

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Kunden

1. Allgemeines, Vertragsabschluss

Folgende Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB) sind Bestandteil aller Verträge auf den Gebieten Marketingberatung, Werbegestaltung, Werbeplanung und Werbemittel, der BBM Werbeagentur GmbH, Bahnhofstr. 52, 74321 Bietigheim-Bissingen, Inhaber Harriett Balzer, Andreas Renardy und dem Auftraggeber. Diese Vertragsbedingungen sollen für die Werbeagentur und den Auftraggeber die Grundlage für eine gute Zusammenarbeit im künstlerischen, kreativen und produktiven Bereichen bilden.

1.1. Unsere Allgemeinen Geschäftsbedingungen gelten ausschließlich; entgegenstehende oder von unseren Allgemeinen Geschäftsbedingungen abweichende Bedingungen des Auftraggebers erkennen wir nicht an, es sei denn, wir hätten ausdrücklich schriftlich ihrer Geltung zugestimmt. Unsere Allgemeinen Geschäftsbedingungen gelten auch dann, wenn wir in Kenntnis entgegenstehender oder von unseren Allgemeinen Geschäftsbedingungen abweichender Bedingungen des Auftraggebers die Leistung an den Auftraggeber vorbehaltlos erbringen. Alle Vereinbarungen, die zwischen uns und dem Auftraggeber zwecks Ausführung dieses Vertrages getroffen werden, sind in diesem Vertrag schriftlich niedergelegt. Abweichende Vereinbarungen bedürfen der Schriftform. Druckfehler und Irrtümer vorbehalten.

1.2. Diese Geschäftsbedingungen sind auch für alle künftigen Geschäftsbeziehungen mit dem Auftraggeber gültig, auch wenn sie nicht nochmals ausdrücklich vereinbart werden.

1.3. Sollten einzelne Bestimmungen des Vertrages schriftlich geändert werden, so berührt dies nicht die Wirksamkeit der übrigen Bestimmungen.

2. Urheber- und Nutzungsrechte

2.1 Das Urheberrecht ist nicht übertragbar. Das Urheberrecht eines Werks bleibt bei dem, der es geschaffen hat. Übertragen werden können nur die Nutzungsrechte. Dazu räumt die Agentur als Inhaber der Nutzungsrechte dem Auftraggeber ausschließliche Verwertungs- oder Nutzungsrechte ein.

2.2 Die Arbeiten einschließlich jener aus Präsentationen und Anlagen zu Angeboten (z. B. Anregungen, Skizzen, Ideen, Skribbles, Reinzeichnungen, Konzepte, Texte, Collagen, Dias, Negative), auch einzelne Teile daraus, bleiben ebenso wie die einzelnen Werkstücke und Entwurfsoriginale im Eigentum der Agentur. Diese Arbeiten können von der Agentur jederzeit insbesondere bei Beendigung des Agenturvertrages zurückverlangt werden. Die Weitergabe von Präsentationsunterlagen an Dritte sowie deren Veröffentlichung, Vervielfältigung, Verbreitung oder sonstige Verwertung ist ohne ausdrückliche Zustimmung der Agentur nicht zulässig. Dies gilt selbst dann, wenn die erbrachte Agenturleistung nicht urheberrechtlich geschützt oder auch nicht Gegenstand anderer besonderer Schutzrechte seien sollte. Verstößt der Auftraggeber schuldhaft gegen vorstehende Bestimmungen, zahlt er der Agentur eine angemessene Lizenzgebühr bzw. ein angemessenes Ausfallshonorar. Dies ist schon dann der Fall, wenn einem unbefangenen Dritten die Wesenszüge der erbrachten Agenturleistung erkenntlich sind.

2.3 Präsentationsunterlagen dürfen insbesondere dann nicht weitergegeben werden, wenn sich darin ein entsprechender Vermerk findet, dass sie vertraulich zu behandeln sind und nicht an Dritte weitergegeben werden dürfen. Ein Verstoß dagegen kann sogar als Vorlagenfreibeuterei nach 18 UWG strafbar sein.

2.4 Ohne Zustimmung der Werbeagentur dürfen die Arbeiten einschließlich der Urheberbezeichnung weder im Original noch bei der

Reproduktion geändert werden. Jede Nachahmung auch von Teilen des Werkes ist unzulässig.

2.5 Die Arbeiten der Werbeagentur dürfen nur für die vereinbarte Nutzungsart und den vereinbarten Zweck im vereinbarten Umfang und Gebiet verwendet werden. Mangels ausdrücklicher Vereinbarung gilt als Zweck des Vertrages nur der vom Auftraggeber bei Auftragserteilung erkennbar gemachte Zweck. Das Recht, die Arbeiten in dem vereinbarten Rahmen zu verwenden, erwirbt der Auftraggeber/Verwerter mit der Zahlung des Honorars.

2.6 Wiederholungsnutzungen (Nachauflage) oder Mehrfachnutzungen (z.B. für ein anderes Produkt) sind honorarpflichtig; sie bedürfen der Einwilligung der Werbeagentur.

2.7 Die Übertragung eingeräumter Nutzungsrechte an Dritte bedarf der Einwilligung der Werbeagentur. Über den Umfang der Nutzung steht der Werbeagentur ein Auskunftsanspruch zu. Nutzungsrechte an Arbeiten, die bei Beendigung des Vertrages noch nicht bezahlt oder im Falle der Abrechnung auf Provisionsbasis noch nicht veröffentlicht worden sind, verbleiben vorbehaltlich anderweitig getroffener Abmachungen bei der Werbeagentur.

2.8 Die Werbeagentur darf die von ihr entwickelten Werbemittel in kleiner Schrift oder in anderer Weise angemessen signieren und für die Eigenwerbung nutzen.

2.9 Jegliche Druckunterlagen, die unmittelbar für die Vervielfältigung (z. B. Druckplatten, Klischees, Stanzen) benötigt werden, bleiben Eigentum des Vervielfältigers, auch wenn sie gesondert in Rechnung gestellt werden. Druckunterlagen, die mittelbar für die Vervielfältigung benötigt werden (z. B. Lithoarbeiten wie Arbeitsfilme und -daten, Illustrationen, Negative oder Positive aus Fotografie- und Filmaufträgen, Prägeplatten), bleiben Eigentum der Werbeagentur. Eine Pflicht zur Herausgabe oder zur Aufbewahrung besteht nicht. Eigentumsrechte werden nur aufgrund besonderer Vereinbarung übertragen, wofür eine gesonderte Vergütung zu vereinbaren ist.

3. Beauftragung Dritter

3.1 Sofern wir im Einzelfall einen Dritten (z. B. Lithoanstalt, Druckerei, Werbemittellieferant) nicht im Namen und in Vollmacht des Auftraggebers beauftragen, tun wir dies als Kommissionär in eigenem Namen, aber auf Rechnung des Auftraggebers.

3.2 Besorgen wir für einen Auftrag das Nutzungsrecht an einer Fotografie, werden wir dafür Sorge tragen, das der Fotograf und die abgelichteten Modells dem Auftraggeber ein branchenübliches Nutzungsrecht, sofern nichts anderes vereinbart ist, einräumen. Branchenüblich ist, ein Jahr, räumlich beschränkt auf Deutschland und sachlich beschränkt für die in Ziffer 2.4-5 bestimmte Nutzungsart- und -zweck.

4. Honorar und Zahlungsbedingungen

4.1 Wenn nichts anderes vereinbart ist, beginnt der Honoraranspruch der Agentur für jede einzelne Leistung, sobald diese erbracht wurde. Die Agentur ist berechtigt, zur Deckung ihres Aufwandes Vorschüsse zu verlangen: Ein Drittel der Auftragssumme bei Auftragserteilung, ein Drittel der Auftragssumme bei Produktionsbeginn, ein Drittel der Auftragssumme bei Beendigung des Projektes.

4.2 Die Angebotspreise haben nur bei ungeteiltem Auftrag Gültigkeit. Alle Preise verstehen sich zuzüglich Mehrwertsteuer und eventueller Liefer- und Versandkosten. Arbeiten, die durch Änderungen

der Vorgaben anfallen, werden nach Aufwand gemäß der BBM-Honorarliste zusätzlich berechnet.

4.3. Wird die Agentur mit einer Arbeit, auch einer Präsentation, beauftragt, so erkennt der Auftraggeber damit an, dass die Ausarbeitung angemessen zu honorieren ist. Wurde kein Honorar vereinbart, so gelten die branchenüblichen Stundensätze für Werbeagenturen. Die Agentur kann in keinem Fall unverbindlich und kostenlos arbeiten, dies gilt auch für Reisespesen, die falls nicht anders besprochen, gesondert und mit den steuerlich anerkannten Sätzen abgerechnet werden. Auch die Nichtverwendung der eingereichten Ausarbeitungen oder erfolgten Beratung befreit den Auftraggeber nicht von der Pflicht zur Zahlung des branchenüblichen Honorars.

4.4 Alle Rechnungen von uns sind nach Erhalt innerhalb zehn Tagen seit Rechnungsdatum zu bezahlen. Abzüge irgendwelcher Art sind ausgeschlossen. Anzahlungen werden nicht verzinst. Honorare sind Nettobeträge, die zuzüglich Mehrwertsteuer zu entrichten sind.

4.5 Bei Zahlungsverzug ist die Agentur berechtigt, unbeschadet weiterer Ansprüche, Verzugszinsen in gesetzlicher Höhe zu verlangen.

5. Genehmigung und Gewährleistung

Alle Leistungen der Agentur sind vom Kunden zu überprüfen und Mängel unverzüglich zu rügen. Zeigen sich trotz sorgfältiger Prüfung Mängel erst später, so sind diese unverzüglich anzuzeigen. In jedem Falle müssen Mängelrügen spätestens sieben Tage nach Entdeckung des Mangels oder Veranstaltungsende der Agentur schriftlich zugegangen sein. Als Gewährleistung kann der Kunde grundsätzlich nur eine angemessene Nachbesserung oder eine entsprechende Zahlungsminderung verlangen.

6. Produktion und Auftragserteilung

6.1 Aus produktionstechnischen Gründen kann es zu einer Über- oder Unterlieferung von 10 % kommen.

6.2 Die in 6.1 genannten Über-/Unterlieferung gilt als genehmigt, in so weit kein schriftlicher Widerspruch bei Auftragserteilung vorliegt.

6.3 Bei farbigen Reproduktionen in allen Druckverfahren können Abweichungen vom Original oder einem vorgelegten Proof, Farbausdruck oder Andruck nicht beanstandet werden.

6.4 Aufträge werden nur schriftliche entgegengenommen. Für nicht schriftlich erteilte Aufträge wird keine Verantwortung für die Richtigkeit übernommen.

6.5 Stehen mehrere Ausführungen oder Auflagen zur Auswahl, muss bei der schriftlichen Auftragserteilung die entsprechende Alternative eindeutig gekennzeichnet sein.

7. Termine

Die Agentur bemüht sich, die vereinbarten Termine einzuhalten. Die Nichteinhaltung der Termine berechtigt den Kunden allerdings erst dann zur Geltendmachung der ihm gesetzlich zustehenden Rechte, wenn er der Agentur eine Nachfrist von mindestens 14 Tagen gewährt hat. Diese Frist beginnt mit dem Zugang eines Mahnschreibens an die Agentur. Eine Verpflichtung zur Leistung von Schadenersatz wegen Verzugs besteht nur bei Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit der Agentur, ihrer gesetzlichen Vertreter oder ihren Erfüllungsgehilfen.

8. Haftung

8.1 Die Agentur hat die von ihr zu erbringenden Leistungen mit der Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns der Werbebranche zu erbringen.

8.2 Nach der Freigabe durch den Auftraggeber ist die Agentur von jeder Verantwortung für die Richtigkeit, die wettbewerbs- und zeichenrechtliche Zulässigkeit und Unbedenklichkeit der vorgelegten Unterlagen befreit. Für den Inhalt z.B. der Webseiten, Multimediapräsentationen und Druckvorlagen ist ausschließlich der Auftraggeber verantwortlich. Die juristische Prüfung aller Arbeiten obliegt dem Auftraggeber. Für eventuelle Fehler oder Falschmeldungen des Auftraggebers übernimmt die Werbeagentur keinerlei Haftung. Die Agentur haftet nicht für die Urheber-, Patent-, Gebrauchsmuster-, Marken-, Geschmacksmuster- oder sonstige rechtliche Schutzfähigkeit der von ihr erbrachten Leistungen.

8.3 Jegliche Haftung der Agentur für Ansprüche, die auf Grund der Werbemaßnahme (der Verwendung eines Kennzeichens) gegen den Auftraggeber erhoben werden, wird ausdrücklich ausgeschlossen, wenn die Agentur ihrer Hinweispflicht nachgekommen ist; insbesondere haftet die Agentur nicht für Prozesskosten, eigene Anwaltskosten des Kunden oder Kosten von Urteilsveröffentlichungen sowie für allfällige Schadenersatzforderungen oder ähnliche Ansprüche Dritter. Für den Fall, dass wegen der Durchführung einer Werbemaßnahme (der Verwendung eines Kennzeichens) die Agentur selbst in Anspruch genommen wird, hält der Kunde die Werbeagentur schad- und klaglos: der Kunde hat der Agentur somit sämtliche finanziellen und sonstige Nachteile und einschließlich immaterieller Schäden zu ersetzen, die der Agentur aus der Inanspruchnahme durch einen Dritten entstehen.

8.4 Soweit Schäden durch die Agentur nicht vorsätzlich oder grob fahrlässig verursacht werden, ist die Haftung auf 10% des vereinbarten Agenturhonorars begrenzt.

8.5 Wird der Agentur grobe Fahrlässigkeit nachgewiesen, ist die Haftung auf die Höhe des Agenturhonorars (höchstens auf 25.000 Euro) begrenzt.

8.6 Die Haftungsbeschränkung gilt in gleichem Umfang für die Erfüllungsgehilfen der Agentur.

8.7 Die Versendung der Ware erfolgt auf dem nach Agenturermessung günstigsten Weg und auf Gefahr des Auftraggebers. Transportschäden berechtigen den Auftraggeber nicht zur Zurückbehaltung von Zahlungen. Transportschäden sind der Agentur unverzüglich anzuzeigen.

9. Schlussbestimmungen

Erfüllungsort und Gerichtsstand für sämtliche Streitigkeiten ist Sitz der Agentur. Das Vertragsverhältnis obliegt deutschem Recht.

Stand: 01.06.2006