

ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN

§ 1 Gegenstand und Geltungsbereich

1. Gegenstand der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen – nachfolgend: „AGB“ - sind Werke oder Dienstleistungen, die von der Bruce B. corporate communication GmbH - nachfolgend: „Agentur“ – für Kunden hergestellt oder erbracht werden. Sie gelten bei ständiger Geschäftsbeziehung auch für alle künftigen Geschäfte mit dem Kunden in der zum Zeitpunkt der Beauftragung jeweils gültigen Fassung.
2. Die AGB sind wesentlicher Bestandteil jedes mit dem Kunden abgeschlossenen Vertrages, soweit nicht im Einzelfall etwas anderes schriftlich vereinbart ist.
3. Abweichende oder entgegenstehende Geschäftsbedingungen des Kunden werden nur Vertragsbestandteil, wenn sie von der Agentur schriftlich anerkannt worden sind. Dies gilt auch, wenn den Geschäfts- und/oder Lieferbedingungen des Kunden nicht ausdrücklich widersprochen worden ist.

§ 2 Leistungen der Agentur

1. Die Agentur erbringt ihre Leistungen auf Basis einer mit dem Kunden jeweils gesondert zu treffenden vertraglichen Vereinbarung.
2. Das Leistungsspektrum der Agentur umfasst insbesondere Beratungs-, Gestaltungs- und Produktionsleistungen.

§ 3 Mitwirkung des Kunden

1. Der Kunde stellt der Agentur alle für deren Arbeit erforderlichen oder dienlichen Daten und Informationen über Marketingziele, Märkte, Produkte und Dienstleistungen unaufgefordert zur Verfügung. Die Agentur verpflichtet sich zur streng vertraulichen Behandlung solcher Daten und Informationen.
2. Der Kunde erteilt Genehmigungen so rechtzeitig, dass der Arbeitsablauf der Agentur und ihrer Lieferanten und damit die vertragsgemäße Realisierung der jeweiligen Kommunikationsmaßnahme nicht beeinträchtigt wird; die durch nicht rechtzeitig erteilte oder verweigerte Genehmigung eventuell entstehenden Mehrkosten und/oder ein dadurch entstehendes Qualitätsrisiko trägt der Kunde.
3. Der Kunde versichert, dass sämtliche Materialien, die er der Agentur im Rahmen der Leistungserbringung zur auftragsgemäßen Verwendung zur Verfügung stellt, frei von Rechten Dritter sind.
4. Zwecks Prüfung und Zustimmung legt die Agentur dem Kunden alle Entwürfe vor der Veröffentlichung vor. Der Kunde übernimmt mit der Freigabe der Arbeiten die Verantwortung für die Richtigkeit von Inhalt, Bild, Ton und Text.
5. Schuldet die Agentur einen bestimmten Arbeitserfolg, d. h. ein individualisierbares Werk (z. B. Entwurf), ist der Kunde zur Abnahme verpflichtet. Die Abnahme gilt als erfolgt, wenn sie nicht innerhalb von sieben Tagen nach Ablieferung erklärt oder verweigert wird, vorausgesetzt, das Arbeitsergebnis entspricht im Wesentlichen den Vereinbarungen. Bestehen wesentliche Abweichungen, wird die Agentur diese

Abweichungen in angemessener Frist beseitigen und das Arbeitsergebnis erneut zur Abnahme vorlegen. Die Abnahme gilt spätestens mit der Zahlung oder Nutzung des Werks als erfolgt.

§ 4 Auftragsvergabe, Termine, Lieferfristen

1. Basis der Tätigkeit der Agentur bildet das Briefing durch den Kunden.
2. Die Agentur unterbreitet dem Kunden vor Beginn jeder Kosten verursachenden Arbeit grundsätzlich einen Kostenvoranschlag in schriftlicher Form.
3. Termine und Lieferfristen sind grundsätzlich unverbindliche Orientierungshilfen. Dies gilt nicht, wenn Termine ausdrücklich schriftlich als fix vereinbart sind.

Die Agentur haftet nicht für Lieferverzögerungen, die darauf beruhen, dass der Kunde erforderliche Mitwirkungspflichten gemäß § 3 unterlässt.

Kommt der Kunde in Annahmeverzug oder verletzt er schuldhaft sonstige Mitwirkungspflichten, so ist die Agentur berechtigt, den insoweit entstehenden Schaden, einschließlich etwaiger Mehraufwendungen, ersetzt zu verlangen. Weitergehende Ansprüche bleiben vorbehalten.

4. Der Kunde erteilt den Auftrag an die Agentur durch Genehmigung des Kostenvoranschlags. Die Genehmigung soll in der Regel schriftlich erfolgen. Erfolgt sie mündlich, so soll sie in einem Besprechungsprotokoll festgehalten werden.
5. Die Agentur vergibt Produktionsaufträge an Dritte nach Freigabe durch den Kunden in der Regel im Namen und auf Rechnung des Kunden. Die Agentur überwacht die Produktion und prüft das Produktionsergebnis.
6. Sofern Fremdleistungen an Externe in Auftrag gegeben werden, welche nach dem Künstlersozialversicherungsgesetz der Abgabepflicht unterliegen, wird die Agentur den Fremdauftrag im eigenen Namen selbst vergeben und damit auch die Künstlersozialabgabe als direkter Vertragspartner des Künstlers selbst abführen. Der Kunde ersetzt der Agentur diese Position. Die Agentur wird deshalb gegenüber dem Kunden auf den Nettogesamtbetrag der Fremdleistung den jeweils aktuell geltenden KSK-Abgabesatz hinzufügen. Damit entfällt für den Kunden die Pflicht, diese Leistungsposition in die eigene Abgabemeldung an die Künstlersozialkasse einzubeziehen.

§ 5 Vergütung der Agentur

1. Für alle Leistungen der Agentur wird das Honorar im Rahmen von vom Kunden genehmigten Kostenvoranschlägen vereinbart.

Für genehmigte Kostenvoranschläge gilt eine Abweichung von +/- 10 Prozent als von der Genehmigung erfasst, sofern nicht etwas Abweichendes schriftlich vereinbart wird.

2. Alle anlässlich einer Leistungserbringung auf ausdrücklichen Wunsch des Kunden anfallenden Fremdkosten werden mit einer Agenturprovision („Service-Fee“) in Höhe von 15 % beaufschlagt und unter Beifügung von Belegen an den Kunden weiterberechnet.
3. Wenn der Kunde in Auftrag gegebene Arbeiten außerhalb der laufenden Betreuung

ändert oder abbricht, wird er der Agentur die bis dahin angefallenen Honorare und/oder Zeitaufwand vergüten und alle angefallenen Kosten einschließlich ausfallender Honorare und/oder Provisionen erstatten und die Agentur von eventuell entstehenden Ansprüchen Dritter, insbesondere von Auftragnehmern der Agentur, freistellen.

4. Sämtliche Vergütungen der Agentur verstehen sich zuzüglich der gesetzlich jeweils zum maßgeblichen Zeitpunkt der Leistungserbringung geltenden Umsatzsteuer.
5. Die von der Agentur dem Kunden auf Basis eines genehmigten Kostenvoranschlags ausgestellten Rechnungen sind sofort und ohne Abzüge fällig. Bei größeren Aufträgen oder solchen, die sich über einen längeren Zeitraum erstrecken, ist die Agentur berechtigt, Zwischenabrechnungen beziehungsweise Vorausrechnungen zu erstellen oder Akontozahlungen abzurufen. Skonti auf Agenturvergütungen werden nicht gewährt.

§ 6 Vertraulichkeit

1. Die Agentur wird alle ihr im Rahmen der Zusammenarbeit mit dem Kunden zur Kenntnis gelangenden Informationen und Unterlagen, die nicht zur Weitergabe an Dritte bestimmt sind, streng vertraulich behandeln. Sie wird Angestellte und Dritte, die solche Informationen oder Unterlagen zur Durchführung von Arbeiten im Rahmen eines Vertrages erhalten, zu gleicher Verschwiegenheit verpflichten.
2. In gleicher Weise wird der Kunde Informationen, Unterlagen und Daten, die er von der Agentur erhält, sowie Ideen, Konzepte, Bilder, Texte und Gestaltungen, die ihm von der Agentur präsentiert werden und die nicht offenkundig sind, streng vertraulich behandeln und nicht an Dritte weitergeben. Die Geheimhaltungspflicht umfasst sämtliche Inhalte der vorstehenden Präsentationsunterlagen sowie sämtliche Informationen in Bezug auf diese Inhalte, die während der mündlichen Präsentati-on oder in den Korrespondenzen zwischen den Parteien ausgetauscht werden.
3. Die Wahrung der Geschäftsgeheimnisse des jeweiligen Geschäftspartners gilt über die Dauer der jeweiligen Geschäftsbeziehung hinaus.

§ 7 Nutzungsrechte, Vergütung

1. Alle urheberrechtlichen und sonstigen Nutzungsrechte an den vom Kunden zur werblichen Verwendung freigegebenen und bezahlten Arbeitsergebnissen der Agentur gehen auf den Kunden über in dem Umfang, wie es der Zwecks des jeweiligen Auftrags gemäß Auftragsvergabe erfordert. Die Agentur erfüllt ihre Verpflichtung durch Einräumung ausschließlicher Nutzungsrechte im Vertragsgebiet für die von den Parteien jeweils in dem Auftrag vorgesehenen Medien und Einsatzdauer der Werbemaßnahme. Jede über die vorstehende Regelung hinausgehende Nutzung bedarf der gesonderten Zustimmung der Agentur. Der Kunde ist insbesondere nicht berechtigt, die vorgenannten Arbeitsergebnisse oder Teile davon zu vervielfältigen, zu bearbeiten oder umzugestalten und in derart abgeänder-ter Form zu verbreiten oder in sonstiger Weise öffentlich zugänglich zu machen.
2. Zieht die Agentur zur Vertragserfüllung Dritte heran, wird sie die Nutzungsrechte an deren Leistungen im Umfang der vorstehenden Regelung für den Kunden auf dessen Kosten erwerben und ihm dementsprechend übertragen. Sollten diese Rechte im Einzelfall in diesem Umfang nicht erhältlich oder deren Erwerb nur mit unverhältnismäßig hohen Kosten möglich sein, wird die Agentur den Kunden darauf hinweisen und nach dessen weiteren Weisungen verfahren; dadurch eventuell entstehende Mehrkosten trägt der Kunde.

3. Erstellt die Agentur im Rahmen ihrer vertraglichen Leistungen elektronische Programme oder Programmteile, so ist der jeweilige Quellcode und die entsprechende Dokumentation nicht Gegenstand der Rechteeinräumung an den Kunden.
4. Nicht Gegenstand der Rechteübertragung auf den Kunden sind von diesem abgelehnte, abgebrochene oder nicht innerhalb von sechs (6) Monaten nach Übergabe genutzte Leistungen der Agentur (Konzepte, Ideen, Entwürfe etc.). Diese Nutzungsrechte verbleiben bei der Agentur.
5. Die Weiterübertragung oder Lizenzierung der Nutzungsrechte durch den Kunden an Dritte bedarf zu ihrer Wirksamkeit der vorherigen schriftlichen Zustimmung durch die Agentur. Ausgenommen hiervon ist die Abtretung oder Lizenzierung an Tochter-Gesellschaften oder verbundene Unternehmen innerhalb eines Konzerns.
6. Die Agentur übernimmt keine Haftung für gesetzliche Ansprüche von Urhebern auf nachträgliche Vergütungserhöhung nach §§ 32, 32a UrhG; von solchen Ansprüchen stellt der Kunde die Agentur auf erstes Anfordern frei.
7. Die vorstehend genannten Nutzungsrechte an den Arbeitsergebnissen der Agentur sind im dort beschriebenen Umfang mit der Bezahlung der in § 5 der AGB genannten Vergütung abgegolten.
8. Für die Nutzung über das jeweilige Vertragsende und/oder das Vertragsgebiet hinaus und/oder für den Einsatz in anderen als den vertraglich vorgesehenen oder im Rahmen des vereinbarten Verwendungszwecks erforderlichen Nutzungsarten und/oder Werbeträgern ist ein Nutzungshonorar mit der Agentur gesondert zu vereinbaren.

Soweit die Rechte der von der Agentur zur Vertragserfüllung herangezogenen Dritten durch die Ausdehnung der Nutzung betroffen sind, ist die Regelung unter Ziffer 2. entsprechend anzuwenden.

§ 8 Haftung und Gewährleistung

1. Die Agentur haftet dem Kunden im Rahmen des abgeschlossenen Vertrages für die Sorgfalt eines ordentlichen Werbekaufmannes. Die Haftung der Agentur und ihrer Vertreter und Erfüllungsgehilfen für leicht fahrlässige Pflichtverletzungen wird ausgeschlossen mit Ausnahme der Verletzung wesentlicher Vertragspflichten (sogenannter Kardinalspflichten), Verletzung von Leib, Leben und Gesundheit, bei Ansprüchen aus einer Garantie oder aus dem Produkthaftungsgesetz.
2. Datenschutzrechtliche Anspruchsgrundlagen werden von dem Haftungsausschluss gemäß Absatz 1 nicht erfasst.
3. Soweit die Agentur, ihre Vertreter und Erfüllungsgehilfen nach den vorstehenden Bestimmungen in Absatz 1 und 2 haften, beschränkt sich die Haftung auf den Ausgleich des nach Art der Leistung vorhersehbaren und vertragstypischen Schadens.
4. Die Agentur wird den Kunden rechtzeitig auf für sie erkennbare rechtliche Risiken des Inhalts oder der Gestaltung geplanter Kommunikationsmaßnahmen hinweisen. Die Agentur ist jedoch nicht verpflichtet, insbesondere bei der Entwicklung und/oder Überarbeitung von Marken, Namen, Kennzeichen, Ausstattungen, Packungsgestaltung sowie Headlines, Domains, Logos, Signets, Firmenzeichen, Geschäftsausstattungen oder anderen vergleichbaren Kommunikationsmaßnahmen zu prüfen, ob hierdurch eventuell bestehende Marken- oder Geschmacksmusterrechte Dritter verletzt werden.

5. Die Leistungen der Agentur sind auch dann vertragsgerecht erbracht, wenn sie nicht eintragungs- oder schutzfähig sind (z. B. Patente, Marken, Urheberschutz), sofern nichts Abweichendes ausdrücklich vereinbart wurde. Die Agentur ist nicht verpflichtet, aber berechtigt, ihre Leistungen zum Gegenstand von Schutzrechtsanmeldungen zu machen.
6. Erachtet die Agentur für die Realisierung der Maßnahmen eine rechtliche Prüfung durch eine besonders sachkundige Person oder Institution für erforderlich, so trägt der Kunde die Kosten. Hat die Agentur auf Bedenken hingewiesen und besteht der Kunde gleichwohl auf der Realisierung der Kommunikationsmaßnahme, so haftet die Agentur nicht für daraus resultierende Nachteile und Risiken. Der Kunde stellt die Agentur von Ansprüchen Dritter auf erstes Anfordern frei.
7. Wegen unverschuldeter Irrtümer und Druck- oder Übermittlungsfehlern, welche die Agentur zur Anfechtung berechtigen, kann der Kunde Schadensersatz als Folge der Anfechtung nicht geltend machen.
8. Schadensersatzansprüche des Kunden verjähren in einem Jahr. Die Verjährung beginnt mit der Entstehung des jeweiligen Schadensersatzanspruchs und der Kenntnis oder grob fahrlässigen Unkenntnis des Kunden von den Anspruchsgründen und der Person des Verletzers; ohne Rücksicht darauf verjährt der Anspruch auf Schadensersatz in drei (3) Jahren seit der Verletzungshandlung.

§ 9 Aufbewahrung, Archivierung und Herausgabe von Daten und Unterlagen

1. Alle von der Agentur für den Kunden hergestellten Berichte, Druckunterlagen, Filme, Illustrationen und Dateien werden von der Agentur ohne gesonderte Vergütung für einen Zeitraum von einem Jahr, beginnend mit der Beendigung der betreffenden Kommunikationsmaßnahme, sachgemäß aufbewahrt und während dieser Zeit auf Wunsch dem Kunden ausgehändigt.

Nach Ablauf der Aufbewahrungsfrist oder bei Ende der Zusammenarbeit vor Ablauf dieser Frist werden die Unterlagen dem Kunden auf dessen Anforderung ausgehändigt, andernfalls vernichtet. Die vorgenannten Unterlagen können auch in digitaler Form aufbewahrt werden.

Die Kosten der Zusammenstellung von Daten, der Versendung, Verpackung, der Aufbewahrung über die vereinbarte Frist hinaus sowie gegebenenfalls die Kosten des Abtransports und der Vernichtung sowie der damit im Zusammenhang stehenden Tätigkeiten und Versicherungen trägt der Kunde.

2. Nicht mehr benötigte Unterlagen wie Manuskripte, Skizzen, Entwürfe nicht realisierter Werbemaßnahmen oder Ähnliches kann die Agentur sofort vernichten.
3. Die Herausgabe von Daten erfolgt durch Übergabe eines die Daten enthaltenden üblichen Datenträgers und in der Form, dass eine Bearbeitung durch den Kunden oder seinen Beauftragten zum Zwecke der Aktualisierung der jeweils in den Daten verkörperten Kommunikationsmaßnahme, zum Beispiel bei Änderungen von Anschriften, Telefonnummern oder Preisangaben, möglich ist. Ein Anspruch des Kunden auf Herausgabe von Quellcodes und der entsprechenden Dokumentation besteht nicht; dieser verbleibt bei der Agentur.

§ 10 Datenschutz, Datensicherung

1. Der Kunde bestätigt, dass von ihm oder auf seine Veranlassung von Dritten an die Agentur übermittelte, personenbezogene Daten entsprechend den einschlägigen Bestimmungen des Datenschutzes erhoben und verarbeitet wurden, dass erforderliche Zustimmungen Dritter vorliegen und dass die Nutzung durch die Agentur im Rahmen des erteilten Auftrags keine dieser Bestimmungen verletzt oder den Rahmen erteilter Zustimmungen überschreitet.
2. Der Kunde ist damit einverstanden, dass personenbezogene Daten, die sich aus dem Vertragsverhältnis ergeben, wie zum Beispiel Zeitpunkt, Anzahl und Dauer der Verbindungen, Zugangskennwörter, Up- und Downloads, von der Agentur während der Dauer des Vertrags/Auftrags gespeichert werden, soweit dies zur Erfüllung des Vertrags/Auftrags erforderlich oder dienlich ist.
3. Der Kunde wird Daten und Programme jeweils vor Übergabe an die Agentur sichern, um bei Datenverlust die Wiederherstellung zu ermöglichen.

§ 11 Eigenwerbung und Urheberbenennung

1. Der Agentur ist es – auch bei Übertragung ausschließlicher Nutzungsrechte auf den Kunden – gestattet, ihre Arbeitsergebnisse oder Ausschnitte daraus zum Zwecke der Eigenwerbung – auch nach Beendigung der Vertragszeit – unter Nennung des Kundenamens unentgeltlich zu verwenden.
2. Der Agentur verbleibt das Recht zur Urheberbenennung; sie ist berechtigt, ihren Namenszug oder ihr Logo oder sonstige geschäftlich übliche Bezeichnung auf den Werbemitteln des Kunden dezent und nach Abstimmung mit dem Kunden über die Form vorzunehmen, wenn sie von dem Recht Gebrauch machen will.

§ 12 Vertragsänderungen, Gerichtsstand

1. Alle Änderungen und Ergänzungen sowie die Kündigung vertraglicher Vereinbarungen bedürfen für ihre Wirksamkeit der Schriftform. Die Schriftform wird auch durch die Textform nach §126 b BGB gewahrt (E-Mail, SMS, Fax). Das gilt auch, wenn in diesen AGB oder in den zwischen den Parteien geschlossenen Aufträgen oder Verträgen eine „schriftliche“ Erklärung verlangt wird.
2. Sollte eine Bestimmung dieser AGB ganz oder teilweise unwirksam sein oder werden, so wird die Gültigkeit der AGB im Übrigen hiervon nicht berührt.

An die Stelle der unwirksamen Bestimmung soll eine Regelung treten, die im Rahmen des rechtlich Möglichen dem Willen der Parteien am nächsten kommt.

3. Im Falle von Streitigkeiten aus dem Abschluss, der Durchführung oder der Beendigung von jeweils zwischen ihnen abgeschlossenen Verträgen vereinbaren die Parteien als Gerichtsstand den Sitz der Agentur.

Es findet deutsches Recht Anwendung unter Ausschluss des deutschen Internationalen Privatrechts.