

Allgemeine Geschäftsbedingungen

RICHARTZ WERBUNG + MEHR KG

(im Text Werbeagentur / Agentur genannt)

1 Allgemeines

- 1.1 Die folgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen sind fester Bestandteil aller Verträge mit der RICHARTZ WERBUNG + MEHR KG. Regelungen, die diese Bedingungen abändern oder aufheben sind nur gültig, wenn sie von der RICHARTZ WERBUNG + MEHR KG schriftlich bestätigt wurden.
- 1.2 Mit der Auftragserteilung erklärt sich der Kunde ausdrücklich mit diesen AGB einverstanden. Von diesen AGB abweichende Geschäftsbedingungen des Auftraggebers gelten nicht. Sie finden auch dann keine Anwendung, wenn die Werbeagentur ihnen nicht ausdrücklich widerspricht.

2 Vertragsabschluss, Leistungserbringung durch Dritte

- 2.1 Die Angebote der Werbeagentur sind freibleibend.
- 2.2 Aufträge des Auftraggebers gelten durch schriftliche Auftragsbestätigung der Werbeagentur oder des Auftraggebers als angenommen, sofern der Werbeagentur nicht z. Bsp. durch Tätigwerden aufgrund des Auftrages zu erkennen gibt, dass der Auftrag angenommen wird.
- 2.3 Wenn abzusehen ist, dass die tatsächlichen Kosten, die von der Werbeagentur veranschlagt wurden, übersteigen, wird der Auftraggeber hierauf hingewiesen. Die Kostenüberschreitung gilt vom Auftraggeber als genehmigt, wenn der Auftraggeber nicht binnen drei Tagen nach diesem Hinweis schriftlich widerspricht.
- 2.4 Die Werbeagentur ist berechtigt, Leistungen durch Dritte erbringen zu lassen.

3 Urheberrecht / Nutzungsrecht

- 3.1 Sämtliche von der Werbeagentur angefertigten Entwürfe, Zeichnungen, Druckvorlagen, Konzepte, Ideen etc. sind urheberrechtlich geschützte Werke i. S. d. § 2 UrhG, und zwar selbst dann, wenn diese nicht die Erfordernisse des § 2 UrhG erfüllen.
- 3.2 Im Rahmen von Präsentationen und/oder Pitches überlassene Entwürfe und sonstige Designleistungen sind, soweit nicht schriftlich anders vereinbart, vertraulich zu behandeln. Sie dienen nur der Präsentation und dürfen keinesfalls weiter und/oder anderweitig genutzt werden.
- 3.3 Wird nach einer Präsentation kein Auftrag erteilt, so bleiben alle Leistungen, Eigentum der Agentur. Der Kunde ist nicht berechtigt, dieses Material gleich in welcher Form, zu nutzen, zu bearbeiten oder als Grundlage zur Herstellung eigenen Materials zu nutzen. Der Kunde hat, falls es nicht zur Auftragserteilung kommt, alle in seinem Besitz befindlichen Präsentationsunterlagen unverzüglich an die Agentur zurückzugeben. Falls kein Auftrag erteilt wird, bleibt es der Agentur unbenommen die präsentierten Ideen, Werke, Entwürfe etc. für andere Projekte und Kunden zu verwenden.
- 3.4 Die Entwurfstätigkeit und deren Vergütung ist mit keinerlei Übertragung von Nutzungsrechten verbunden. Hierfür bedarf es einer gesonderten Vereinbarung. Die Werbeagentur kann Entwürfe für weitere Interessenten uneingeschränkt verwenden.
- 3.5 Die Werbeagentur überträgt dem Auftraggeber die für den jeweiligen Zweck erforderlichen Nutzungsrechte der Designleistungen. Soweit nicht anderes vereinbart ist, wird grundsätzlich nur das einfache Nutzungsrecht übertragen. Der Werbeagentur bleibt in jedem Fall, auch wenn sie das ausschließliche Nutzungsrecht eingeräumt hat, berechtigt, ihre Entwürfe und Vervielfältigungen davon im Rahmen der Eigenwerbung in allen Medien zu verwenden.
- 3.6 Eine Weitergabe der Nutzungsrechte durch den Auftraggeber an Dritte bedarf der schriftlichen Vereinbarung.
- 3.7 Sämtliche Nutzungsrechte gehen erst nach vollständiger Bezahlung der Vergütung über.
- 3.8 Die Werbeagentur ist bei jeder vertraglich gestatteten Vervielfältigung, Verbreitung, Ausstellung und/oder öffentlicher Wiedergabe von Entwürfen und Reinzeichnungen als Urheber zu nennen. Eine Verletzung der Namensnennung berechtigt die Werbeagentur zusätzlich zu der für die Designleistung geschuldeten Vergütung eine Vertragsstrafe in Höhe von 100 Prozent dieser Vergütung zu verlangen. Davon unberührt bleibt das Recht der Werbeagentur, bei konkreter Schadensberechnung einen höheren Schaden geltend zu machen.
- 3.9 Die Werbeagentur erhält das Recht, erbrachte Design-Leistungen kostenfrei in Ihren Referenzen (z. Bsp. auf der eigenen Website) abzubilden.
- 3.10 Vorschläge des Auftraggebers oder seine sonstige Mitarbeit haben keinen Einfluss auf die Höhe der Vergütung. Sie begründen kein Miturheberrecht.
- 3.11 Ansprüche Dritter – insbesondere wenn sie von Verwertungsgesellschaften verwaltet werden – auf besondere Vergütung zur Abgeltung von Urheber- und/oder Leistungsschutzrechten sowie des Rechts am eigenen Bild, gehen zu Lasten des Auftraggebers.

4 Leistungsvergütung

- 4.1 Die erste Besprechung ist für den Kunden kostenfrei und für die Vertragspartner ohne Verbindlichkeiten, sofern damit kein detailliertes Aktivitätenprogramm bzw. keine konkrete Aktion verbunden ist.
- 4.2 Die Vergütungen sind Nettobeträge, zahlbar zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer und ohne Abzug.
- 4.3 Die Vergütungen sind bei Lieferung der Entwürfe fällig. Die Werbeagentur ist jederzeit berechtigt Teilleistungen in Rechnung zu stellen.
- 4.4 Die Werbeagentur ist berechtigt, zur Deckung ihres Aufwandes Vorschüsse zu verlangen.

5 Verbindlichkeiten von Besprechungen, Freigaben, gelieferte Kundendaten

- 5.1 Die der Agentur vom Kunden benannten Ansprechpartner müssen insbesondere im Hinblick auf die Freigabe von Etats, Kostenvorschlägen, Texten und sonstigen Abstimmungsvorgängen zeichnungsberechtigt sein. Einschränkungen der Zeichnungsberechtigung müssen der Agentur rechtzeitig schriftlich mitgeteilt werden.
- 5.2 Vom Kunden gelieferte Texte und Bilder oder Inhalte sowie Links auf Seiten im Internet dürfen keine Warenzeichen-, Patent- oder andere Rechte Dritter verletzen. Für Schäden durch die gelieferten Daten haftet der Kunde.
- 5.3 Die Endkorrektur und anschließende Freigabe zum Druck, Plott, Prägen, Webentwurf, Webstruktur... ist vom Kunden schriftlich der Agentur mitzuteilen. (Fax, Post oder per Email). Diese letzte Korrektur, bzw. der letzte Proof für den Druck ist verbindlich, und wird bei einer Reklamation des Kunden als alleiniges Anfechtungskriterium gesehen. Stimmt das Resultat des Druckens mit der Freigabe überein, kann kein Schadensersatzanspruch gegenüber der Agentur gemacht werden, auch wenn im Nachhinein Fehler entdeckt wurden, die der Kunde wegen mangelnder Korrektur übersehen hat. Bei farbigen Reproduktionen in allen Druckverfahren können geringfügige Abweichungen vom Original nicht beanstandet werden.
- 5.4 Das gleiche gilt für den Vergleich zwischen Andrucken und Auflagedruck. Von der Agentur zur Verfügung gestellte Ausdrucke, Muster oder Bildschirmansichten dienen lediglich der Prüfung der Daten, haben jedoch für den Druck keinerlei Farbverbindlichkeit. Gegen besondere Vergütung wird dem Kunden die Erstellung eines Probedruckes nahegelegt. Verzichtet der Kunde auf den kostenpflichtigen Probedruck (Proof), entfällt jeder Haftungs- oder Schadensanspruch.

6 Sonderleistungen, Fremdleistungen, Nebenkosten

- 6.1 Sonderleistungen wie zum Beispiel die Umarbeitung oder Änderung von Reinzeichnungen, Manuskriptstudium oder Drucküberwachung werden nach Zeitaufwand gesondert berechnet.
- 6.2 Die Werbeagentur ist berechtigt, die zur Auftrags Erfüllung notwendigen Fremdleistungen im eigenen Namen und Rechnung zu bestellen und dem Auftraggeber selbst in Rechnung stellen. Auslagen für technische Nebenkosten, insbesondere für spezielle Materialien, für die Anfertigung von Modellen, Fotos, Zwischenaufnahmen, Reproduktionen, Satz und Druck, Telefon etc. sind vom Auftraggeber zu erstatten.

7 Gestaltungsfreiheit und Vorlagen

- 7.1 Im Rahmen des Auftrags besteht Gestaltungsfreiheit. Reklamationen hinsichtlich der künstlerischen Gestaltung sind ausgeschlossen. Wünscht der Auftraggeber während oder nach der Produktion Änderungen, so hat er die Mehrkosten zu tragen. Die Werbeagentur behält den Vergütungsanspruch für bereits begonnene Arbeiten.
- 7.2 Verzögert sich die Durchführung des Auftrags aus Gründen, die der Auftraggeber zu vertreten hat, so kann die Werbeagentur eine angemessene Erhöhung der Vergütung verlangen. Die Geltendmachung eines weitergehenden Schadens bleibt davon unberührt.
- 7.3 Der Auftraggeber versichert, dass er zur Verwendung aller der Werbeagentur übergebenen Vorlagen berechtigt ist und dass diese frei von Rechten Dritter sind. Sollte er entgegen dieser Versicherung nicht zur Verwendung berechtigt sein oder sollten die Vorlagen nicht frei von Rechten Dritter sein, stellt der Auftraggeber die Werbeagentur von allen Ersatzansprüchen frei.

8 Eigentum, Rückgabe, Versendung, Herausgabe

- 8.1 An Entwürfen und Reinzeichnungen werden nur Nutzungsrechte eingeräumt, nicht jedoch Eigentumsrechte übertragen.
- 8.2 Die Originale sind daher spätestens 3 Monate nach Lieferung unbeschädigt zurückzugeben, falls nicht ausdrücklich etwas anderes vereinbart wurde. Bei Beschädigung oder Verlust hat der Auftraggeber die Kosten zu ersetzen, die zur Wiederherstellung der Originale notwendig sind. Die Geltendmachung eines weitergehenden Schadens bleibt unberührt.

- 8.3 Die Werbeagentur ist nicht verpflichtet, Dateien, Datenträger, Daten oder Layouts, an den Auftraggeber herauszugeben. Wünscht der Auftraggeber die Herausgabe so ist dies gesondert zu vereinbaren und zu vergüten.
- 8.4 Der Versand von Unterlagen erfolgt auf eigene Gefahr des Auftraggebers. Insbesondere Gefahr und Kosten des Transports von Datenträgern, Dateien und Daten online und offline trägt der Auftraggeber. Dies gilt auch dann, wenn die Versendung innerhalb des gleichen Ortes oder durch Mitarbeiter bzw. Fahrzeuge von der Werbeagentur erfolgt. Die Werbeagentur ist berechtigt, aber nicht verpflichtet, Lieferungen im Namen und für Rechnung des Kunden zu versichern.
- 8.5 Liefertermine sind nur gültig, wenn sie vom Auftragnehmer ausdrücklich bestätigt werden. Wird der Vertrag schriftlich abgeschlossen, bedarf auch die Bestätigung über den Liefertermin der Schriftform. Gerät die Werbeagentur in Verzug, so ist ihr zunächst eine angemessene Nachfrist zu gewähren. Nach fruchtlosem Ablauf der Nachfrist kann der Kunde vom Vertrag zurücktreten. Im Falle der schuldhaften Nichterfüllung des Vertrages oder bei schuldhafter Vertragsverletzung durch die Werbeagentur haftet diese nur bis maximal zur Höhe des vereinbarten Honorars. Somit ist die Geltendmachung weiterer Schadensersatzansprüche gegenüber der Werbeagentur ausgeschlossen.

9 Abnahme, Produktionsüberwachung, Belegexemplare

- 9.1 Alle von der Werbeagentur erbrachten Leistungen (insbesondere alle Vorentwürfe, Skizzen, Reinzeichnungen, Abzüge, Blaupausen und Farbdrucke) sind vom Auftraggeber zu überprüfen und schriftlich freizugeben. Mit der Abnahme des Werkes und/oder der Freigabe von Entwürfen, Reinausführungen oder Reinzeichnungen durch den Auftraggeber übernimmt dieser die Verantwortung für die Richtigkeit von Text und Bild, die Haftung der Werbeagentur ist ab diesem Zeitpunkt ausgeschlossen.
- 9.2 Die Produktionsüberwachung durch die Werbeagentur erfolgt nur aufgrund schriftlicher Vereinbarung. Bei Übernahme der Produktionsüberwachung ist die Werbeagentur berechtigt, nach eigenem Ermessen die notwendigen Entscheidungen zu treffen und entsprechende Anweisungen zu geben. Sie haftet für Fehler nur bei eigenem Verschulden und nur für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit.
- 9.3 Von allen vervielfältigten Arbeiten überlässt der Auftraggeber der Werbeagentur 2 bis 5 einwandfreie ungefaltete Belege unentgeltlich. Die Werbeagentur ist berechtigt, diese Muster zum Zwecke der Eigenwerbung zu verwenden.

10 Haftung/Gewährleistung

- 10.1 Die Werbeagentur haftet nur für Schäden, die sie selbst oder ihre Erfüllungsgehilfen vorsätzlich oder grob fahrlässig herbeiführen. Davon ausgenommen sind Schäden aus der Verletzung einer Vertragspflicht, die für die Erreichung des Vertragszwecks von wesentlicher Bedeutung ist (Kardinalpflicht), sowie Schäden aus der Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit, für die sie auch bei leichter Fahrlässigkeit haftet.
- 10.2 Ansprüche des Auftraggebers, die sich aus einer Pflichtverletzung der Werbeagentur oder seiner Erfüllungsgehilfen ergeben, verjähren ein Jahr nach dem gesetzlichen Verjährungsbeginn. Davon ausgenommen sind Schadensersatzansprüche, die auf einer vorsätzlichen oder grob fahrlässigen Pflichtverletzung der Werbeagentur oder ihrer Erfüllungsgehilfen beruhen und Schadensersatzansprüche wegen Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit, auch soweit sie auf einer leicht fahrlässigen Pflichtverletzung der Werbeagentur oder ihrer Erfüllungsgehilfen beruhen, für diese Schadensersatzansprüche gelten die gesetzlichen Verjährungsfristen.
- 10.3 Sofern die Werbeagentur notwendige Fremdleistungen in Auftrag gibt, sind die jeweiligen Auftragnehmer keine Erfüllungsgehilfen der Werbeagentur. Die Werbeagentur haftet nur für eigenes Verschulden und nur für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit. Die Haftung ist grundsätzlich auf den vertragstypischen Schaden begrenzt. In jedem Falle haftet die Werbeagentur – soweit gesetzlich zulässig – begrenzt nur bis zur Höhe des vereinbarten Honorars.
- 10.4 Wird die Werbeagentur von Dritten aufgrund der Gestaltung und/oder des Inhalts des Arbeitsergebnisses auf Unterlassung oder Schadensersatz u. ä. in Anspruch genommen, stellt der Auftraggeber die Agentur von der Haftung frei.
- 10.5 Die Werbeagentur haftet nicht für die urheber-, geschmacksmuster- oder markenrechtliche Schutz- oder Eintragungsfähigkeit der Entwürfe und sonstigen Designarbeiten, die sie dem Auftraggeber zur Nutzung überlässt. Geschmacksmuster-, Patent- oder Markenrecherchen hat der Auftraggeber selbst und auf eigene Rechnung durchzuführen. In keinem Fall haftet die Werbeagentur für die rechtliche, insbesondere wettbewerbs- und markenrechtliche Zulässigkeit der vorgesehenen Nutzung. Allerdings wird sie den Auftraggeber auf eventuelle rechtliche Risiken hinweisen, sofern sie ihr bei der Durchführung des Auftrags bekannt werden.

- 10.6 Die Prüfung von Rechtsfragen, insbesondere aus dem Bereich des Urheber-, Wettbewerbs- und Markenrechts ist nicht Aufgabe der Werbeagentur. Die Werbeagentur haftet deshalb nicht für die rechtliche Zuverlässigkeit des Inhalts und/oder der Gestaltung der Arbeitsergebnisse. Die Agentur haftet auch nicht für die in der Werbung enthaltenen Sachaussagen über Produkte und Leistungen des Kunden.
- 10.7 Die Werbeagentur haftet nicht für Fehler an Datenträgern, Dateien und Daten, die beim Datenimport auf das System des Auftraggebers entstehen.
- 10.8 Der Auftraggeber ist verpflichtet, die erbrachte Werkleistung nach deren Erhalt innerhalb einer angemessenen Frist zu untersuchen und eventuelle Mängel gegenüber der Werbeagentur zu rügen. Die Rüge von offensichtlichen Mängeln muss schriftlich innerhalb von zwei Wochen nach Ablieferung des Werkes, die Rüge nicht offensichtlicher Mängel schriftlich innerhalb einer Frist von zwei Wochen nach dem Erkennen des Mangels erfolgen. Zur Wahrung der Rügefrist genügt die rechtzeitige Absendung der Rüge. Bei Verletzung der Untersuchungs- und Rügepflicht gilt die Werkleistung in Ansehung des betreffenden Mangels als genehmigt.

11 Schlussbestimmungen

- 11.1 Die Unwirksamkeit einer der vorstehenden Bedingungen berührt die Geltung der übrigen Bestimmungen nicht.
- 11.2 Es gilt das Recht der Bundesrepublik Deutschland unter Ausschluss des UN-Kaufrechts und der IPR-rechtlichen Kollisionsnormen.