

Allgemeine Geschäftsbedingungen 06/2016

der Agentur FACTS GmbH • werbeagentur . managementberatung • Rollnerstraße 14 •
90408 Nürnberg

Präambel

Diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen enthalten allgemein branchenübliche und anerkannte Regeln und sind für die reibungslose Zusammenarbeit zwischen Agentur FACTS GmbH, werbeagentur . managementberatung (nachstehend „Agentur“) und ihren Auftraggebern (nachstehend „Werbetreibende“) zu verstehen. Für den Vertrag gelten ausschließlich unsere AGB; andere Bedingungen werden nicht Vertragsinhalt, auch wenn wir Ihnen nicht mehr widersprechen.

§ 1 Pflichten der Agentur

1. Die Agentur verpflichtet sich, alle ihr im Rahmen der Zusammenarbeit mit dem Werbetreibenden zur Kenntnis gelangende Geschäftsgeheimnisse mit der Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmannes zu wahren und alle diesbezüglichen Informationen und Unterlagen vertraulich zu behandeln.

§ 2 Arbeitsweise der Agentur

Die Agentur arbeitet als selbstständiges, unabhängiges Unternehmen nach treuhändlerischen Gesichtspunkten. Sie ist bemüht, entsprechend der Aufgaben- und Terminvorgabe des Werbetreibenden, die für die Erfüllung des Auftrages erforderlichen personellen und sachlichen Voraussetzungen bereitzustellen, in der Beratung absolute Objektivität zu wahren und die Interessen des Werbetreibenden - insbesondere auch bei der Auswahl und Beauftragung Dritter - in jeder möglichen Form zu beachten.

§ 3 Auftragsdurchführung

1. Bei Auftragsdurchführung ist die Agentur verpflichtet, sich hinsichtlich der zu treffenden Maßnahmen mit dem Werbetreibenden abzustimmen und ihm die Entwürfe für die vorgeschlagenen Werbemittel, die eingeholten Kostenvoranschläge und Terminpläne zur Bewilligung vorzulegen (physisch oder online).

2. Die Werbeagentur überwacht die ordnungsgemäße Durchführung aller Werbemaßnahmen. Es steht im Ermessen der Agentur, für die Ausführung ihrer Grundleistungen ihr geeignet erscheinende Dritte heranzuziehen.

3. Werden von der Agentur im Zuge der Produktionsentwicklung Fremdangebote herangeholt, jedoch der Auftrag des Werbetreibenden anderweitig vergeben, so berechnet die Agentur die für die Angebotseinholung aufgewendeten Leistungen nach Zeit und Kostenaufwand.

4. Wird ein Fremdauftrag über die Agentur abgewickelt, berechnet sie in der Regel 15% des Auftragswertes als Bearbeitungspauschale. Anderweitige Vereinbarungen können schriftlich getroffen werden. Für Aufträge, die im Namen und auf Rechnung des Werbetreibenden erteilt werden, übernimmt die Agentur gegenüber dem Werbedurchführenden keinerlei Haftung. Die Agentur tritt lediglich als Mittlerin auf.

§ 4 Präsentation

1. Wird die Agentur mit einer Präsentation oder einem Entwurf beauftragt, so erkennt der Werbetreibende damit an, dass die Ausarbeitung der Konzeption angemessen zu honorieren ist.

2. Wurde ein Honorar nicht vereinbart, so gilt die Preisliste der Agentur (bzw. branchenübliche Honorarforderung). Es wird dann nach Stundenaufwand abgerechnet.

3. Die Agentur kann, wenn dies nicht ausdrücklich schriftlich vereinbart wird, in keinem Fall unverbindlich und kostenlos arbeiten, auch nicht bei Nichtverwendung der eingereichten Ausarbeitung oder erfolgten Beratung.

§ 5 Pflichten des Werbetreibenden

Der Werbetreibende verpflichtet sich, der Agentur die zur Veröffentlichung oder Vervielfältigung freigegebenen Vorlagen wie Fotos, Modelle und sonstige Arbeitsunterlagen kostenfrei zu übergeben.

§ 6 Honorar

1. Sofern die Honorierung der Agentur nicht durch ein mündliches oder schriftliches Angebot geregelt ist, geschieht diese nach den Richtlinien des Bundesverbandes der Werbeagenturen bzw. auf der jeweils gültigen Berechnungsgrundlage der Agentur, die auf Wunsch übersandt wird (siehe oben Preisliste §4.2)

2. Im Agenturhonorar sind die Leistungen für Konzeption, Werbevorbereitung, Recherche, Werbeplanung, Werbegestaltung enthalten. Separat berechnet werden: Mediaplanung, Materialien, Reinzeichnungen, Übersetzungen, Organisations- und Beschaffungskosten, Urheberrechtsübertragungen sowie technische Kosten wie Satz, Zwischenaufnahmen, Fotos, Fotoabzüge, Werkzeugkosten und Herstellung von Werbemitteln. Leistungen hinzugezogener Spezialunternehmen (Marktforschung etc.) werden je nach entsprechendem Aufwand berechnet.

3. Die Agentur ist in jedem Fall berechtigt, angemessene Abschlagszahlungen zu verlangen, deren Höhe sich am Verhältnis zwischen den erbrachten Leistungen und dem Gesamtumfang der vertraglich geschuldeten Leistung orientiert.

4. Kommt eine von der Agentur ausgearbeitete und vom Werbetreibenden genehmigter Auftrag aus Gründen, welche die Agentur nicht zu vertreten hat, nicht zur Durchführung, so hat die Agentur Anspruch auf eine pauschale Abgeltung der bis dahin erbrachten Leistungen und Aufwendungen von 30% der betroffenen Honorarvereinbarung, es sei denn, die Agentur weist ein höheres angefallenes Honorar für erbrachte Leistungen und Aufwendungen nach. Soweit die Werbetreibenden Verbraucher sind, wird ihnen eingeräumt, den Nachweis zu erbringen, ein Schaden oder eine Wertminderung sei überhaupt nicht entstanden oder wesentlich niedriger als die Pauschale.

5. Bei Beschaffung von Werbemitteln (Werbegeschenke, Incentives, Give-aways usw.) Fremdschaltungen von Media, wie Anzeigen, Funk- oder TV-Spots, Plakatschaltung, Onlinewerbung und Sponsoring sowie bei Druckaufträgen berechnet die Agentur in der Regel 15% vom Schaltwert, bzw. Wert oder Druckpreis für die Recherche, Abstimmung, Datenaufbereitung, Organisation und Handling.

§ 7 Angebot und Auftragsannahme

Wenn nichts anderes ausdrücklich vereinbart, sind Angebote der Agentur gegenüber einem Angebotsanfragenden für 14 Tage gültig. Ein der Agentur schriftlich oder in Ausnahmefällen mündlich erteilter Auftrag gilt als angenommen, wenn die Agentur die Annahme bestätigt oder innerhalb von 14 Tagen nach Auftragserteilung nicht schriftlich ablehnt.

§ 8 Nutzungsrechte

1. Nutzungs- und sonstige Rechte an den eingereichten Vorschlägen gehen nur insoweit auf den Werbetreibenden über, als dies aus der anfänglichen Aufgabenstellung hervorgeht (Vertriebsgebiet, Auflagen, Zeiträume etc.), ansonsten sind sie gesondert zu regeln, bis dahin bleiben alle Rechte bei der Agentur.
2. Bildnutzungsrechte bei Bildern aus Bildagenturbestand dürfen von der Agentur einzeln nicht weiter übertragen werden. Der Kunde erwirbt das Nutzungsrecht für das gestaltete Endprodukt, in das das Bild aus Bildagentur-bestand eingebunden ist. Die Agentur berechnet demnach auch kein Honorar für ein einzelnes Bildnutzungs-recht, sondern diesbezüglich den Aufwand für Bildrecherche. Eine Zweit- oder Mehrfachnutzung eines Bildes aus Bildagenturbestand durch den Kunden ist nur möglich, wenn das betreffende Bild bei der Bildagentur extra erworben wird.
3. Bildnutzungsrechte bei Bildern, die die Agentur im Rahmen eines Kundenprojektes bei einem Fotografen erwirbt, können ebenso an den Kunden weitergegeben werden. Je nach Vereinbarung ist die Nutzung durch den Kunden dann ausschließlich projektbezogen oder uneingeschränkt möglich. Dies muss in der Rechnung vermerkt sein.

§ 9 Eintragungs- und Schutzfähigkeit

Für die Eintragungs- und Schutzfähigkeit von Entwürfen wird die Gewähr seitens der Agentur nur nach besonderer Vereinbarung übernommen.

§ 10 Verwendung der Entwürfe

Der Werbetreibende 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.

§ 11 Haftung

1. Grundsatz

Die Agentur haftet für etwaige Schäden, gleich aus welchem Rechtsgrund, nur, falls sie eine vertragswesentliche Pflicht (Kardinalpflicht) schuldhaft in einer den Vertragszweck gefährdenden Weise verletzt oder der Schaden auf grobe Fahrlässigkeit oder Vorsatz zurückzuführen ist.

Die Haftungsbeschränkung gilt auch im Falle des Verschuldens eines Erfüllungsgehilfen der Agentur. Erfolgt die Verletzung einer vertragswesentlichen Pflicht (Kardinalpflicht) nicht grob fahrlässig oder vorsätzlich, so ist die Haftung der Agentur auf solche typischen Schäden oder einen solchen typischen Schadensumfang begrenzt, die zum Zeitpunkt des Vertragsabschlusses vernünftigerweise voraussehbar waren.

2. Termin- und Fixgeschäfte

Terminvereinbarungen mit der Agentur werden mit der allgemeinen Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmannes beachtet. Reine Fixgeschäfte bedürfen einer besonderen Vereinbarung. Andernfalls ist die Agentur lediglich zur nachträglichen ordnungsgemäßen Leistung verpflichtet. Eine Stornierung des Auftrages ist nur aus wichtigem Grund möglich.

3. Druckfreigaben

Nach der Druckfreigabe durch den Werbetreibenden ist die Agentur von jeder Verantwortung für die Richtigkeit der vorgelegten Unterlagen befreit. So weit der Werbetreibende von sich aus Korrekturen nach der Druckfreigabe vornehmen lässt, entfällt jede Haftung der Agentur.

4. Wettbewerbsrechtliche Prüfung

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. Eine juristische Prüfung kann auf Wunsch des Auftraggebers kostenpflichtig durch einen wettbewerbsrechtlich versierten Anwalt erfolgen.

5. Webmail- und Hostingdienstleistungen

Bei der Überlassung des Speicherplatzes auf dem Webserver schließt die Agentur jegliche verschuldensunabhängige Haftung für anfängliche Mängel des Webserver aus. Spätere Einwendungen wegen offener oder verdeckter Mängel sind damit ausgeschlossen.

Die Haftung wegen Unterbrechung, Störung oder sonstigen schadensverursachenden Ereignisse, die auf Telekommunikationsdienstleistungen der Agentur oder Dritten, für die die Agentur haftet, beruhen, ist beschränkt auf die Höhe des für die Agentur möglichen Rückgriffs gegen den jeweiligen Telekommunikationsdienstleistungsanbieter. Die Agentur haftet nicht für die Funktionsfähigkeit der Telefonleitungen zu dem vertragsgegenständlichen Server, bei Stromausfällen und bei Ausfällen von Servern, die nicht in ihrem Einflussbereich stehen.

6. Informationen auf den Webseiten

Keine Haftung übernimmt die Agentur dafür, dass die über Webseiten bereitgestellten abgerufenen und eingegebenen Informationen richtig, vollständig und aktualisiert sind.

§ 12 Verwendung

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

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

3. Auslandsrechte oder Rechte für weitere Auflagen gelten nicht als mit übertragen, sofern nicht eine besondere schriftliche Vereinbarung erfolgt.

4. 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 Werbetreibende.

5. Ist schriftlich eine reine Auftragsarbeit vereinbart, so erhält der Werbetreibende lediglich die endgültige Druckdatei in einer Ebene zum vereinbarten Zweck. Sämtliche Zwischenstände sowie native (offene) Dateien oder Vektorgrafiken bleiben das Eigentum der Agentur.

6. Die Verwendung von Gestaltungselementen, welche auf einem von der Agentur entwickelten Designkonzept beruhen, dürfen nur mit schriftlicher Genehmigung der Agentur außerhalb von Agenturaufträgen genutzt werden. Sämtliche Copyrights verbleiben bei der Agentur.

7. Die Agentur ist berechtigt, die von ihr gestellten Werbemittel zu signieren und in ihrer Eigenwerbung zu verwenden, sowie auf die Betreuung des Werbetreibenden hinzuweisen.

8. Die obligatorischen Belegexemplare sind der Agentur nach Fertigstellung ohne besondere Aufforderung zu übergeben.

9. Unterlagen abgewickelter Aufträge werden durch die Agentur 1 Jahr ab Rechnungsdatum aufbewahrt, danach ohne andere Weisung des Auftragnehmers vernichtet.

§ 13 Fälligkeit und Verzug

1. Das Agenturhonorar incl. evtl. verauslagter Kosten zuzüglich der gültigen Mehrwertsteuer ist nach Rechnungsstellung ohne Abzug innerhalb von 10 Tagen zu zahlen. Anderweitige Zahlungsziele nach Absprache.

2. Werbemittelrechnungen und Anzeigenrechnungen sind sofort nach Übermittlung durch die Agentur an den Werbetreibenden ohne Abzug fällig.

3. Zielüberschreitungen werden mit 8 % Verzugszinsen über dem jeweiligen Diskontsatz der Deutschen Bundesbank berechnet.

4. Die Geltendmachung eines weiteren Verzugsschadens bleibt ausdrücklich vorbehalten.

§ 14 Datenschutz

1. Allgemeines

1.1 Soweit nicht abweichend geregelt, gelten die nachfolgenden Bestimmungen dieses Abschnitts für alle von der Agentur im Rahmen des Vertragsverhältnisses für den Werbetreibenden erhobenen, verarbeiteten oder genutzten Daten. Dies gilt unabhängig davon, ob es sich um personenbezogene Daten im Sinne von § 3 Abs. 1 BDSG oder nach anderen einschlägigen Datenschutzbestimmungen geschützte oder nicht gesetzlich geschützte Daten handelt.

1.2 Die Agentur wird personenbezogene Daten sowie nach anderen einschlägigen Datenschutzbestimmungen geschützte Daten nur nach Maßgabe der jeweils einschlägigen anwendbaren rechtlichen Rahmenbedingungen erheben, verarbeiten und nutzen.

1.3 Mit Vertragsschluss ist die Agentur berechtigt, mit der Erhebung, Verarbeitung und Nutzung von Daten des Werbetreibenden zu beginnen. In ihrer Sphäre wird die Agentur frühzeitig alle Maßnahmen treffen, um sicherzustellen, dass zum Stichtag die erforderlichen vertraglichen und gesetzlichen Voraussetzungen vorliegen.

2. Einsatz Dritter

Sofern dies zur Durchführung und Erfüllung des Vertragsverhältnisses erforderlich ist, ist der Einsatz von Dritten nach Anzeige gegenüber dem Werbetreibenden gestattet. Dieser Einsatz erfolgt unter der Voraussetzung, dass die Agentur im Verhältnis zu dem jeweiligen Dritten sicherstellt, dass a) der Dritte denselben vertraglichen und gesetzlichen datenschutzrechtlichen Verpflichtungen unterliegt, wie die Agentur.

3. Auftragsdatenverarbeitung

3.1 Soweit nicht abweichend vereinbart, erhebt, verarbeitet und nutzt die Agentur die ihm vom Werbetreibenden zum Zweck der Erbringung der vertragsgegenständlichen Leistungen zugänglich gemachten personenbezogenen Daten im Wege der weisungsgebundenen Auftragsdatenverarbeitung (§ 11 BDSG) für den Werbetreibenden nach Maßgabe der Anlage „Auftragsdatenverarbeitung“. Die Agentur stellt sicher, dass der Dritte denselben vertraglichen und gesetzlichen datenschutzrechtlichen Verpflichtungen unterliegt.

3.2 Wenn aufgrund Providerdienstleistungen oder ähnlichen Dienstleistungen Zugriff auf automatisierte Verfahren oder auf Datenverarbeitungsanlagen des Werbetreibenden durch die Agentur erfolgt und dabei ein Zugriff auf personenbezogene Daten nicht ausgeschlossen werden kann, werden die Vertragsparteien ebenfalls eine der Vereinbarung „Auftragsdatenverarbeitung“ entsprechende Vereinbarung abschließen.

4. Ort der Datenverarbeitung

4.1 Soweit nicht abweichend vereinbart, stellt die Agentur sicher, dass die Daten des Werbetreibenden nur in Mitgliedsstaaten der EU oder des EWR erhoben, verarbeitet oder genutzt werden. Jegliche Erhebung, Verarbeitung oder Nutzung von Daten des Werbetreibenden außerhalb eines Mitgliedsstaates der EU oder des EWR bedarf der vorherigen schriftlichen Zustimmung des Werbetreibenden.

§ 15 Vertraulichkeit

Die Vertragsparteien haben alle vertraulichen Informationen, die eine Vertragspartei der anderen Vertragspartei unter diesem Rahmenvertrag mitteilt oder von der anderen Vertragspartei erhält, vertraulich zu behandeln und ausschließlich zum Zweck der Leistungserbringung nach Maßgabe des jeweiligen Leistungsscheins zu benutzen. Sie werden vertrauliche Informationen vor unbefugtem Zugriff schützen und mit der gleichen Sorgfalt behandeln, die sie bei ihren eigenen, gleichermaßen vertraulichen Informationen anwenden, mindestens jedoch die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns.

§ 16 Sonderregeln für Domains, Webhosting und E-Mail, Rechteinräumung

1. Das Vertragsverhältnis über die Registrierung der Domain kommt zwischen dem Werbetreibenden und der Vergabestelle bzw. dem Registrar direkt zustande. Die Agentur beauftragt die Registrierung von Domains im Rahmen eines Geschäftsbesorgungsverhältnisses für den Werbetreibenden, soweit die Agentur nicht selbst Registrar für die betreffende Top Level Domain (TLD) ist.

2. Der Werbetreibende ist dafür verantwortlich, dass seine Domain(s) und seine Inhalte weder gesetzliche Vorschriften noch Rechte Dritter verletzen. Die Agentur weist darauf hin, dass gegebenenfalls – insbesondere bei internationalen Domains – andere nationale Rechtsordnungen zu beachten sind. Machen Dritte glaubhaft, dass Inhalte oder Domains ihre Rechte verletzen, oder erscheint es aufgrund objektiver Anhaltspunkte als wahrscheinlich, dass durch Domains oder Inhalte Rechtsvorschriften verletzt werden, kann die Agentur die Inhalte sperren, solange die Rechtsverletzung oder der Streit mit dem Dritten über die Rechtsverletzung andauert.

3. Löschungsaufträge für Domains bedürfen der Unterschrift des Domaininhabers. Wird bei einer Kündigung die Löschung einer Domain nicht mit beantragt, kann die Agentur die Domain nach Vertragsende und Ablauf einer angemessenen Frist an die zuständige Vergabestelle zurückgeben oder löschen lassen. Eine Vergütungspflicht des Werbetreibenden gegenüber der Vergabestelle kann dabei weiter bestehen bleiben. Beendet die Agentur den Vertrag berechtigt wegen Zahlungsverzuges oder aus wichtigem Grund, kann nach angemessener Frist die Löschung der betroffenen Domains veranlasst werden. Für Domainwechsel und entsprechende Anträge (KK-Anträge) ist der Werbetreibende selbst verantwortlich.

4. Die Agentur ist berechtigt, die Größe von ein- und ausgehenden Nachrichten zu beschränken, soweit dies für die Werbetreibenden zumutbar ist. Die Agentur ist berechtigt, auf bereitgestellten Accounts eingegangene E-Mail-Nachrichten zu löschen, wenn a) diese vom Werbetreibenden abgerufen wurden, b) nachdem sie gemäß Weisung weitergeleitet wurden, c) nachdem sie 60 Tage gespeichert wurden.

5. Die Versendung von Spam-Nachrichten über die Dienste (E-Mail, SMS, Fax) der Agentur ist untersagt. Dies umfasst insbesondere die Versendung unzulässiger, unverlangter Werbung an Dritte. Bei der Versendung ist es untersagt, falsche Absenderdaten anzugeben oder die Identität des Absenders auf sonstige Weise zu verschleiern. Der Werbetreibende ist verpflichtet, bei kommerzieller Kommunikation diesen Charakter durch eine entsprechende Gestaltung der deutlich zu machen.

Wird in Spam-Mails eine Internetadresse genannt oder verlinkt, die von der Agentur betreut wird, kann die Agentur die Domain oder die Inhalte vorübergehend sperren. Das gleiche gilt, wenn eine E-Mail schädliche Software (Viren, Würmer oder Trojaner etc.) enthält, die Absenderinformationen falsch oder verschleiert sind oder es sich um unaufgeforderte oder verschleierte kommerzielle Kommunikation handelt.

6. Der Werbetreibende gewährt der Agentur das zeitlich auf die Dauer des Vertrages beschränkte, nicht übertragbare, auf den Standort des jeweiligen Servers (für Backup-Kopien: auf den Ort ihrer Verwahrung) beschränkte, nicht ausschließliche Recht, die geschützten Inhalte zu Zwecken dieses Vertrages auf dem Server, auf einem weiteren Server, der zur Spiegelung dient, und auf einer ausreichenden Anzahl von Backup-Kopien zu vervielfältigen.

Der Werbetreibende gewährt der Agentur das zeitlich auf die Dauer des Vertrages beschränkte, nicht übertragbare, weltweite, nicht ausschließliche Recht, die geschützten Inhalte über das von der Agentur unterhaltene Netz und das daran angeschlossene Internet der Öffentlichkeit in einer Weise zugänglich zu machen, dass Mitglieder der Öffentlichkeit Zugang zur Website von einem Ort und zu einer Zeit, die sie jeweils individuell wählen, haben und diese Daten durch Herunterladen vom Server der Agentur speichern können. Soweit nach Beendigung des Vertrages geschützte Inhalte von Dritten in Cache-Speichern vorgehalten werden, wird diese Speicherung nicht mehr der Agentur zugerechnet.

§ 17 Salvatorische Klausel

Die Nichtigkeit einzelner Formulierungen dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen berührt nicht die Wirksamkeit im Übrigen. Anstelle der unwirksamen Bestimmungen gilt diejenige vereinbart, die dem Zweck der unwirksamen Bestimmung am nächsten kommt.

§ 18 Gerichtsstand

Erfüllungsort und Gerichtsstand für alle Streitigkeiten, auch für Wechsel- und Scheckverbindlichkeiten, ist Nürnberg.