

ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN

der medienformer GmbH

§ 1 Gegenstand und Geltungsbereich

1. Gegenstand der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) sind Dienstleistungen und/oder Werke, die von der medienformer GmbH – nachfolgend „Agentur“ genannt – für Kunden erbracht und/oder hergestellt werden.
2. Die AGB sind wesentlicher Bestandteil jedes mit dem Kunden abgeschlossenen Vertrages, soweit nicht im Einzelfall etwas anderes schriftlich vereinbart ist.
3. Abweichende 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 Auftraggebers 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 die folgenden Beratungs-, Gestaltungs- und Produktionsleistungen:
 - Entwicklung von Marketingstrategien sowie Beratung des Kunden bei der Entwicklung von Marketingstrategien
 - Marktstrategische, werbefachliche und werbetechnische Beratung in allen Fragen der Unternehmenskommunikation und der Produktwerbung
 - Formulierung von Werbezielen auf Grundlage der mit dem Kunden abgestimmten Kommunikationsziele
 - Entwicklung von Texten und Gestaltung von Entwürfen (Roh-Layouts) für alle Printmedien (Anzeigen, Plakate, Broschüren, Kataloge, Folder und anderes)
 - Herstellung aller für die Werbemittelproduktion erforderlichen Reinzeichnungen/Rein-Layouts beziehungsweise Illustrationen und Durchführung der entsprechenden DTP-Satzarbeiten
 - Entwicklung von Claims und Slogans
 - Entwicklung von Marken, Namen und Kennzeichen, Ausstattungen sowie Produktdesign und Packungsgestaltung
 - Entwicklung und Überarbeitung von Logos, Signets, Firmenzeichen und Geschäftsausstattungen
 - Konzeption, Entwicklung, Gestaltung, Produktion und Projektmanagement für Werbemaßnahmen in digitalen und interaktiven Medien einschliesslich Internet und Intranet
 - Entwicklung von Direct-Marketing- und Customer-Relationship-Massnahmen in Text und Layout
 - Beratung, Planungs- und Durchführungsarbeiten im Bereich der Verkaufsförderung sowie die Gestaltung von Display-Material, Prospekten und sonstigen Verkaufshilfen
 - Konzeption, Entwicklung, Planung, Umsetzung, Koordination und Überwachung von Messen und Events sowie Ausstellungs- und Interiordesign
 - Entwicklung und Umsetzung von Sponsoring-Konzepten
 - Ermittlung der wirtschaftlichsten Herstellungsverfahren und -methoden
 - Auswahl geeigneter Lieferanten und Spezialisten
 - Auftragserteilung nach Genehmigung durch den Kunden; Koordination und Überwachung der sach- und termingerechten Ausführung; Rechnungskontrolle und Zahlungsabwicklung

§ 3 Leistungen 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 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 Auftragsvergabe

1. Basis der Tätigkeit der Agentur bildet das Briefing durch den Kunden. Wird das Briefing mündlich erteilt, fertigt die Agentur darüber ein Briefingprotokoll. Dieses wird zur verbindlichen Arbeitsunterlage; insoweit gilt die Regelung über Besprechungsprotokolle in § 6 Absatz 1 entsprechend.
2. Die Agentur unterbreitet dem Kunden vor Beginn jeder Kosten verursachenden Arbeit die Agentur grundsätzlich einen Kostenvoranschlag in schriftlicher Form.
3. Auftragserteilung
 - 3.1 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.
 - 3.2 Die Agentur vergibt Produktionsaufträge an Dritte im eigenen Namen und auf eigene Rechnung nach Freigabe durch den Kunden. Die Agentur überwacht die Produktion und prüft das Produktionsergebnis.

§ 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.
Wenn die Änderung oder der Abbruch der Arbeiten durch eine Pflichtverletzung der Agentur oder ihrer Erfüllungsgehilfen begründet ist, werden ausfallende Honorare und Provisionen nicht erstattet.
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 Mitwirkung und Geheimhaltung

1. Die der Agentur übertragenen Arbeiten bedürfen typischerweise beständigen Kontakts und der Abstimmung mit dem Kunden. Über derartige Besprechungen erstellt die Agentur grundsätzlich ein schriftliches Besprechungsprotokoll und übermittelt dieses dem Kunden.

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.

2. 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.

Die Vertraulichkeitsverpflichtung gilt über die Dauer des jeweils abgeschlossenen Vertrages hinaus.

§ 7 Haftung und Gewährleistung

1. Die Agentur haftet dem Kunden im Rahmen des abgeschlossenen Vertrages für die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmannes.

Die Haftung der Agentur und ihrer Vertreter und Erfüllungsgehilfen für leicht fahrlässige Pflichtverletzungen wird ausgeschlossen – mit Ausnahme der Verletzung wesentlicher Vertragspflichten (sogenannter Kardinalspflichten).

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 Kommunikationsmassnahmen hinweisen.

Die Agentur ist jedoch nicht verpflichtet, bei der Entwicklung und/oder Überarbeitung von Marken, Namen, Kennzeichen, Ausstattungen, Packungsgestaltung sowie Logos, Signets, Firmenzeichen oder Geschäftsausstattungen zu prüfen, ob hierdurch eventuell bestehende Marken- oder Geschmacksmusterrechte Dritter verletzt werden.

4. Erachtet die Agentur für die Realisierung der Massnahmen eine rechtliche Prüfung durch eine besonders sachkundige Person oder Institution für erforderlich, so trägt der Kunde nach Abstimmung 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.

5. 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 3 Jahren seit der Verletzungshandlung.

§ 8 Aufbewahrung, Archivierung und Herausgabe von Daten und Unterlagen

1. Alle von der Agentur für den Kunden hergestellten Berichte, Druckunterlagen, Filme und Illustrationen 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 Vertragsende 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. Grundsätzlich erfolgt die Herausgabe von Daten gegenüber dem Kunden oder von ihm beauftragter Dritter nur in geschlossenen, nicht editierbaren Dateien. Sollte der Kunde die Herausgabe von offenen Dateien wünschen, bedarf dies einer schriftlichen Vereinbarung und einer gesonderten Vergütung.

§ 9 Nutzungsrechte

1. Sämtliche Arbeiten der Agentur, insbesondere auch Entwürfe, Werkzeugzeichnungen oder Ähnliches, sind als persönliche geistige Schöpfungen durch das Urhebergesetz geschützt, dessen Regelungen auch dann als vereinbart gelten, wenn die nach Urhebergesetz erforderliche Schöpfungshöhe nicht erreicht ist. Ohne Zustimmung der Agentur dürfen die Arbeiten und Ideen einschliesslich der Urheberbezeichnung weder im Original noch bei der Reproduktion geändert werden. Jede Nachahmung auch von Teilen der vorgenannten Arbeiten ist unzulässig.
2. Übertragung
 - 2.1 Die Nutzungsrechte an den vom Kunden zur werblichen Verwendung freigegebenen und bezahlten Arbeitsergebnissen der Agentur, seien sie urheberrechtlich geschützt oder nicht, werden dem Kunden einmalig für das Vertragsgebiet und die im Rahmen des vereinbarten Verwendungszwecks erforderlichen Nutzungsarten zeitlich und inhaltlich beschränkt übertragen.
 - 2.2 Die Nutzungsrechte an freigegebenen und bezahlten Arbeitsergebnissen Dritter, zum Beispiel an Fotografien, sowie die Leistungsschutzrechte Dritter, zum Beispiel von Models, wird die Agentur in dem Umfang auf den Kunden übertragen, wie es für die Durchführung der vertraglich vereinbarten Kommunikationsmassnahmen erforderlich ist. Sollten diese Rechte im Einzelfall zeitlich, räumlich, inhaltlich und im Hinblick auf die Nutzungsarten beschränkt und dadurch die Übertragung in dem vorgenannten Umfang nicht möglich sein, wird die Agentur den Kunden darauf hinweisen und nach dessen weiteren Weisungen verfahren; dadurch eventuell entstehende Mehrkosten trägt der Kunde. 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.
 - 2.3 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.

3. Vergütung

- 3.1 Die in § 9 Abschnitt 2.1 genannten Nutzungsrechte an den Arbeitsergebnissen der Agentur sind im dort beschriebenen Umfang mit der Bezahlung der in § 5 der AGB genannten Vergütung abgegolten.
- 3.2 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.

§ 10 Teilnahme an Pitches und sonstigen Präsentationen

1. Der Kunde verpflichtet sich gegenüber der Agentur, das von der Agentur im Rahmen eines Pitches oder einer sonstigen Präsentation beim Kunden jeweils vorgelegte Konzept als Geschäfts- und Betriebsgeheimnisse der Agentur vertraulich zu behandeln und Dritten gegenüber geheim zu halten.

Die Geheimhaltungspflicht umfasst sämtliche Inhalte der Präsentationsunterlagen sowie sämtliche Informationen in Bezug auf das Konzept, die während der mündlichen Präsentation und den Korrespondenzen zwischen den Parteien ausgetauscht werden.

2. Entscheidet sich der Kunde zur Umsetzung des Konzepts insgesamt oder zur Umsetzung der wesentlichen Massnahmen, die in dem Konzept enthalten sind, so verpflichtet er sich, mit der Agentur einen Vertrag zu angemessenen Konditionen zu schliessen, in welchem die Agentur mit der Umsetzung des Konzepts beauftragt wird.

Nach vorheriger Zustimmung der Agentur kann der Kunde alternativ einen Dritten mit der – vollständigen oder teilweisen – Umsetzung des Konzepts beauftragen. In diesem Fall ist der Kunde jedoch verpflichtet, die ihm seitens der Agentur einzuräumenden Nutzungsrechte angemessen zu vergüten.

§ 11 Eigenwerbung und Urheberbenennung

1. Der Agentur ist es gestattet, ihre Arbeitsergebnisse oder Ausschnitte daraus zum Zwecke der Eigenwerbung – auch nach Beendigung der Vertragszeit – unentgeltlich zu nutzen.
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 Schlussbestimmungen

1. Alle Änderungen und Ergänzungen sowie die Kündigung vertraglicher Vereinbarungen bedürfen für ihre Wirksamkeit der Schriftform.
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 abgeschlossenen Verträgen vereinbaren die Parteien als ausschliesslichen Gerichtsstand Stuttgart.
Auf die Verträge findet deutsches Recht Anwendung