässigkeit der entwickelten und umgesetzten Projekte übernimmt die Agentur keine Gewähr, ist allerdings um Einholung und Einhaltung der gesetzlichen Richtlinien bemüht. Eine Haftung für die wettbewerbsrechtliche Unbedenklichkeit einer Werbung kann nicht übernommen werden, insbesondere ist die Agentur nicht verpflichtet, jeden Entwurf vorher juristisch überprüfen zu lassen.

§ 10 Termine

§ 10.1 Terminvereinbarungen werden von der Agentur mit der allgemeinen Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns beachtet. Fixgeschäfte bedürfen einer besonderen Vereinbarung. Andernfalls ist die Agentur lediglich zur nachträglichen ordnungsgemäßen Leistung verpflichtet. Eine Stornierung des Auftrags ist ausgeschlossen.

§ 10.2 Alle Liefer- und Leistungstermine stehen unter dem Vorbehalt richtiger und rechtzeitiger Selbstbelieferung der Agentur. Nachträgliche Änderungs- oder Ergänzungswünsche sowie verspätete Bereitstellung von Informationen und Vorlagen durch den Kunden können eine angemessene Verlängerung zur Folge haben.

§ 11 Rücktritt/Kündigung

§ 11.1 Gerät die Agentur in Verzug, so ist ihr zunächst eine angemessene Nachfrist von mindestens 4 Wochen zu gewähren. Nach erfolglosem Ablauf der Nachfrist kann der Kunde vom Vertrag zurücktreten.

§ 11.2 Betriebsstörungen - sowohl im Betrieb der Agentur als auch in dem Betrieb eines Zulieferers - insbesondere bei Streik, Aussperrung sowie alle sonstigen Fälle höherer Gewalt, berechtigen nicht zur Kündigung des Vertragsverhältnisses.

§ 12 Eigenwerbung

§ 12.1 Die Agentur ist berechtigt, die von ihr gestellten Werbemittel zu signieren und in ihrer Eigenwerbung, auch nach Beendigung der Vertragszeit, auf die Betreuung des Kunden hinzuweisen. Ausgenommen von der Signierung sind Geschäftspapiere und Anzeigen. Bei Internetanwendungen erfolgt eine Signierung in der Regel durch Nennung der Agentur und eine Verlinkung zu www.werbepraxis.org im Footer und vom Impressum aus.

§ 12.2 Widerspricht der Kunde einer Signierung durch die Agentur kann ein Aufschlag in Höhe von 10% (Printerzeugnisse), bzw. 15% (Internetanwendungen) auf den Auftragswert verrechnet werden.

§ 12.3 Die nach den Richtlinien des BDG/AGD (Verbandes) obligatorischen Belegexemplare sind der Agentur nach Fertigstellung ohne besondere Aufforderung zu übergeben.

§ 13 Besondere Bedingungen für digitale Erzeugnisse, insbesondere Webseiten

§ 13.1 Die Agentur verpflichtet sich, bei Internetanwendungen allgemein gültige oder industriell übliche Standards einzusetzen. Die Leistung gilt als erbracht, wenn mit einer standardmäßigen Applikation (Browser) die Darstellung korrekt und mit einem angemessenen Zeitverhalten erfolgt.

§ 13.2 Korrekturen oder nicht explizit vereinbarte Leistungen, die den Angebotsumfang übersteigen, werden nach Aufwand nach der aktuellen, einsehbaren Preisliste der Agentur an den Kunden verrechnet.

§ 13.3 Der Kunde verpflichtet sich, regelmäßig die individuellen Informationen innerhalb der Internetanwendungen zu überprüfen und Änderungen, wie beispielsweise solche bei Adressen, Telefonnummern, Mitarbeitern usw., zeitnah durchzuführen, bzw. in schriftlicher Form mitzuteilen (beispielsweise per E-Mail).

§ 13.4 Soweit der Kunde selbständig Inhalte innerhalb seiner Internetanwendung veröffentlicht, verpflichtet er sich zur Einhaltung aller rechtlichen Bedingungen, die insbesondere für Internetveröffentlichungen gelten. Auf die inhaltlichen Anforderungen der Internetpräsentation sowie der Anforderungen des § 6 TMG, wie Impressumspflicht, Angaben zu Firma etc. wird hingewiesen.

§ 13.5 Als verantwortlich für die Veröffentlichungen wird der Kunde im Impressum der Internetanwendung der rechtlich vorgeschriebenen Art benannt.

§ 13.6 Vom Kunden gelieferte Inhalte sowie Links auf Webseiten Dritter im Internet dürfen keine Warenzeichen-, Marken-, Patent- oder andere Rechte Dritter verletzen. Für Schäden durch die gelieferten Daten haftet der Kunde.

§ 13.7 Von der Agentur erstellte Seiten/webbasiierende Softwarelösungen sind urheberrechtlich geschützt und werden als solche gekennzeichnet.

§ 14 Besondere Bedingungen für fotografische Erzeugnisse

§ 14.1 Die AGB gelten für jegliches dem Kunden überlassenes Bildmaterial, gleich in welcher Schaffensstufe oder technischen Form, insbesondere auch für elektronisches oder digitales Bildmaterial.

§ 14.2 Der Kunde erkennt an, dass es sich bei dem von der Agentur gelieferten Bildmaterial um urheberrechtlich geschützte Lichtbildwerke i.S.v. § 2 Abs. 1 Ziff. 5 Urheberrechtsgesetz handelt.

§ 14.3 Der Kunde hat das Bildmaterial sorgfältig und pfleglich zu behandeln und darf es an Dritte nur zu geschäftsinternen Zwecken der Sichtung, Auswahl und technischen Verarbeitung weitergeben.

§ 14.4 Der Kunde erwirbt grundsätzlich nur ein einfaches Nutzungsrecht zur einmaligen Verwendung, für Folgeaufträge innerhalb der Agentur lässt diese aber die weitere Verwendung ausdrücklich zu.

§ 14.5 Jede darüber hinausgehende Nutzung sowie Veränderung des Bildmaterials zur Erstellung eines neuen urheberrechtlich geschützten Werkes ist honorarpflichtig und nur nach vorheriger schriftlicher Zustimmung der Agentur gestattet.

§ 14.6 Es gilt als vereinbart, dass die Agentur für die im Laufe des Fotoshootings entstandenen Schäden an Mustern nicht haftet. Fotomuster sind innerhalb von 14 Tagen nach Projektende abzuholen.

§ 15 Besondere Bedingungen für periodische Arbeiten

§ 15.1 Verträge über regelmäßig wiederkehrende Arbeiten können nur mit einer Frist von mindestens 3 Monaten zum Ende eines Monats gekündigt werden.

§ 15.2 Die Agentur ist berechtigt, regelmäßig fällige Nutzungsgebühren durch schriftliche Mitteilungen an den Kunden unter Einhaltung einer 3-Monats-Frist zu erhöhen. Der Kunde ist im Falle einer mehr als 10%igen Gebühren erhöhung zur ordentlichen Kündigung unter Einhaltung der Kündigungsfristen berechtigt. Zwischen zwei Erhöhungen müssen mindestens 6 Monate liegen.

§ 16 Salvatorische Klausel, Gerichtsstand

§ 16.1 Die Nichtigkeit einzelner Formulierungen dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen berührt nicht die Wirksamkeit im Übrigen. An die Stelle der unwirksamen Klausel tritt diejenige zulässige Klausel, die in ihrer Wirkung der unwirksamen Klausel wirtschaftlich am nächsten kommt. Durch etwaige Unwirksamkeit einer oder mehrerer Bestimmungen wird die Wirksamkeit der übrigen Bestimmungen nicht berührt.

§ 16.2 Für alle Geschäfte gilt ausschließlich deutsches Recht.

§ 16.3 Erfüllungsort und Gerichtsstand für alle Streitigkeiten, auch für Wechsel- und Scheckverbindlichkeiten, ist der Sitz der Agentur.