

Allgemeine Geschäftsbedingungen – gizmo.de

Stand: 27.01.2009

Präambel

(1) Für alle Rechtsbeziehungen zwischen gizmo.de (nachfolgend „Agentur“) und dem Kunden gelten ausschließlich diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen (nachfolgend „AGB“). Die Gültigkeit etwaiger diesen Allgemeinen Geschäftsbedingungen entgegenstehenden Geschäftsbedingungen des Kunden ist ausdrücklich ausgeschlossen, auch für den Fall, dass solche durch den Werbekunden übersandt wurden und wir diesen nicht widersprechen. Anderes gilt nur für individuelle Vertragsabreden, die schriftlich fixiert wurden.

(2) Diese AGB gelten ebenfalls für alle zukünftigen Geschäfte mit dem Kunden, auch wenn sie nicht nochmals ausdrücklich vereinbart werden.

(3) Alle Vereinbarungen, die zwischen der Agentur und dem Kunden zwecks Ausführung eines Auftrages getroffen werden, sind in schriftlicher Form zu vereinbaren. Änderungen, Ergänzungen und Nebenabreden bedürfen zu ihrer Wirksamkeit ebenfalls der Schriftform.

§ 1 – Vertragsschluss und Durchführung

(1) Die Agentur erbringt Dienstleistungen aus den Bereichen Kommunikation/Werbung/Design/Programmierung. Der Umfang und die detaillierte Beschreibung der zu erbringenden Dienstleistungen ergeben sich aus den Ausschreibungsunterlagen, Briefings, Projektverträgen, deren Anlagen und Leistungsbeschreibungen der Agentur.

(2) Die Agentur erstellt dem Kunden ein Angebot über die für ihn zu erbringende Dienstleistung. Der Vertrag kommt durch schriftliche Angebotsbestätigung des Kunden oder Auftragsbestätigung durch die Agentur zustande. An das Angebot hält sich die Agentur zwei (2) Wochen gebunden.

(3) Der Inhalt des Angebots wird mit der Bestätigung wesentlicher Vertragsbestandteil für die Agenturarbeit. Zusätzlich neben diesem Projektvertrag und seinen Anlagen, ist das vom Kunden der Agentur auszuhändigende Briefing maßgeblich.

§ 2 – Pflichten des Kunden

(1) Der Kunde stellt der Agentur alle für die Durchführung des Projekts benötigten Daten und Unterlagen, insbesondere das Briefing, unentgeltlich zur Verfügung.

(2) Der Kunde wird im Zusammenhang mit einem beauftragten Projekt Auftragsvergaben an andere Agenturen oder Dienstleister nur nach Rücksprache und im Einvernehmen mit der Agentur erteilen.

(3) Der Kunde verpflichtet sich, eventuell anfallende Gebühren an Verwertungsgesellschaften, wie beispielsweise an die Gema abzuführen. Werden diese Gebühren von der Agentur verauslagt, so verpflichtet sich der Kunde, diese der Agentur gegen Nachweis zu erstatten. Dies kann auch noch nach Beendigung des Vertragsverhältnisses erfolgen.

(4) Der Kunde ist darüber informiert, dass bei der Auftragsvergabe im künstlerischen, konzeptionellen und werbeberaterischen Bereich an eine nicht-juristische Person eine Künstlersozialabgabe an die Künstlersozialkasse zu leisten ist. Diese Abgabe darf vom Kunden nicht von der Agenturrechnung in Abzug gebracht werden. Für die Einhaltung der Anmelde- und Abgabepflicht ist der Kunde zuständig und selbst verantwortlich.

§ 3 – Vergütung

(1) Es gilt die im Vertrag vereinbarte Vergütung.

(2) Zusätzliche und Sonderleistungen, die nicht im Angebot enthalten waren und vom Kunden beauftragt werden, lösen eine gesonderte Vergütung aus, die sich anhand des Arbeitsaufwandes und dem für diese Leistung üblichen Stundensatz der Agentur berechnet. Unvorhersehbarer Mehraufwand bedarf der gegenseitigen Absprache und gegebenenfalls der Nachhonorierung.

(3) Zahlungen sind, wenn nicht anders vertraglich geregelt, innerhalb von 14 Tagen nach Rechnungsstellung ohne jeden Abzug fällig.

(4) Erstreckt sich die Erarbeitung der vereinbarten Leistungen über einen längeren Zeitraum, so kann die Agentur dem Kunden Abschlagszahlungen über die bereits erbrachten Teilleistungen in Rechnung stellen. Diese Teilleistungen müssen nicht in einer für den Kunden nutzbaren Form vorliegen und können auch als reine Arbeitsgrundlage auf Seiten der Agentur verfügbar sein.

(5) Bei Änderungen oder Abbruch von Aufträgen, Arbeiten und ähnlichem durch den Kunden und/oder wenn sich die Voraussetzungen für die Leistungserstellung ändern, sind der Agentur alle dadurch entstehenden Kosten zu ersetzen.

(6) Die Kündigung des Kunden lässt den Vergütungsanspruch nicht entfallen. Es gelten die Regelungen des § 649 BGB.

(7) Alle in Angeboten und Aufträgen genannte Preise und die daraus resultierend zu zahlende Beträge verstehen sich zuzüglich der gesetzlich gültigen Umsatzsteuer in der jeweils geltenden Höhe.

§ 4 – Leistungen Dritter, Nebenkosten

(1) Die Agentur ist berechtigt, die zur Auftrags Erfüllung notwendigen Fremdleistungen im Namen und für Rechnung des Kunden zu bestellen, soweit keine anderweitige Regelung getroffen wurde.

(2) Soweit im Einzelfall Verträge über Fremdleistungen im Namen und für Rechnung der Agentur abgeschlossen werden, ist der Kunde verpflichtet, die Agentur im Innenverhältnis von sämtlichen Verbindlichkeiten freizustellen, die sich aus dem Vertragsabschluss ergeben. Dazu gehört insbesondere die Übernahme der Kosten.

(3) Auslagen für technische Nebenkosten, insbesondere für vom Kunden gewünschte spezielle Materialien, Fotos, Zwischenaufnahmen, Reproduktionen, Fotosatz, Produktion, Programmierung, Erstellung von Datenbanken etc. sind vom Kunden zu erstatten.

(4) Kosten und Spesen für Reisen, die im Zusammenhang mit dem Auftrag zu unternehmen sind, werden nur in Rechnung gestellt, wenn die Reise mit dem Kunden vereinbart wurde.

§ 5 – Lieferung und Abnahme

(1) Liefertermine sind nur bindend, wenn sie von der Agentur ausdrücklich und schriftlich bestätigt wurden.

(2) Ein Versand des Vertragsergebnisses erfolgt in allen Fällen auf Rechnung und Gefahr des Bestellers/Empfängers.

(3) Der Kunde, der nicht Verbraucher ist, hat das Vertragsergebnis bei Lieferung unverzüglich auf offene Mängel zu untersuchen und der Agentur die Abnahme der Leistung zu bestätigen. Wegen unwesentlicher Mängel kann die Abnahme nicht verweigert werden.

§ 6 – Gewährleistung

(1) Im Falle von Mängeln hat der Kunde der Agentur diese schriftlich so konkret anzuzeigen, dass die Agentur in der Lage ist, diese zu beheben. Dem Kunden stehen die gesetzlichen Gewährleistungsrechte zu. Die Gewährleistungsansprüche bestehen nach unserer Wahl in dem Recht auf Nachbesserung oder Ersatzlieferung. Dem Kunden bleibt jedoch das Recht vorbehalten, nach seiner Wahl Herabsetzung des vereinbarten Preises oder Rückgängigmachung des Vertrages zu verlangen, wenn die Nachbesserung oder Ersatzlieferung fehlschlägt.

(2) Die Gewährleistungspflicht erlischt, wenn das gelieferte Arbeitsergebnis verändert, unsachgemäß behandelt oder verarbeitet wird.

§ 7 – Eigentumsvorbehalt

(1) Die Leistung der Agentur (das geschaffene Werk und alle übergebenen Dokumente und Materialien) bleiben bis zur Erfüllung sämtlicher der Agentur gegen den Kunden zustehenden Ansprüche, auch wenn diese aus anderen Lieferungen oder Leistungen herrühren, Eigentum der Agentur.

(2) Dem Kunden wird kein Eigentum an Zeichnungen, Entwürfen, Layouts, Daten, Software und sonstigen Materialien und Unterlagen eingeräumt, die im Rahmen von Angeboten und Vertragsverhandlungen übergeben werden. Die Weitergabe an Dritte bedarf der ausdrücklichen Zustimmung durch die Agentur.

§ 8 – Aufrechnung; Zurückbehaltungsrecht

(1) Der Kunde kann nur mit einer unbestrittenen oder rechtskräftig festgestellten Forderung aufrechnen.

(2) Die Geltendmachung eines Zurückbehaltungsrechts durch den Kunden ist nur mit anerkannten oder rechtskräftig festgestellten Gegenansprüchen zulässig.

§ 9 – Urheberrecht und Werbefreigabe

(1) Der Kunde erwirbt mit der vollständigen Zahlung des vereinbarten Honorar für die vertraglich vereinbarte Dauer und im vertraglich vereinbarten Umfang die vertragliche vereinbarten Nutzungsrechte an allen von der Agentur im Rahmen dieses Auftrages gefertigten Arbeitsergebnissen. Nutzungen die über die ursprünglich vereinbarte Nutzung hinausgehen sollen, sind unzulässig. Nachlizenzierungen von Nutzungsrechten bedürfen einer schriftlichen Vereinbarung im Rahmen des Auftrages oder einer gesonderten schriftlichen Nebenabrede. Der Umfang der Nutzungsrechtseinräumung ergibt sich aus dem bestätigten Angebot bzw. der Auftragsbestätigung.

(2) Nutzungsrechte verbleiben vorbehaltlich anderweitig getroffener Abmachungen bis zur vollständigen Zahlung der vereinbarten Vergütung bei der Agentur.

(3) Dem Kunden werden keine Nutzungsrechte an Zeichnungen, Entwürfen, Layouts, Daten, Software und sonstigen Materialien und Unterlagen sowie parteiinternen Zwischenergebnissen eingeräumt, die im Rahmen von Angeboten und Vertragsverhandlungen übergeben werden. Am Angebot, Zeichnungen, und anderen Unterlagen behält sich das Unternehmen Eigentums- und Urheberrechte vor; diese dürfen Dritten nicht zugänglich gemacht werden.

(4) Bei einer öffentlichen Nutzung ist die Agentur als Urheber des Projektes in der üblichen Form an geeigneter Stelle zu nennen, soweit hierzu keine abweichende vertragliche Vereinbarung getroffen wurde.

(5) Die Agentur darf die von ihr entwickelten Arbeitsergebnisse daher angemessen und branchenüblich signieren und den erteilten Auftrag für Eigenwerbung publizieren (z.B. Präsentationen und Websiteauftritte). Diese Signierung und werbliche Verwendung kann durch eine entsprechende gesonderte Vereinbarung zwischen Agentur und Kunde ausgeschlossen werden.

(6) Die Arbeiten der Agentur dürfen vom Kunden oder vom Kunden beauftragter Dritter weder im Original noch bei der ggf. zugelassenen Reproduktion geändert werden. Jede Nachahmung, auch die von Teilen des Werkes, ist unzulässig.

(7) Die Übertragung eingeräumter Nutzungsrechte an Dritte und/oder Mehrfachnutzungen sind, soweit nicht im Erstauftrag geregelt, honorarpflichtig und bedürfen der Einwilligung der Agentur.

§ 10 – Rechte Dritter (rechtliche Verwertbarkeit)

(1) Das Risiko der rechtlichen Zulässigkeit der durch die Agentur erarbeiteten Arbeitsergebnisse und deren Inhalte wird vom Kunden getragen. Das gilt insbesondere für den Fall, dass die Arbeitsergebnisse oder verwendeten Inhalte gegen Vorschriften des Wettbewerbsrechts, des Urheberrechts und der speziellen Werberechtsgesetze verstoßen. Die Agentur ist jedoch verpflichtet, auf rechtliche Risiken hinzuweisen, sofern ihr diese bei ihrer Tätigkeit bekannt werden.

(2) Der Kunde stellt die Agentur von Ansprüchen Dritter frei, wenn die Agentur auf ausdrücklichen Wunsch des Kunden gehandelt hat, obwohl sie dem Kunden Bedenken im Hinblick auf die Zulässigkeit der Maßnahmen mitgeteilt hat. Die Anmeldung solcher Bedenken durch die Agentur beim Kunden hat unverzüglich nach bekannt

werden in schriftlicher Form zu erfolgen. Erachtet die Agentur für eine durchzuführenden Maßnahmen eine wettbewerbsrechtliche Prüfung durch eine besonders sachkundige Person oder Institution für erforderlich, so trägt nach Absprache mit der Agentur die Kosten hierfür der Kunde.

§ 11 – Haftung

(1) Die Agentur haftet nur, soweit ihr, ihren Erfüllungsgehilfen und/oder gesetzlichen Vertretern ein vorsätzliches oder grob fahrlässiges Verhalten zur Last fällt. Dies gilt nicht, soweit wesentliche Pflichten des Vertrags durch die Agentur, ihre Erfüllungsgehilfen und/oder gesetzlichen Vertreter verletzt werden.

(2) Im Falle leichter Fahrlässigkeit ist eine Haftung der Agentur und/oder ihren Erfüllungsgehilfen und gesetzlichen Vertretern bei Vermögensschäden hinsichtlich mittelbaren Schäden, insbesondere Mangelfolgeschäden, unvorhersehbaren Schäden oder untypischen Schäden sowie entgangenem Gewinn ausgeschlossen. Bei der leichtfahrlässigen Verletzung einer Pflicht, deren Einhaltung für die Erreichung des Vertragszwecks von besonderer Bedeutung ist (Kardinalpflicht) haftet die Agentur nur für vorhersehbare Schäden, mit deren Entstehung typischerweise gerechnet werden musste. Im Übrigen ist die Haftung für leichte Fahrlässigkeit ausgeschlossen.

(3) Für den Verlust von Daten und/oder Programmen haftet die Agentur nur in Höhe des Aufwandes, der entsteht, wenn der Kunde regelmäßig und anwendungsadäquat Datensicherung durchgeführt und dadurch sichergestellt hat, dass verloren gegangene Daten mit vertretbarem Aufwand wiederhergestellt werden können.

(4) Eine gesetzlich vorgeschriebene verschuldensunabhängige Haftung der Agentur - insbesondere eine Haftung nach Produkthaftungsgesetz sowie eine gesetzliche Garantiehaftung - bleibt von den vorstehenden Haftungseinschränkungen unberührt. Gleiches gilt für die Haftung der Agentur bei schuldhafter Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit eines Kunden.

(5) Die Agentur haftet in keinem Fall wegen der in den Werbemaßnahmen enthaltenen Sachaussagen über Produkte und Leistungen des Kunden. Die Agentur haftet auch nicht für die patent-, urheber- und markenrechtliche Schutz- oder Eintragungsfähigkeit der im Rahmen des Auftrages gelieferten Ideen, Anregungen, Vorschläge, Konzeptionen und Entwürfe.

§ 12 – Vertraulichkeit

(1) Beide Parteien sind verpflichtet, alle nicht öffentlich bekannten Kenntnisse die sie aufgrund eines Auftrags von der anderen Partei Kunden erhalten, zeitlich unbeschränkt streng vertraulich zu behandeln und sowohl ihre Mitarbeiter, Erfüllungs- und Verrichtungsgehilfen, als auch von ihr herangezogene Dritte ebenfalls in gleicher Weise zu absolutem Stillschweigen zu verpflichten.

(2) Alle Arbeitsunterlagen werden von der Agentur sorgsam behandelt, vor dem Zugriff Dritter geschützt, nur zur Erarbeitung des jeweiligen Auftrages genutzt und werden nach Beendigung des Auftrages an den Kunden zurückgegeben. Der Kunde ist für die Einhaltung der gleichen Sorgfalt hinsichtlich der ihm von der Agentur übermittelten Daten, Informationen und Unterlagen in gleicher Weise verantwortlich.

(3) Alle Arbeitsunterlagen, elektronische Daten und Aufzeichnungen die im Rahmen der Auftragserarbeitung auf Seiten der Agentur angefertigt werden, verbleiben bei der Agentur. Die Herausgabe dieser Unterlagen und Daten kann vom Kunden nicht gefordert werden. Die Agentur schuldet mit der Bezahlung des vereinbarten Honorars die vereinbarte Leistung, nicht jedoch die zu diesem Ergebnis führenden Zwischenschritte in Form von Skizzen, Entwürfen, Produktionsdaten etc.

§ 13 - Salvatorische Klausel, Gerichtsstand

(1) Für alle Rechtsverhältnisse zwischen der Agentur und dem Kunden gilt deutsches Recht unter Ausschluss des UN-Kaufrechts.

(2) Sollte eine Bestimmung in diesen AGB oder eine Bestimmung im Rahmen sonstiger Vereinbarungen unwirksam sein oder werden, so wird hiervon die Wirksamkeit der sonstigen Bestimmungen oder Vereinbarungen nicht berührt. Die ganz oder teilweise unwirksame Regelung soll durch eine solche ersetzt werden, deren wirtschaftlicher Erfolg der Intention der Parteien möglichst nahe kommt.

(3) Erfüllungsort ist Berlin.

(4) Gerichtsstand ist, sofern der Kunde Kaufmann, juristische Person des öffentlichen Rechts oder öffentlich-rechtliches Sondervermögen ist, oder keinen allgemeinen Gerichtsstand hat, Berlin.