

# **Allgemeine Geschäftsbedingungen Jens Hannemann - Medien & Marketing**

## **1. Allgemeines**

1.1 Jens Hannemann - Medien & Marketing (im Folgenden „Agentur“) erbringt seine Leistungen ausschließlich auf der Grundlage der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB). Diese gelten für alle Rechtsbeziehungen zwischen der Agentur und dem Kunden, selbst wenn nicht ausdrücklich auf sie Bezug genommen wird.

1.2 Allfällige Geschäftsbedingungen des Kunden werden, selbst bei Kenntnis, nicht akzeptiert, sofern nicht im Einzelfall ausdrücklich und schriftlich anderes vereinbart wird. AGB des Kunden widerspricht die Agentur ausdrücklich. Eines weiteren Widerspruchs gegen AGB des Kunden durch die Agentur bedarf es nicht.

1.3 Alle Vereinbarungen, insbesondere allfällige nachträgliche Änderungen des Leistungsinhaltes bedürfen der Schriftform. Für Kunden zumutbare Änderungen bleiben vorbehalten.

## **2. Angebot und Vertragsabschluss**

2.1 Die Angebote der Agentur sind freibleibend und unverbindlich.

2.2 Ein Vertrag kommt erst mit dem schriftlichen Vertragsschluss oder der schriftlichen Bestätigung des Auftragsangebotes der Agentur, spätestens jedoch mit Beginn der Durchführung der Werkleistung zustande.

2.3 Angaben in Prospekten, sonstigen Werbeschriften und auf den Internetseiten der Agentur stellen keine verbindlichen Angebote dar.

## **3. Konzept- und Ideenschutz**

Hat der potenzielle Kunde die Agentur vorab bereits eingeladen, ein Konzept zu erstellen, und kommt die Agentur dieser Einladung noch vor Abschluss des Hauptvertrages nach, so gilt nachstehende Regelung:

3.1 Bereits durch die Einladung und die Annahme der Einladung durch die Agentur treten der potenzielle Kunde und die Agentur in ein Vertragsverhältnis. Auch diesem Vertrag liegen diese AGB zu Grunde.

3.2 Der potenzielle Kunde anerkennt, dass die Agentur bereits mit der Konzepterarbeitung kostenintensive Vorleistungen erbringt, obwohl er selbst noch keine Leistungspflichten übernommen hat.

3.3 Das Konzept untersteht in seinen sprachlichen und grafischen Teilen, soweit diese Werkhöhe erreichen, dem Schutz des Urheberrechtsgesetzes. Eine Nutzung und Bearbeitung dieser Teile ohne Zustimmung der Agentur ist dem potenziellen Kunden schon auf Grund des Urheberrechtsgesetzes nicht gestattet.

3.4 Das Konzept enthält darüber hinaus werberelevante Ideen, die keine Werkhöhe erreichen und damit nicht den Schutz des Urheberrechtsgesetzes genießen. Diese Ideen stehen am Anfang jedes Schaffensprozesses und können als zündender Funke alles später Hervorgebrachten und somit als Ursprung der Vermarktungsstrategie definiert werden. Daher sind jene Elemente des Konzeptes geschützt, die eigenartig sind und der Vermarktungsstrategie ihre charakteristische Prägung geben. Als Idee im Sinne dieser Vereinbarung werden insbesondere Werbeschlagwörter, Werbetexte, Grafiken und Illustrationen, Werbemittel usw. angesehen, auch wenn sie keine Werkhöhe erreichen.

3.5 Der potenzielle Kunde verpflichtet sich, es zu unterlassen, diese von der Agentur im Rahmen des Konzeptes präsentierten kreativen Werbeideen außerhalb des Korrektivs eines später abzuschließenden Hauptvertrages wirtschaftlich zu verwerten bzw. verwerten zu lassen oder zu nutzen bzw. nutzen zu lassen.

3.6 Sollte der potenzielle Kunde der Meinung sein, dass ihm von der Agentur Ideen präsentiert wurden, auf die er bereits vor der Präsentation selbst gekommen ist, so hat er dies der Agentur binnen 3 Tagen nach dem Tag der Präsentation schriftlich, vorzugsweise per E-Mail unter Anführung von Beweismitteln, die eine zeitliche Zuordnung erlauben, bekannt zu geben.

3.7 Im gegenteiligen Fall gehen die Vertragsparteien davon aus, dass die Agentur dem potenziellen Kunden eine für ihn neue Idee präsentiert hat. Wird die Idee vom Kunden verwendet, so ist davon auszugehen, dass die Agentur dabei verdienstlich wurde. In diesem Fall ist die Agentur berechtigt, die erbrachten Leistungen entsprechend in Rechnung zu stellen.

3.8 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 unverzüglich der Agentur zurückzustellen. Die Weitergabe von Präsentationsunterlagen an Dritte sowie deren Veröffentlichung, Vervielfältigung, Verbreitung oder sonstige Verwertung ist ohne ausdrückliche Zustimmung der Agentur nicht zulässig.

3.9 Werden die im Zuge einer Präsentation eingebrachten Ideen und Konzepte für die Lösung von Kommunikationsaufgaben nicht in von der Agentur für den Kunden gestalteten Werbemitteln verwertet, so ist die Agentur berechtigt, die präsentierten Ideen und Konzepte anderweitig zu verwenden bzw. zu verwerten.

3.10 Alle nicht ausgeführten Konzepte, Entwürfe und Unterlagen sowie sonstigen Leistungen der Agentur bleiben jedenfalls im Eigentum der Agentur. Diese sind vom Kunden an die Agentur zurückzustellen. Eine weitere Nutzung bzw. Weitergabe der Präsentationsunterlage an Dritte sowie deren Veröffentlichung, Vervielfältigung oder sonstige Verbreitung ist ausgeschlossen.

3.11 Die Agentur ist berechtigt, sofern in weiterer Folge kein Hauptvertrag zu Stande kommt, für die geleisteten Vorarbeiten und Entwürfe zur Präsentation ein angemessenes Honorar anzusprechen. Mangels gesonderter Vereinbarung hat dies jedenfalls den gesamten Sach- und Personalaufwand der Agentur zu enthalten und sämtliche Fremdleistungen abzudecken.

## **4. Leistung**

4.1 Der Umfang der durch die Agentur zu erbringenden Leistungen ergibt sich aus der Leistungsbeschreibung im Agenturvertrag oder einer allfälligen Auftragsbestätigung durch die Agentur, sowie dem allfälligen Pflichtenheft. Nachträgliche Änderungen des Leistungsinhaltes bedürfen der schriftlichen Bestätigung durch die Agentur.

4.2 Innerhalb des vom Kunden vorgegebenen Rahmens besteht bei der Erfüllung des Auftrages gänzliche Gestaltungsfreiheit der Agentur.

## **5. Mitwirkungspflicht des Kunden**

5.1 Alle Leistungen der Agentur (insbesondere Vorentwürfe, Skizzen, elektronische Dateien, Fotoabdrucke bzw. Bürstenabzüge, etc.) sind vom Kunden zu überprüfen und von ihm binnen drei Tagen freizugeben. Falls eine fristgerechte Rückäußerung des Kunden unterbleibt, so kann die Agentur von der Zustimmung des Kunden ausgehen.

5.2 Der Kunde hat der Agentur zeitgerecht und vollständig sämtliche Informationen und Unterlagen bzw. Dateien zugänglich zu machen, die für die Erbringung der Leistung erforderlich sind. Bild-, Ton-, Text- oder ähnliche Materialien sind in einem gängigen, unmittelbar verwendbaren, möglichst digitalen Format zur Verfügung zu stellen. Weiters wird er sie auch von allen Umständen informieren, die für die Durchführung des Auftrages relevant sind, selbst wenn diese erst während der Durchführung des Auftrages bekannt werden. Sofern sich durch nachträglich hervorgekommene Umstände der Leistungsumfang verändert, bisherige Arbeiten wiederholt werden müssen oder verzögert werden, so hat der Kunde für diesen Mehraufwand aufzukommen.

5.3 Der Kunde garantiert, dass die der Agentur zur Verfügung gestellten Unterlagen (Fotos, Logos, etc.) frei von Rechten Dritter sind und für den angestrebten Zweck eingesetzt werden können. Eine gesonderte Prüfung auf allfällige Urheber-, Marken-, Kennzeichenrechte oder sonstige Rechte Dritter durch die Agentur erfolgt nicht. Wurde die Agentur wegen einer solchen Rechtsverletzung von einem Dritten in Anspruch genommen, so hält der Kunde die Agentur schad- und klaglos; er hat ihr sämtliche Nachteile zu ersetzen, die ihr durch eine Inanspruchnahme Dritter entstehen. Insbesondere sind auch die Kosten einer angemessenen anwaltlichen Vertretung von dieser Ersatzpflicht mit umfasst. Der Kunde verpflichtet sich weiters auch, die Agentur bei der Abwehr von allfälligen Ansprüchen Dritter nach besten Kräften zu unterstützen.

## **6. Fremdleistungen**

6.1 Die Agentur ist nach freiem Ermessen berechtigt, die vereinbarten Leistungen selbst auszuführen, sich bei der Erbringung von vertragsgegenständlichen Leistungen sachkundiger Dritter als Erfüllungsgehilfen zu bedienen und/oder derartige Leistungen zu substituieren.

6.2 Die Beauftragung von Dritten im Rahmen einer Fremdleistung erfolgt entweder im eigenen Namen oder im Namen des Kunden. Die Agentur wird diesen Dritten sorgfältig auswählen und darauf achten, dass dieser über die erforderliche fachliche Qualifikation verfügt.

6.3 Für Produkte und/oder Dienstleistungen Dritter übernimmt die Agentur keine Haftung und keine Garantie auf deren Funktion und Erreichbarkeit.

## **7. Termine**

7.1 Frist- und Terminabsprachen sind schriftlich festzuhalten bzw. zu bestätigen. Die Agentur bemüht sich, die vereinbarten Termine einzuhalten. Die Nichteinhaltung der Termine berechtigt den Kunden allerdings erst dann zur Geltendmachung seiner ihm gesetzlich zustehenden Rechte, wenn er der Agentur eine angemessene, mindestens aber 14 Tage währende Nachfrist gewährt hat. Diese Nachfrist beginnt erst mit Zugang eines Mahnschreibens an die Agentur.

7.2 Unabwendbare oder unvorhergesehene Ereignisse, insbesondere Verzögerungen bei Lieferanten der Agentur, entbinden die Agentur von der Einhaltung des vereinbarten Liefertermins. Gleiches gilt, wenn der Kunde mit seinen zur Durchführung des Auftrages notwendigen Verpflichtungen (z.B. Bereitstellung von Unterlagen und Informationen) im Verzug ist. In diesem Fall wird der vereinbarte Termin zumindest im Ausmaß des Verzugs verschoben.

7.3 Die Lieferverpflichtungen der Agentur sind erfüllt, sobald die Arbeiten und Leistungen zur Versendung gebracht sind. Das Risiko der Übermittlung (z.B. Beschädigung, Verlust, Verzögerung, udgl.), gleich mit welchem Medium übermittelt wird, trägt der Kunde.

7.4 Bei der Erstellung von Internetpräsenzen gilt als Fertigstellung das Hochladen (Upload) der Präsenz.

## **8. Vorzeitige Auflösung**

8.1 Die Agentur ist berechtigt, den Vertrag aus wichtigen Gründen mit sofortiger Wirkung aufzulösen. Ein wichtiger Grund liegt insbesondere vor, wenn

a) die Ausführung der Leistung aus Gründen, die der Kunde zu vertreten hat, unmöglich wird oder trotz Setzung einer Nachfrist von 14 Tagen weiter verzögert wird;

b) der Kunde fortgesetzt, trotz schriftlicher Abmahnung mit einer Nachfristsetzung von 14 Tagen, gegen wesentliche Verpflichtungen aus diesem Vertrag, wie z.B. Zahlung eines fällig gestellten Betrages oder Mitwirkungspflichten, verstößt.

c) berechnete Bedenken hinsichtlich der Bonität des Kunden bestehen und dieser auf Begehren der Agentur weder Vorauszahlungen leistet noch eine taugliche Sicherheit beibringt;

8.2 Der Kunde ist berechtigt, den Vertrag aus wichtigen Gründen ohne Nachfristsetzung aufzulösen. Ein wichtiger Grund liegt insbesondere dann vor, wenn die Agentur fortgesetzt, trotz schriftlicher Abmahnung mit einer angemessenen Nachfrist von zumindest 14 Tagen zur Behebung des Vertragsverstößes gegen wesentliche Bestimmungen aus diesem Vertrag verstößt.

## **9. Gewährleistung und Haftung**

9.1 Der Kunde hat allfällige Mängel unverzüglich, jedenfalls innerhalb von acht Tagen nach Lieferung/Leistung durch die Agentur, verdeckte Mängel innerhalb von acht Tagen nach Erkennen derselben, schriftlich unter Beschreibung des Mangels anzuzeigen, andernfalls gilt die Leistung als genehmigt. In diesen Fällen ist die Geltendmachung von Gewährleistungs- und Schadenersatzansprüchen ausgeschlossen.

9.2 Bei berechtigten Ansprüchen des Kunden werden die geltend gemachten Mängel binnen einer angemessenen Frist durch Verbesserung oder Austausch behoben. Die Agentur ist berechtigt, die Verbesserung der Leistung zu verweigern, wenn diese unmöglich oder für die Agentur mit einem unverhältnismäßigen Aufwand verbunden ist. In diesem Fall stehen dem Kunden die gesetzlichen Wandlungs- oder Preisminderungsansprüche zu.

9.3 Dem Kunden obliegt die Überprüfung der Leistung auf ihre rechtliche, insbesondere wettbewerbs-, marken-, urheber- und verwaltungsrechtliche Zulässigkeit.

9.4 Die Agentur haftet dem Kunden für allfällige Schäden nur bei grober Fahrlässigkeit oder Vorsatz. Bei leicht fahrlässig verursachten Sach- und Vermögensschäden haftet die Agentur und deren Erfüllungsgehilfen nur bei der Verletzung einer wesentlichen Vertragspflicht, jedoch der Höhe nach beschränkt auf die bei Vertragsschluss vorhersehbaren und vertragstypischen Schäden.

## **10. Entgelt und Zahlungskonditionen**

10.1 Wenn nichts anderes vereinbart ist, entsteht der Honoraranspruch der Agentur für jede einzelne (Teil-)Leistung, sobald diese erbracht wurde. Die Agentur ist auch berechtigt, zur Deckung ihres Aufwandes Vorschüsse zu verlangen.

10.2 Das Honorar versteht sich als Netto-Honorar zuzüglich der Umsatzsteuer in gesetzlicher Höhe. Mangels Vereinbarung im Einzelfall hat die Agentur für die erbrachten Leistungen und die Überlassung der urheber- und kennzeichenrechtlicher Nutzungsrechte Anspruch auf ein Honorar in marktüblicher Höhe.

10.3 Alle Leistungen der Agentur, die nicht ausdrücklich durch das vereinbarte Honorar abgegolten sind, werden gesondert entlohnt. Alle der Agentur erwachsenden Barauslagen sind vom Kunden zu ersetzen.

10.4 Kostenvoranschläge der Agentur sind unverbindlich. Wenn abzusehen ist, dass die tatsächlichen Kosten die von der Agentur veranschlagten um mehr als 10 % 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 dem Hinweis schriftlich widerspricht und gleichzeitig kostengünstigere Alternativen bekannt gibt. Handelt es sich um eine Kostenüberschreitung bis 10 % ist eine gesonderte Verständigung nicht erforderlich. Diese Kostenüberschreitung gilt vom Kunden von vornherein als genehmigt.

10.5 Das Honorar ist sofort mit Rechnungserhalt und ohne Abzug zur Zahlung fällig, sofern nicht im Einzelfall besondere Zahlungsbedingungen schriftlich vereinbart wurden. Die von der Agentur gelieferte Ware bleibt bis zur vollständigen Bezahlung des Entgeltes einschließlich aller Nebenverbindlichkeiten Eigentum der Agentur.

10.6 Bei Zahlungsverzug des Kunden ist die Agentur berechtigt, Verzugszinsen von 12 % über dem Basiszinssatz jährlich zu verrechnen. Der Kunde verpflichtet sich für den Fall des Verzuges, und zwar selbst für den Fall des unverschuldeten Zahlungsverzuges, die der Agentur entstehenden Mahn- und Inkassokosten zu ersetzen.

10.7 Im Falle des Zahlungsverzuges kann die Agentur sämtliche, im Rahmen anderer mit dem Kunden abgeschlossener Verträge, erbrachte Leistungen und Teilleistungen sofort fällig stellen. In diesem Fall ist die Agentur auch nicht verpflichtet, weitere Leistungen bis zur Begleichung des aushaltenden Betrages zu erbringen.

## **11. Nutzungen und Rechte**

11.1 Der Kunde ist lediglich berechtigt, die von der Agentur erbrachten Leistungen im vertraglich vereinbarten Umfang sowie unter Beachtung der entsprechenden urheberrechtlichen Vorschriften zu nutzen.

11.2 Änderungen von Leistungen der Agentur, wie insbesondere deren Weiterentwicklung durch den Kunden oder durch für diesen tätig werdende Dritte, sind nur mit ausdrücklicher Zustimmung der Agentur zulässig.

11.3 Für die Nutzung von Leistungen der Agentur, die über den ursprünglich vereinbarten Zweck und Nutzungsumfang hinausgeht, ist – unabhängig davon, ob diese Leistung urheberrechtlich geschützt ist – die Zustimmung der Agentur erforderlich. Der Agentur steht dafür jedenfalls eine gesonderte angemessene Vergütung zu.

## **12. Kennzeichnung**

12.1 Die Agentur ist berechtigt, auf allen Werbemitteln und bei allen Werbemaßnahmen auf die Agentur und allenfalls den Urheber hinzuweisen, ohne dass dem Kunden dafür ein Entgelt- oder Preisminderungsanspruch zusteht.

12.2 Die Agentur ist vorbehaltlich des jederzeit möglichen, schriftlichen Widerrufs des Kunden auch dazu berechtigt, auf eigenen Werbeträgern, insbesondere auf ihrer Internetseite mit Namen und Firmenlogo auf die zum Kunden bestehende oder vormalige Geschäftsbeziehung hinzuweisen (Referenzhinweis), und die erbrachten Leistungen darzustellen.

## **13. Datenschutz**

13.1 Der Kunde stimmt ausdrücklich zu, dass seine persönlichen Daten, nämlich Name/Firma, Beruf, Geburtsdatum, Handelsregisternummer, Vertretungsbefugnisse, Ansprechpersonen, Geschäftsanschrift und sonstige Adressen des Kunden, Telefonnummer, Telefaxnummer, E-Mail-Adresse, Bankverbindungen, Kreditkartendaten, UID-Nummer, etc. zum Zwecke der Vertragserfüllung und Betreuung des Kunden sowie für eigene Werbezwecke, beispielsweise Zusendung von Angeboten, Werbeprospekten und Newsletter automationsunterstützt ermittelt, gespeichert und verarbeitet werden. Der Kunde ist einverstanden, dass ihm elektronische Post zu Werbezwecken bis auf Widerruf zugesendet wird.

13.2 Diese Zustimmung kann jederzeit ohne Angabe von Gründen schriftlich mittels E-Mail, Telefax oder Brief an die Agentur widerrufen werden.

## **14. Schlussbestimmungen**

14.1 Der zugrunde liegende Vertrag einschließlich dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen und die gesamte Rechtsbeziehung der Parteien unterliegen dem Recht der Bundesrepublik Deutschland unter Ausschluss des UN-Kaufrechtes.

14.2 Sollten einzelne Bestimmungen des Vertrages mit dem Kunden einschließlich dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen unwirksam sein oder werden oder eine Lücke enthalten, berührt dies nicht die Wirksamkeit der übrigen Bestimmungen. Die Vertragsparteien erklären bereits jetzt an Stelle einer unwirksamen Klausel eine solche zu vereinbaren, die dem wirtschaftlichen Zweck der unwirksamen am Nächsten kommt.

14.3 Gerichtsstand für alle etwaigen Streitigkeiten aus der Geschäftsbeziehung zwischen der Agentur und dem Kunden wird - soweit gesetzlich zulässig - das für den Sitz der Agentur sachlich zuständige Amts- bzw. Landgericht vereinbart. Ungeachtet dessen ist die Agentur berechtigt, den Kunden an seinem allgemeinen Gerichtsstand zu klagen.

Eckernförde im August 2015