



Allgemeine Geschäftsbedingungen der Immaures GmbH

(Stand 15.12.2023)



Quantab

Eine Marke der Immaures GmbH

Inhaltsverzeichnis

A. ALLGEMEINES, GELTUNGSBEREICH	3
B. VERTRAGSSCHLUSS	3
C. GRUNDSÄTZE DER ZUSAMMENARBEIT	4
D. LEISTUNGEN DER AGENTUR	5
1. Analyse und Werbevorbereitung	5
2. Werbeberatung / Strategie	5
3. Werbegestaltung (Kreation)	5
4. Finalisierung (Reinzeichnungen, Rein-Layouts)	5
5. Werbemittelproduktion (Vergabe, Koordination, Überwachung).....	6
6. Markenkonzeption / Branding.....	6
7. Sonstige Marketingangebote	6
8. Webdienstleistungen	7
E. MITWIRKUNG DES KUNDEN	7
1. Angaben zu Aktivitäten und Budget	7
2. Unterstützungspflicht/Genehmigungen.....	7
3. Verantwortlichkeit für Inhalte des Kunden.....	8
F. TERMINE UND FRISTEN	8
G. EINSATZ VON SUBUNTERNEHMERN, FREMDLEISTUNGEN	8
H. VERGÜTUNG DER AGENTUR	9
1. Leistungen nach D 1–3	9
2. Leistungen nach D 4–8.....	9
3. Anzahlung.....	9
4. Fremdkosten.....	9
5. Barauslagen, GEMA, KSV-Kosten	9
6. Reisekosten	10
7. Umsatzsteuer.....	10
8. Fälligkeit & Skonti.....	10
9. Verzug.....	10
I. ABRUF VON AGENTURLEISTUNGEN (AUFTRAGSVERGABE)	10
1. Briefing	10
2. Kostenvoranschläge.....	11
3. Auftragserteilung.....	11
4. Besprechungsprotokolle (Kontaktberichte)	11
J. ÄNDERUNGEN VON ARBEITEN (CHANGE REQUEST)	11
K. ABNAHME	12
L. NUTZUNGSRECHTE; UMFANG UND VERGÜTUNG	12
M. HAFTUNG	13
N. EINSATZ VON FREMDLEISTUNGEN	14
O. GEHEIMHALTUNG / UNTERLAGEN DES KUNDEN	14
1. Schutz von vertraulichen Informationen.....	14
2. Unterlagen des Kunden	15
3. Herausgabe bzw. Vernichtung der Unterlagen	15
4. Verpflichtung der Erfüllungsgehilfen zur Vertraulichkeit.....	15
P. DATENSCHUTZ	15
Q. GEWÄHRLEISTUNG	16
R. VERTRAGSÄNDERUNGEN, GERICHTSSTAND	17

Allgemeine Geschäftsbedingungen der Immaures GmbH

(Stand 07/23)

A. ALLGEMEINES, GELTUNGSBEREICH

1. Die Allgemeinen Geschäftsbedingungen (im Folgenden "AGB") der Firma Immaures GmbH (im Folgenden „Agentur“) bestehen aus diesen Rahmen-AGB.
2. Diese AGB regeln den Geschäftsverkehr mit gewerblichen Kunden (im Folgenden "Unternehmer" oder "Kunden"). Unternehmer im Sinne dieser AGB sind natürliche oder juristische Personen oder rechtsfähige Personengesellschaften, die bei Abschluss des Rechtsgeschäfts in Ausübung ihrer gewerblichen oder selbständigen beruflichen Tätigkeit handeln.
3. Im Falle des Vertragsschlusses kommt der Vertrag mit folgender Firma zustande: Immaures GmbH vertreten durch den Geschäftsführer Tician Streifender, Innstraße 69b, 94032 Passau, Deutschland.
4. Für alle Lieferungen und Leistungen der Agentur gelten ausschließlich diese AGB in der zum Zeitpunkt der Beauftragung gültigen Fassung. Andere AGB, insbesondere AGB der Kunden werden auch dann nicht Bestandteil des Vertrages, wenn Ihnen nicht ausdrücklich widersprochen worden ist.
5. Diese AGB gelten auch bei zukünftigen Geschäftsbeziehungen mit Unternehmern, ohne dass es hierfür einer erneuten ausdrücklichen Bezugnahme bedarf.
6. Die verbindliche Vertragssprache ist ausschließlich Deutsch, selbst wenn diese AGB in andere Sprachen übersetzt werden bzw. worden sind.
7. Die Agentur ist berechtigt, diese AGB auch innerhalb der bestehenden Vertragsverhältnisse mit Wirkung für die Zukunft zu ändern, soweit diese Änderungen infolge einer nachträglichen Störung der Geschäftsgrundlage und/oder des Äquivalenzverhältnisses und/oder einer nachträglichen Vertragslücke aufgrund geänderter Umstände (beispielsweise durch die Unwirksamkeit von Regelungen wegen einer Gesetzes- oder Rechtsprechungsänderung) erforderlich werden und für den Kunden zumutbar sind. Die Änderungen werden wirksam, wenn die Agentur auf die Änderungen hinweist, der Kunde die Änderungen zur Kenntnis nehmen kann und diesen nicht innerhalb von 30 Tagen ab Zugang der Änderungsmitteilung widerspricht. Sofern nicht innerhalb von 30 Tagen ab Zugang der Mitteilung widersprochen und die Inanspruchnahme der Leistungen und/oder Dienste auch nach Ablauf der Widerspruchsfrist fortgesetzt wird, so gelten die Änderungen ab Fristablauf als wirksam vereinbart. Im Fall des Widerspruchs wird der Vertrag zu den bisherigen Bedingungen fortgesetzt. Im Fall eines Widerspruchs sind beide Parteien jedoch berechtigt, den Vertrag mit einer Frist von zwei Wochen zu kündigen.

B. VERTRAGSSCHLUSS

1. Die Präsentation der Leistungen der Agentur stellt kein verbindliches Angebot dar. Es handelt sich vielmehr um eine unverbindliche Aufforderung an Kunden, ihrerseits ein verbindliches Angebot (im Folgenden "Beauftragung") abzugeben. Technische sowie sonstige Änderungen bleiben im Rahmen des Zumutbaren vorbehalten.

2. Mit der Beauftragung erklärt der Kunde verbindlich sein Vertragsangebot. Im Falle einer Zugangsbestätigung der Beauftragung durch die Agentur stellt dies noch keine verbindliche Annahme des Auftrages durch die Agentur dar. Die Zugangsbestätigung kann mit einer Annahmeerklärung verbunden werden.
3. Beauftragungen sind für die Agentur nur verbindlich, soweit die Agentur sie bestätigt oder ihnen durch Ausführung des Auftrags nachkommt. Die Agentur ist berechtigt, das in der Beauftragung liegende Vertragsangebot innerhalb von drei Werktagen (außer Samstag, Sonntag und Feiertagen) nach Zugang anzunehmen.
4. Soweit die Agentur entgeltfreie Dienste oder Leistungen erbringt, können diese jederzeit mit einer Frist von sieben Tagen eingestellt werden. Ein Erstattungs- oder Schadensersatzanspruch ergibt sich daraus nicht.
5. Die Agentur behält sich das Recht vor, bei der Erfüllung vertraglicher Verpflichtungen ganz oder teilweise sorgfältig ausgesuchte und überwachte Erfüllungsgehilfen einzusetzen. In diesem Fall werden diese Erfüllungsgehilfen nicht Vertragspartner des Kunden.

C. GRUNDSÄTZE DER ZUSAMMENARBEIT

1. Die Agentur erbringt die vertragsgegenständlichen Leistungen sach-, termin- und fachgerecht entsprechend der vereinbarten Anforderungen und Qualitätskriterien oder – sofern dazu nichts vereinbart ist – nach den Grundsätzen ordnungsgemäßer Berufsausübung. Die Vertragsparteien verständigen sich in regelmäßigen Abständen über Fortschritte und Hindernisse bei der Durchführung der beauftragten Leistungen. Bei Abweichungen von dem vereinbarten Vorgehen oder Zweifeln an der Richtigkeit der Vorgehensweise des anderen unterrichten sie sich unverzüglich gegenseitig.
2. Termine für die Erbringung von Leistungen sind nur dann verbindlich, wenn sie ausdrücklich als solche bezeichnet werden. Ansonsten handelt es sich um Zieltermine, welche im Rahmen des Projektmanagements fortentwickelt werden. Bei Zielterminen darf der Kunde innerhalb einer angemessenen Frist nach Ablauf die Erbringung der ausstehenden Leistungen unter angemessener Fristsetzung schriftlich auffordern; mit Ablauf dieser Frist ist der Anspruch des Kunden auf diese Leistung fällig.
3. Eine rechtliche Prüfung der Leistungsergebnisse der Agentur, insbesondere nach dem Wettbewerbs-, Marken-, Urheber – und Persönlichkeitsrecht, ist ausdrücklich nicht Aufgabe der Agentur. Dasselbe gilt für die Durchführung und die rechtliche Auswertung von markenrechtlichen Recherchen und/oder für die Prüfung der Eintragungsfähigkeit von Marken und Designs/Geschmacksmuster.
4. Die Agentur setzt zu Erfüllung ihrer Leistungspflichten qualifiziertes und zuverlässiges Personal ein. Die Agentur entscheidet nach eigenem, pflichtgemäßem Ermessen, welche Mitarbeiter zur vertragsgemäßen Leistungserbringung eingesetzt oder ausgetauscht werden. Die Agentur behält sich die Möglichkeit vor, einen Mitarbeiter aus einem wichtigen oder berechtigten Grund durch einen anderen Mitarbeiter mit der notwendigen Qualifikation zu ersetzen. Sie ist gegenüber ihren Mitarbeitern unabhängig von deren Einsatzort ausschließlich weisungsbefugt. Mitarbeiter der Agentur werden nicht in den Betrieb des Kunden eingegliedert und treten in kein Arbeitsverhältnis zum Kunden.
5. Die Agentur ist hinsichtlich der Art der Durchführung der beauftragten Leistungen nach Zeit und Ort grundsätzlich frei.

D. LEISTUNGEN DER AGENTUR

1. Analyse und Werbevorbereitung

- 1.1. Analyse der Marktposition und der Konkurrenzsituation der zu betreuenden Produkte.
- 1.2. Untersuchung und Bewertung von Zielgruppenstruktur und -verhalten auf der Grundlage vorhandener Studien oder sonstiger, allgemein zugänglicher Sekundärmaterialien.
- 1.3. Erarbeitung von Vorschlägen für ergänzende Markt-, Produkt- und Verbraucheruntersuchungen und Empfehlungen geeigneter Marktforschungs-Institute für ihre Durchführung.

2. Werbeberatung / Strategie

- 2.1 Marktstrategische, werbefachliche und werbetechnische Beratung in allen Fragen der klassischen, digitalen und crossmedialen werblichen Kommunikation einschließlich Social Media / Influencer Marketing / Content Marketing / Community Management / Kundenbeziehung (CRM) / Marketing Automatisierung
- 2.2 Formulierung der Werbeziele auf der Grundlage der mit dem Kunden abgestimmten Kommunikationsziele.
- 2.3 Entwicklung der Kommunikationsstrategie und Werbekonzeption für alle Medien, Netzwerke, Blogs, Foren und sonstige Werbemöglichkeiten.
- 2.4 Auswertung der Werbemittel- und Werbeträgerforschung zur Optimierung des Werbeeinsatzes.

3. Werbegestaltung (Kreation)

- 3.1 Entwicklung von Texten und Gestaltung von Entwürfen (Roh-Layouts) für klassische und digitale Medien.
- 3.2 Entwicklung von Storyboards / Treatments für Film-, Funk- und Fernsehwerbung (klassisch und online)
- 3.3 Konzeption, Entwicklung und Gestaltung, Produktion und Produktionsmanagement für Online-Werbemittel (Banner, Advertorials, Content Marketing, Influencer Marketing) zum Einsatz in digitalen Medien und Social Media, Foren und Blogs.
- 3.4 Entwicklung von Claims, Slogans, Jingles.

4. Finalisierung (Reinzeichnungen, Rein-Layouts)

Herstellung aller für die Werbemittelproduktion erforderlichen Reinzeichnungen/Rein-Layouts beziehungsweise Illustrationen und Durchführung der entsprechenden DTP-Satzarbeiten.

5. Werbemittelproduktion (Vergabe, Koordination, Überwachung)

- 5.1 Ermittlung der wirtschaftlichsten Herstellungsverfahren und Methoden.
- 5.2 Auswahl geeigneter Spezialisten beziehungsweise Lieferanten wie Grafiker, Programmierer, Fotografen, Druckereien, Filmproduzenten, Tonstudios, Sprecher, Models.
- 5.3 Einholung von bis zu 3 Lieferantenangeboten, wobei der Kunde jeweils einen Lieferanten benennen kann. Diese Regelung gilt nicht, wenn zu erwarten ist, dass das Angebot einen Betrag von 1.000,- Euro netto nicht übersteigt, oder bei Folgeleistungen eines bereits einvernehmlich ausgewählten Lieferanten.
- 5.4 Auftragserteilung nach Genehmigung durch den Kunden, Koordination und Überwachung der sach- und termingerechten Ausführung beziehungsweise der Regie und Herstellung bei Dreh- und Aufnahmearbeiten und der post production im FFF-Sektor; Rechnungskontrolle und Zahlungsabwicklung.

6. Markenkonzeption / Branding

- 6.1. Research
Durchführung aller Research-Maßnahmen wie zum Beispiel Copytest, Pre- und Posttest, Recall-Untersuchungen.
- 6.2. Entwicklung von Marken, Namen, Packungsgestaltung
Entwicklung von Marken, Namen und Kennzeichen, Ausstattungen sowie Packungsgestaltung.
- 6.3. Corporate Design
Entwicklung und Überarbeitung von Signets, Firmenzeichen und Geschäftsausstattungen.

7. Sonstige Marketingangebote

- 7.1. Direct-Marketing
Entwicklung von Direct-Marketing- und Customer-Relationship-Maßnahmen (CRM) in Text und Layout.
- 7.2. Sales Promotion
Beratung, Planungs- und Durchführungsarbeiten im Bereich der Verkaufsförderung, Außendiensttagungen, Fachveranstaltungen, Symposien sowie die Gestaltung von Display-Material, Prospekten und sonstigen Verkaufshilfen.
- 7.3. Messe und Eventmarketing
Konzeption, Entwicklung, Umsetzung, Koordination und Überwachung von Messen und Events.
- 7.4. Sponsoring
Entwicklung und Umsetzung von Sponsoring-Konzepten.
- 7.5. Spezialtexte
Erarbeitung von Fachtexten und Fremdsprachentexten.

7.6. Entwicklung und Umsetzung von Podcasts

7.7. Entwicklung und Umsetzung von Marketing Automatisierung

8. Webdienstleistungen

8.1. Database-Management

Generierung von Adressen; Archivierung von digitalen Daten, Aufbau und Verwaltung einer Datenbank für den Zugriff durch den Kunden.

8.2. Webseiten/Apps

Konzeption, Entwicklung und Design von Webseiten (Corporate, Microsites, Webshops) sowie Apps.

8.3. SEA/SEO Maßnahmen

Umsetzung, Koordination und Überwachung von Suchmaschinenmarketing (SEA) und Suchmaschinenoptimierung (SEO)

8.4. Entwicklung und Umsetzung von User-Experience Design (UX-Design)

Werden diese Leistungen durch gesonderte Projektaufträge oder durch Mediavertrag an die Agentur vergeben, so gelten in erster Linie die Regelungen des Projektauftrages beziehungsweise des Mediavertrages und in zweiter Linie, ergänzend also, die Bestimmungen dieses Vertrages.

E. MITWIRKUNG DES KUNDEN

1. Angaben zu Aktivitäten und Budget

- 1.1. Der Kunde wird der Agentur jeweils vor dem neuen Geschäftsjahr den voraussichtlichen Geschäftsumfang im Hinblick auf die geplanten Projekte und das zur Verfügung stehende Budget mitteilen. Der Kunde wird der Agentur wesentliche Änderungen dieser mitgeteilten Planungen jeweils unverzüglich mitteilen.
- 1.2. Der Kunde wird der Agentur alle für deren Arbeit erforderlichen oder dienlichen Daten und Informationen über Ziele, Märkte und Produkte unaufgefordert zur Verfügung stellen. Die Agentur verpflichtet sich zur streng vertraulichen Behandlung solcher nach 1.1. und 1.2 übermittelten Daten und Informationen.

2. Unterstützungspflicht/Genehmigungen

Der Kunde wird die Agentur bei Erfüllung ihrer vertraglich geschuldeten Leistung in angemessenem Umfang unterstützen. Dazu gehört insbesondere die rechtzeitige Zurverfügungstellung von Informationen und Datenmaterial, soweit die Mitwirkungsleistungen des Kunden dies erfordern. Der Kunde wird Genehmigungen so rechtzeitig erteilen, dass der Arbeitsablauf der Agentur und damit die Realisierung der Entwicklungsmaßnahmen nicht beeinträchtigt wird. Kann die Agentur die Leistungen wegen fehlender und unzureichender Mitwirkungsleistungen oder Bereitstellungen nicht oder nur mit Mehraufwendungen erbringen, ist sie berechtigt, hierdurch notwendige

Mehraufwendungen gegenüber dem Kunden geltend zu machen.

3. Verantwortlichkeit für Inhalte des Kunden

Sofern der Kunde der Agentur Materialien und/oder Inhalte (z.B. Markenlogos, Werbetexte, Produkte) überlässt, sichert er zu, dass diese frei von Rechten Dritter sind und deren Nutzung bzw. Veröffentlichung nicht in irgendeiner Form gegen geltendes Recht verstößt. Zu den überlassenen Inhalten gehören auch solche Inhalte und deren Quellen, die der Kunde der Agentur im Hinblick auf die Durchführung der beauftragten Leistungen empfiehlt oder vorschlägt. Sollte die Agentur aufgrund solcher vom Kunden stammenden Inhalte von Dritten in Anspruch genommen werden, stellt der Kunde die Agentur von diesen Ansprüchen (inklusive der notwendigen Rechtsverfolgungskosten) auf erstes Anfordern frei.

F. TERMINE UND FRISTEN

1. Liefertermine oder -fristen, die verbindlich oder unverbindlich vereinbart werden können, bedürfen der Schriftform.
2. Ist für die Leistung der Agentur die Mitwirkung des Kunden erforderlich oder vereinbart, so verlängert sich die Lieferzeit um die Zeit, die der Kunde dieser Verpflichtung nicht nachgekommen ist.
3. Bei Verzögerungen infolge von
 - 3.1. Veränderungen der Anforderungen des Kunden,
 - 3.2. unzureichenden Voraussetzungen in der Anwendungsumgebung (Hardware- oder Softwaredefizite), soweit sie der Agentur nicht bekannt waren oder bekannt sein mussten,
 - 3.3. Problemen mit Produkten Dritter (z.B. Software anderer EDV-Hersteller),verlängert sich der Liefer- oder Leistungstermin entsprechend.
4. Soweit die Agentur ihre vertraglichen Leistungen infolge Arbeitskampf, höherer Gewalt oder anderer für die Agentur unabwendbarer Umstände nicht oder nicht fristgerecht erbringen kann, treten für die Agentur keine nachteiligen Rechtsfolgen ein.
5. Werden von dem Kunden Änderungen oder Ergänzungen beauftragt, die nicht nur geringfügigen Umfang haben, so verlieren Termine und Fristen, die sich am ursprünglichen Vertragsgegenstand orientieren, ihre Gültigkeit.

G. EINSATZ VON SUBUNTERNEHMERN, FREMDLEISTUNGEN

1. Die Agentur hat das Recht, zur Erfüllung der beauftragten Leistungspflichten Subunternehmer oder freie Mitarbeiter (Dienstleister) einzusetzen. Diese gelten als Erfüllungsgehilfen (§ 278 BGB) der Agentur. Die von der Agentur beauftragten Dienstleister haben die in diesem Vertrag beschriebenen Verpflichtungen, die für die Agentur gelten,

insbesondere die Geheimhaltung und den Datenschutz, ebenso einzuhalten und zu beachten.

2. Fremdleistungen Dritter (z.B. Produktion, Programmierung, Druck, Lektorat, Übersetzungen, rechtliche Beratung, Messebau) werden von der Agentur im Auftrag gegenüber dem Kunden gesondert ausgewiesen. Sofern nicht anders vereinbart, werden Fremdleistungen entweder im Namen und auf Rechnung des Kunden beauftragt oder im Namen der Agentur und auf Rechnung des Kunden.

H. VERGÜTUNG DER AGENTUR

1. Leistungen nach D 1–3

Für die Leistungen im Rahmen des Abschnitts D 1–3 berechnet die Agentur ein Honorar auf der Basis des von der Agentur betreuten Netto-Marketing- und Kommunikationsbudgets (nachfolgend kurz „Werbudget“ genannt), und zwar abnehmend gestaffelt nach der Höhe des Werbebudgets wie folgt:

Betreutes Budget-Honorar in Prozent des Budgets

bis 5000 Euro	10 Prozent
von 5000 bis 20000 Euro	7,5 Prozent
ab 20000 Euro	5 Prozent

Die jährliche feste Mindestvergütung der Agentur beträgt 500 EUR. Dieser Teil der Vergütung wird in 12 gleichen monatlichen Teilbeträgen gezahlt, und zwar jeweils am ersten eines jeden Monats des entsprechenden Jahres. Die Höhe der Mindestvergütung wird jeweils bei Bekanntgabe des Werbebudgets nach E 1.1 von beiden Parteien überprüft und gegebenenfalls angemessen erhöht oder ermäßigt.

2. Leistungen nach D 4–8

Die Leistungen nach D 4 - 8 berechnet die Agentur mit einem Stundenhonorar von 100€. Bei Langzeitbeauftragung von mehr als 6 Monaten, wird das Honorar auf 80€ gesenkt.

Für genehmigte Kostenvorschläge gilt eine Abweichung von +/- 10 Prozent als von der Genehmigung umfasst.

3. Anzahlung

Die Agentur ist berechtigt, für Webdesign- oder Programmierleistungen eine Vorauszahlung in Höhe von 30% des Gesamtauftragswerts zu verlangen.

4. Fremdkosten

Alle im Rahmen dieses Vertrages anfallenden Fremdkosten werden unter Beifügung von Belegen an den Kunden mit einem Aufschlag von 15 Prozent auf den Nettobetrag weiterberechnet.

5. Barauslagen, GEMA, KSV-Kosten

- 5.1 Barauslagen und besondere Kosten, die der Agentur auf ausdrücklichen Wunsch des Kunden entstehen, werden zum Selbstkostenpreis berechnet. Hierzu zählen zum Beispiel

außergewöhnliche Kommunikations-, Versand- oder Vervielfältigungskosten.

- 5.2 GEMA-Gebühren, Künstlersozialversicherungsabgaben und Zollkosten und ähnliche Kosten werden dem Kunden netto in Rechnung gestellt, auch wenn sie erst nachträglich erhoben werden.

6. Reisekosten

Sofern die Agentur Leistungen im Einvernehmen mit dem Kunden außerhalb ihres Sitzes erbringt (zum Beispiel zur Überwachung von Film-, Funk- und Fernseharbeiten, Drucküberwachung und Druckabnahmen, Fahrten zum Kunden) hat sie über die vereinbarte Vergütung hinaus Anspruch auf Erstattung der Reisekosten (Bahnfahrten der 1ten Klasse (DB Flexpreis Plus oder äquivalent), Flüge der Economy-Klasse oder Fahrten per Pkw mit 0,30 Euro/km netto) inklusive aller erforderlichen Auslagen, Aufwendungen und Spesen. Reisezeiten werden nach tatsächlichem Aufwand zum Stunden- bzw. Tagessatz abgerechnet.

7. Umsatzsteuer

Sämtliche Vergütungen der Agentur verstehen sich zuzüglich der gesetzlich jeweils geltenden Umsatzsteuer. Bei Rechnungen an Leistungsempfänger außerhalb der Bundesrepublik Deutschland wird keine deutsche Umsatzsteuer berechnet und in den Rechnungen ausgewiesen. Auf diesen Rechnungen ist die jeweilige der Agentur vom Kunden zu benennende VAT-Nummer des Leistungsempfängers anzugeben.

8. Fälligkeit & Skonti

- 8.1 Die von der Agentur dem Kunden ausgestellten Rechnungen sind nach Erhalt und ohne Abzüge fällig. Bei Vorauszahlungen werden dem Kunden alle erreichbaren Skontoabzüge vergütet.
- 8.2 Im Bereich der Werbemittelherstellung erstellt die Agentur nach Abschluss eines Auftrages die Abrechnung. Bei größeren Aufträgen oder solchen, die sich über einen längeren Zeitraum erstrecken, ist die Agentur berechtigt, Zwischenabrechnungen beziehungsweise Vorausrechnungen zu erstellen oder Akontozahlungen abzurufen.
- 8.3 Skonti auf Agenturvergütungen werden nicht gewährt.

9. Verzug

Befindet sich der Kunde mit der Zahlung im Verzug, so muss er mit Verzugszinsen in Höhe von 8% über dem Basiszinssatz rechnen. Die Verzugszinsen fallen bei Überschreitung des Zahlungszieles auch ohne Mahnung an.

I. ABRUF VON AGENTURLEISTUNGEN (AUFTRAGSVERGABE)

1. Briefing

Basis der Tätigkeit der Agentur bildet das Briefing durch den Kunden. Wird das Briefing mündlich erteilt, ist darüber ein Briefing-Protokoll von der Agentur zu fertigen. Dieses wird zur verbindlichen Arbeitsunterlage; insoweit gilt die Regelung über Besprechungsprotokolle in Ziffer 4 entsprechend.

2. Kostenvoranschläge

Vor Beginn jeder Kosten verursachenden Arbeit hat die Agentur dem Kunden einen Kostenvoranschlag oder Angebot in schriftlicher Form zu unterbreiten.

3. Auftragserteilung

8.4 Der Kunde erteilt den Auftrag an die Agentur durch Genehmigung des Kostenvoranschlags / des Angebots. Die Genehmigung soll in der Regel schriftlich erfolgen. Erfolgt sie mündlich, so soll sie in einem Besprechungsprotokoll festgehalten werden.

8.5 Aufträge im Rahmen laufender Arbeiten wie zum Beispiel Contentmanagement, kleinere Designanpassungen und dergleichen bedürfen nicht der Vorlage von Kostenvoranschlägen und es genügt eine mündliche Genehmigung durch den Kunden.

8.6 Aufträge an Dritte werden von der Agentur nach Freigabe durch den Kunden in der Regel im Namen und auf Rechnung des Kunden erteilt. Die Agentur überwacht die Arbeiten und prüft das Produktionsergebnis.

4. Besprechungsprotokolle (Kontaktberichte)

Die der Agentur übertragenen Arbeiten bedürfen typischerweise beständigen Kontakts und der Abstimmung mit dem Kunden. Die Agentur ist berechtigt über derartige Besprechungen jeweils ein Besprechungsprotokoll schriftlich zu erstellen und dem Kunden zu übermitteln. Diese Protokolle gelten als kaufmännische Bestätigungsschreiben. Darin enthaltene Absprachen und Aufträge und der sonstige Inhalt sind verbindlich, wenn und soweit der Kunde nicht binnen drei Werktagen schriftlich widerspricht.

J. ÄNDERUNGEN VON ARBEITEN (CHANGE REQUEST)

1. Nachträgliche Änderungen der beauftragten Leistungen (Change Request) durch den Kunden sind der Agentur möglichst frühzeitig und hinreichend konkret mitzuteilen und benötigen zu deren Wirksamkeit einer ausdrücklichen Bestätigung durch die Agentur.
2. Ist bei Vorliegen einer nachträglichen Änderung der Leistungsbeschreibung die ursprünglich beauftragte Leistung nicht oder nur noch teilweise durchführbar, ist die Agentur berechtigt, die weitere Leistungserbringung einzustellen. Die Agentur wird dies dem Kunden mitteilen. Widerspricht der Kunde der Leistungseinstellung, so setzt die Agentur die ursprüngliche Leistungserbringung fort.
3. Sofern der Agentur durch den Change Request Mehrkosten entstehen, wird die Agentur den Kunden hierauf hinweisen. Die Agentur ist berechtigt, die Mehrleistungen dem Kunden in Rechnung zu stellen.

K. ABNAHME

1. Der Kunde wird die Leistungen der Agentur unverzüglich abnehmen, sobald die Agentur die Abnahmebereitschaft mitteilt.
2. Die Leistungen der Agentur gelten als abgenommen, wenn die Agentur die Abnahmebereitschaft unter Hinweis auf die Bedeutung des Unterbleibens der Abnahmeerklärung mitgeteilt hat
 - 2.1. Die Agentur und der Kunde daraufhin nicht innerhalb eines Zeitraumes, der es ihm bei der geforderten sorgfältigen Prüfung erlaubt, wesentliche Fehler zu erkennen, spätestens jedoch nach 14 Werktagen, die Abnahme erklärt oder unter Angabe von nach Kräften zu detaillierenden Mängeln verweigert,
 - 2.2. oder der Kunde die Website oder Teile davon ohne weitere Prüfung für Dritte zugänglich ins Netz stellt oder die Agentur damit beauftragt, soweit die Nichtabnahme nicht auf einem erheblichen Mangel der von der Agentur erbrachten Leistungen beruht.
3. Wird die Abnahmebereitschaft nicht mitgeteilt, so gilt anstelle des Zeitpunktes der Mitteilung der Zeitpunkt, zu dem der Kunde billigerweise von den Leistungen hätte Kenntnis nehmen müssen.

L. NUTZUNGSRECHTE; UMFANG UND VERGÜTUNG

1. Die Agentur räumt dem Kunden ein einfaches und nicht an dritte übertragbares Nutzungsrecht ein (siehe Ziffer 3). Erbringt die Agentur Leistungen nach D8 dieser AGB, so ist der Nutzungszweck der Arbeitsergebnisse und/oder von deren Bestandteilen auf eine Verwendung im Internet beschränkt. Jede darüberhinausgehende Nutzung der Arbeitsergebnisse der Agentur bedarf der gesonderten Zustimmung der Agentur.
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 dementsprechend dem Kunden 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 seinen Weisungen verfahren. Dadurch entstehende Mehrkosten trägt der Kunde.
3. Der Kunde ist berechtigt, die Nutzungsrechte ganz oder teilweise auf Tochtergesellschaften oder verbundene Gesellschaften innerhalb eines Konzerns weiter zu übertragen.
4. Die Agentur ist – auch bei Übertragung ausschließlicher Nutzungsrechte auf den Kunden – berechtigt, die Arbeitsergebnisse im Rahmen ihrer Eigenwerbung unentgeltlich zu verwenden unter Nennung des Kundennamens, auch nach Vertragsende, in allen Medien einschließlich Internet, Social Media und im Rahmen von Wettbewerben und Präsentationen wie z.B. dem GWA-Jahrbuch.
5. Der Kunde räumt der Agentur das Recht ein, das Logo der Agentur und ein Impressum in die Websites des Kunden einzubinden und diese miteinander und der Website der Agentur zu verlinken. Der Kunde wird alle Schutzvermerke wie Copyright-Vermerke und andere Rechtsvorbehalte unverändert übernehmen. Dies gilt insbesondere auch für die im Programmcode angebrachten Hinweise auf den Urheber.

6. Erstellt die Agentur im Rahmen ihrer vertraglichen Leistungen Software, so ist der jeweilige Sourcecode und die entsprechende Dokumentation nicht Gegenstand der Rechteeinräumung an den Kunden. Sofern der Kunde eine Überlassung des Sourcecodes wünscht, muss dies gesondert mit der Agentur vereinbart werden.
7. Nicht Gegenstand der Rechteübertragung auf den Kunden sind von diesem abgelehnte, abgebrochene oder nicht innerhalb von 6 Monaten nach Übergabe genutzte Leistungen der Agentur (Konzepte, Ideen, Entwürfe etc.). Diese Nutzungsrechte verbleiben bei der Agentur, ebenso die daran bestehenden Eigentumsrechte.
8. Die in vorstehend Ziffer 1 Satz 1 und 2 genannten Nutzungsrechte sind mit der Bezahlung der in diesem Vertrag unter E. vereinbarten Vergütung abgegolten. Eine Ausdehnung der Nutzung über Ende des Werbemittleinsatzes und/oder über das Vertragsgebiet hinaus und/oder für den Einsatz in anderen als den im jeweiligen Auftrag genannten Nutzungsarten/Werbeträgern und/oder das Recht, die Arbeitsergebnisse der Agentur zu bearbeiten, bedarf der ausdrücklichen vorherigen Zustimmung der Agentur und muss gesondert vergütet werden.
9. 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 Auffordern frei. Die Agentur weist den Kunden vorsorglich darauf hin, dass einem Urheber nach dem Urhebergesetz weitere gesetzliche Ansprüche gegenüber dem Inhaber von Nutzungsrechten zustehen (z.B. auf Auskunft, Rechenschaft und Rückruf), die vertraglich nicht ausgeschlossen werden können.
10. Der Kunde ist auf Verlangen verpflichtet, die Agentur über den Umfang der Nutzung schriftlich Auskunft zu erteilen. Immaures geht bei der Verwendung von Vorlagen des Kunden davon aus, dass diese nicht mit Rechten Dritter belastet sind oder der Kunde über das für den Auftrag erforderliche Nutzungsrecht verfügt.

M. HAFTUNG

1. Die Agentur haftet dem Kunden im Rahmen dieses 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 Leben Leib und Gesundheit, bei Ansprüchen aus einer Garantie sowie aus dem Produkthaftungsgesetz.
2. Soweit die Agentur, ihre Vertreter und Erfüllungsgehilfen nach der vorstehenden Bestimmung in Absatz 1 haften, beschränkt sich die Haftung auf den Ausgleich des nach Art der Leistung vorhersehbaren und vertragstypischen Schadens.
3. Die Agentur wird den Kunden rechtzeitig auf für Sie erkennbare rechtliche Risiken des Inhalts oder der Gestaltung geplanter Werbemaßnahmen hinweisen. Die Agentur übernimmt keine eigene rechtliche Überprüfung der von ihr erbrachten Leistungen. Erachtet die Agentur für die Realisierung der Maßnahmen eine rechtliche (z.B. wettbewerbs- oder markenrechtliche) Prüfung durch eine besonders sachkundige Person oder Institution für erforderlich, so trägt der Kunde nach Abstimmung die Kosten.
4. Eine Haftung der Agentur ist ausgeschlossen, sofern und soweit die Agentur den Kunden schriftlich unter Darlegung der Gründe auf Bedenken hinsichtlich der Vereinbarkeit der Werbemaßnahme mit dem geltenden Recht hingewiesen hat und der Kunde sich trotz des Hinweises gegen eine Änderung der betreffenden vertragsgegenständlichen Leistungen

entscheidet. Der Kunde stellt die Agentur in diesen Fällen von Ansprüchen Dritter auf erstes Anfordern frei. Hiervon umfasst sind auch die notwendigen Rechtsverfolgungskosten.

5. Ansprüche des Kunden verjähren in einem Jahr ab Erbringung der beauftragten Leistungen. Hiervon ausgenommen sind Ansprüche wegen der Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit und/oder wegen grob fahrlässig oder vorsätzlich verursachter Schäden sowie Ansprüche aus der Übernahme einer Garantie oder aus Produkthaftung – insoweit gelten die gesetzlichen Verjährungsfristen.

N. EINSATZ VON FREMDLEISTUNGEN

1. Sind beim Einsatz von Fremdleistungen durch die Agentur im Rahmen der Leistungserfüllung gegenüber dem Kunden Sach- oder Rechtsmängel auf ein fehlerhaftes Erzeugnis eines Dritten zurückzuführen, der nicht Erfüllungsgehilfe der Agentur ist, und gibt die Agentur das Erzeugnis an den Kunden weiter, sind die Mängelansprüche des Kunden auf die Abtretung der Mängelansprüche von der Agentur gegenüber dem Dritten beschränkt (z.B. bei Verwendung von Open Source Software). Die Agentur hat den Mangel hingegen zu vertreten, wenn die Mangelursache durch die Agentur gesetzt wurde, d.h. der Mangel auf einer von der Agentur zu vertretenden unsachgemäßen Modifikation, Einbindung oder sonstigen Behandlung des Dritterzeugnisses beruht.
2. Die Agentur ist nicht verantwortlich, falls Dritterzeugnisse durch den Dritten eingeschränkt oder insgesamt eingestellt werden. Führt der Dritte eine Gebühr für die Zurverfügungstellung der Dritterzeugnisse ein, hat die Agentur das Recht die mit dem Kunden vereinbarte Vergütung dementsprechend anzupassen, sofern der Kunde die Nutzung der Dritterzeugnisse nach Rückfrage fortsetzen möchte und die Vergütung zu Lasten der Agentur gehen würde.
3. Die Weitergabe von Dritterzeugnissen gilt für den Kunden als deutlich erkennbar, wenn die Agentur auf sie im Rahmen der Auftragsbeschreibung oder der Auftragsabwicklung hinweist, diese sich aus dem Auftrag ergeben oder für den Kunden aufgrund der eigenen Sachkenntnis hätten erkennbar sein müssen.

O. GEHEIMHALTUNG / UNTERLAGEN DES KUNDEN

1. Schutz von vertraulichen Informationen

Die Agentur wird sämtliche Informationen, die sie über den Kunden im Zusammenhang mit diesem Vertrag oder den auf seiner Grundlage geschlossenen Aufträgen erhält, die aus diesen Informationen gewonnenen oder abgeleiteten Erkenntnisse und die auf deren Grundlage erstellten oder diese beinhaltenden Dokumente (nachfolgend: „vertrauliche Informationen“) auch über das Ende der vertraglichen Beziehungen hinaus vertraulich behandeln und nur im Rahmen der Vertragsbeziehung nutzen. Sie wird die vertraulichen Informationen vor dem Zugriff Dritter schützen und sie – soweit nicht zur Erreichung des Vertragszwecks geboten – weder aufzeichnen, noch Dritten zugänglich machen, noch verwerten.

Die Verpflichtung zur Vertraulichkeit gilt nicht für solche Informationen,

- die zum Zeitpunkt der Offenlegung öffentlich bekannt oder öffentlich zugänglich sind oder die zu einem späteren Zeitpunkt öffentlich bekannt oder öffentlich zugänglich werden, ohne dass dies die Agentur zu vertreten hätte;
- von denen die Agentur auf anderem Wege als durch den Kunden und ohne Verstoß gegen vertragliche oder gesetzliche Vertraulichkeitspflichten Kenntnis erlangt; oder
- die die Agentur ohne Rückgriff auf vertrauliche Informationen des Kunden selbständig entwickelt hat. Sie gilt ferner nicht, soweit die Agentur aufgrund gesetzlicher Verpflichtung oder auf bestands- oder rechtskräftige Anordnung einer Behörde oder eines Gerichts zur Offenlegung vertraulicher Informationen verpflichtet ist; sie hat dies dem Kunden, soweit zulässig und möglich, rechtzeitig vor Weitergabe mitzuteilen. Die Agentur darf die vertraulichen Informationen nur im erforderlichen Umfang herausgeben und hat, soweit möglich, deren Geheimhaltung durch den jeweiligen Empfänger sicherzustellen.

Im Übrigen dürfen vertrauliche Informationen von der Agentur nur mit vorheriger Zustimmung des Kunden Dritten gegenüber offengelegt werden. Keine Dritten in diesem Sinne sind die Berater und Dienstleister der Agentur, die entweder von Berufs wegen zur Verschwiegenheit verpflichtet sind oder die sich zuvor schriftlich gegenüber der Agentur zur Verschwiegenheit verpflichtet haben.

2. Unterlagen des Kunden

Die Agentur hat die von dem Kunden überlassenen Unterlagen einschließlich Schriftstücken, CD-ROMs, sonstigen Speichereinheiten und Ähnliches als Unterlagen des Kunden zu kennzeichnen, sie sorgsam aufzubewahren, durch geeignete Maßnahmen gegen den Zugriff Unberechtigter zu schützen und gegen die nicht vertragsgemäße Nutzung, Vervielfältigung und Weitergabe zu sichern. Die vorstehenden Verpflichtungen gelten auch für Kopien von Unterlagen des Kunden.

3. Herausgabe bzw. Vernichtung der Unterlagen

Die Agentur ist verpflichtet, alle im Rahmen der Vertragsdurchführung erhaltenen oder von ihr erstellten Dokumente und Datenträger unverzüglich nach vertragsgemäßer Benutzung, spätestens jedoch nach Beendigung dieses Rahmenvertrags oder des letzten auf seiner Grundlage geschlossenen Auftrages an den Kunden herauszugeben oder auf dessen Wunsch zu vernichten; gespeicherte Daten sind unwiederbringlich zu löschen. Ein Zurückbehaltungsrecht besteht nicht. Die Bestimmungen dieses Absatzes gelten nicht, soweit der Herausgabe, Vernichtung oder Löschung zwingende gesetzliche Bestimmungen, insbesondere gesetzliche Aufbewahrungspflichten, entgegenstehen.

4. Verpflichtung der Erfüllungsgehilfen zur Vertraulichkeit

Die Verpflichtung zur Vertraulichkeit erstreckt sich auch auf die von der Agentur im Rahmen der Durchführung dieses Vertrags und der auf seiner Grundlage geschlossenen Agenturaufträge eingesetzten Erfüllungsgehilfen. Sie wird diesen entsprechende Geheimhaltungspflichten auferlegen und dies dem Kunden auf Verlangen nachweisen.

P. DATENSCHUTZ

1. Die Vertragspartner werden die gesetzlichen Vorschriften zum Datenschutz, insbesondere die Regelungen der DSGVO und des BDSG-neu beachten und ihre Mitarbeiter entsprechend verpflichten. Dies gilt insbesondere auch in Bezug auf die Verpflichtung von mit Datenverarbeitung befasste Personen auf das Datengeheimnis (§ 53 BDSG-neu).
2. Sofern zur Durchführung der vertraglichen Leistungen eine Übertragung bzw. Verarbeitung von personenbezogenen Daten erfolgt, schließen die Vertragspartner eine gesonderte Auftragsverarbeitungsvereinbarung (AVV).

Q. GEWÄHRLEISTUNG

1. Für Unternehmer beträgt die Gewährleistungsfrist 1 Jahr ab Abnahme des Werkes oder ab Lieferung der Ware oder ab Erbringung der Leistung.
2. Eine unerhebliche Beeinträchtigung der Funktion einer Software gilt nicht als Sachmangel.
3. Bei einer nur geringfügigen Vertragswidrigkeit, insbesondere bei nur unwesentlichen Mängeln, steht dem Unternehmer kein Rücktrittsrecht zu.
4. Sofern die Agentur die in einem Mangel liegende Pflichtverletzung nicht zu vertreten hat, ist der Unternehmer nicht zum Rücktritt vom Verträge berechtigt.
5. Unternehmer können wegen einer nicht in einem Mangel des Werks bestehenden Pflichtverletzung nur zurücktreten, wenn die Agentur diese Pflichtverletzung zu vertreten hat.
6. Gegenüber Unternehmern leistet die Agentur für Mängel der Ware zunächst nach der Wahl von der Agentur Nacherfüllung durch Nachbesserung oder Ersatzlieferung.
7. Unternehmer müssen der Agentur offensichtliche Mängel innerhalb einer Frist von zwei (2) Wochen ab Empfang anzeigen; andernfalls ist die Geltendmachung des Gewährleistungsanspruchs ausgeschlossen. Für Kaufleute gilt § 377 HGB; Kaufleute sind verpflichtet, Mängelrügen in Textform zu erheben. Unternehmer müssen Transportschäden unverzüglich bei Entladung/Lieferung anzeigen und schriftlich durch das Entladepersonal oder den Fahrer bestätigen lassen.
8. Bei Unternehmern gilt als Beschaffenheit grundsätzlich nur die Produktbeschreibung der Agentur als vereinbart. Öffentliche Äußerungen, Anpreisungen oder Werbung des Herstellers stellen daneben keine vertragsmäßige Beschaffenheit dar. Gegenüber Unternehmern sind bei Lieferung nach Probe oder Muster auch Gewährleistungsansprüche wegen verdeckter Mängel ausgeschlossen, wenn die tatsächlich gelieferte Leistung der Probe bzw. dem Muster entspricht. Die branchenüblichen Toleranzen gelten als vereinbart.
9. Im Falle, dass der Unternehmer Aufwendungsersatz gem. § 445a Abs. 1 BGB fordert, beschränkt sich dieser auf max. 2% des ursprünglichen Auftragswerts.
10. Im Falle des Lieferregresses gemäß der §§ 445a, 445b BGB gelten die in diesem Abschnitt aufgeführten Haftungs- und Gewährleistungsbeschränkungen mit Ausnahme der Ziffern 7 und 9 nicht.
11. Die einjährige Gewährleistungsfrist sowie die in diesem Abschnitt aufgeführten Haftungs- und Gewährleistungsbeschränkungen gelten nicht, wenn der Agentur Vorsatz oder grobe Fahrlässigkeit vorwerfbar ist, ferner nicht im Falle der Agentur zurechenbaren Personenschäden oder bei Arglist. Die Haftung nach dem Produkthaftungsgesetz bleibt

hiervon ebenfalls unberührt.

R. VERTRAGSÄNDERUNGEN, GERICHTSSTAND

1. Änderungen und Ergänzungen dieser AGB bedürfen für ihre Wirksamkeit der Schriftform. Die Schriftform wird auch durch die Textform nach § 126 b BGB gewahrt (Email, SMS, Fax). Das gilt auch, wenn in diesen AGB oder in den zwischen den Parteien abgeschlossenen Aufträgen oder Verträgen eine „schriftliche“ Erklärung verlangt wird. Eine unerhebliche Beeinträchtigung der Funktion einer Software gilt nicht als Sachmangel.
2. Die Geltung anderer allgemeiner Geschäftsbedingungen (AGB) beider Vertragsparteien wird ausgeschlossen.
3. Der Kunde darf auf diesem Vertrag beruhende Ansprüche gegen die Agentur nur nach schriftlicher Zustimmung der Agentur auf Dritte übertragen bzw. abtreten.
4. Sollte eine Bestimmung dieser AGB unwirksam sein oder werden, so wird die Gültigkeit des Vertrages 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.
5. Im Falle von Streitigkeiten aus dem Abschluss, der Durchführung oder der Beendigung dieses Vertrages vereinbaren die Parteien als ausschließlichen Gerichtsstand den Sitz der Agentur. Auf den Vertrag findet ausschließlich deutsches Recht Anwendung. Die Vorschriften des UN-Kaufrechts werden ausgeschlossen.