

## **ORIGO – AGENTUR FÜR MARKETING GmbH**

### **ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN**

#### **1. GELTUNGSBEREICH**

Diese AGB gelten für alle Verträge zwischen dem Auftraggeber und ORIGO (nachfolgend „Werbeagentur“ genannt), soweit sich aus dem jeweiligen Vertrag nichts anderes ergibt. Allgemeine Geschäftsbedingungen des Auftraggebers sind ausgeschlossen, es sei denn die Werbeagentur stimmt diesen ausdrücklich zu.

#### **2. VERTRAGSSCHLUSS**

Ein von der Werbeagentur abgegebenes Angebot hat eine Gültigkeit von 8 Wochen, ausgehend vom Datum der Angebotserstellung. Basis für den Vertrag ist das jeweilige Angebot der Werbeagentur, welches unverbindlich und freibleibend ist. Erfolgt eine Auftragserteilung des Auftraggebers, so kann die Werbeagentur den Auftrag durch Auftragsbestätigung binnen einer Frist von 2 Wochen annehmen. Der Vertragsschluss erfolgt mit Zugang dieser Auftragsbestätigung beim Auftraggeber.

#### **3. FARBEN/BILDMUSTER**

Die Werbeagentur weist ausdrücklich darauf hin, dass Bildschirmfarben (RGB) von Druckfarben (CMYK) auf verschiedenen Medien (z.B. Papier, Stoffe, Folien, Banner etc.) abweichen. Diese Farbabweichungen sind in der Druckindustrie üblich und vom Auftraggeber hinzunehmen. Der Auftraggeber kann daher gegen eine gesonderte Vergütung einen farbverbindlichen Proof anfertigen lassen. Die Werbeagentur weist ausdrücklich darauf hin, dass Abbildungen bzw. Bildmuster in den Katalogen der Werbeagentur oder im Internet unverbindlich sind. Tatsächliches Aussehen und Farbgebung können abweichen.

#### **4. VERGÜTUNG**

Es gilt die im Vertrag vereinbarte Vergütung. Zahlungen sind, wenn nicht anders vertraglich geregelt, sofort nach Rechnungsstellung ohne jeden Abzug fällig. Bei Überschreitung der Zahlungstermine steht der Werbeagentur ohne weitere Mahnung ein Anspruch auf Verzugszinsen in Höhe von 10% über dem Basiszinssatz nach § 1 des Diskontsatz-Überleitungsgesetzes zu. Das Recht zur Geltendmachung eines darüberhinausgehenden Schadens bleibt von dieser Regelung unberührt. Erstreckt sich die Erarbeitung der vereinbarten Leistungen über einen längeren Zeitraum, so kann die Werbeagentur 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 Werbeagentur verfügbar sein. Bei Änderungen oder Abbruch von Aufträgen, Arbeiten und Dergleichen durch den Kunden und/oder wenn sich die Voraussetzungen für die Leistungserstellung ändert, werden der Werbeagentur alle dadurch anfallenden Kosten ersetzt und die Werbeagentur von jeglichen Verbindlichkeiten gegenüber Dritten freigestellt. 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.

## 5. LIEFERTERMINE/VERZÖGERUNGEN

Fest zugesicherte Liefertermine gelten nur, wenn der Werbeagentur die erforderlichen Unterlagen/Informationen vereinbarungsgemäß vom Auftraggeber übergeben werden und der Auftraggeber die vereinbarten Termine für Druck und Produktionsfreigaben einhält. Fälle höherer Gewalt berechtigen die Werbeagentur, die Lieferungen so lange aufzuschieben, wie das Ereignis andauert. Unter den Begriff „Höhere Gewalt“ fallen alle Ereignisse, die die Werbeagentur auch bei äußerster Sorgfalt nicht voraussehen und verhüten konnte, wie z. B. Feuer, Naturkatastrophen, Krieg, Terror, Streik, Stromausfälle.

## 6. VERWERTUNGSGESELLSCHAFTEN

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

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 Werbeagenturrechnung in Abzug gebracht werden. Für die Einhaltung der Anmelde- und Abgabepflicht ist der Kunde zuständig und selbst verantwortlich.

## 7. PRÄSENTATIONEN – RECHTE AN LEISTUNGEN UND PRÄSENTATIONSUNTERLAGEN DER WERBEAGENTUR

### 7.1 PRÄSENTATIONSKOSTEN

Für die Teilnahme an Präsentationen steht der Werbeagentur ein angemessenes Honorar zu, das zumindest den gesamten Personal- und Sachaufwand der Werbeagentur für die Präsentation sowie die Kosten sämtlicher Fremdleistungen deckt.

### 7.2 PRÄSENTATIONSUNTERLAGEN

Erhält die Werbeagentur nach der Präsentation keinen Auftrag, so bleiben die Präsentationsunterlagen der Werbeagentur in ihrem Eigentum. Auf Aufforderung hat der Auftraggeber sämtliche Präsentationsunterlagen unverzüglich zurückzugeben.

Der Auftraggeber ist nicht berechtigt, die von der Werbeagentur erstellten Präsentationsunterlagen weiter zu nutzen, insbesondere zu bearbeiten, an Dritte weiterzugeben, zu veröffentlichen oder zu vervielfältigen.

### 7.3 URHEBERRECHTLICH GESCHÜTZTE LEISTUNGEN

Erhält die Werbeagentur nach der Präsentation keinen Auftrag, ist der Auftraggeber nicht berechtigt, die von der Werbeagentur im Zuge der Präsentation erbrachten Leistungen weiter zu nutzen, insbesondere zu bearbeiten, an Dritte weiterzugeben, zu veröffentlichen oder zu vervielfältigen.

#### 7.4 SONSTIGE LEISTUNGEN

Soweit die Leistungen der Werbeagentur nicht dem Urheberrechtsgesetz unterliegen gelten die Bestimmungen unter Ziffer 7.2 entsprechend. Der Auftraggeber ist insbesondere nicht berechtigt, die der Präsentation zugrunde liegenden Ideen und Konzepte der Werbeagentur zu nutzen.

#### 7.5 ANDERWEITIGE NUTZUNG DER PRÄSENTATION DURCH DIE WERBEAGENTUR

Erhält die Werbeagentur nach der Präsentation keinen Auftrag, so ist die Werbeagentur berechtigt, die im Zuge der Präsentation erbrachten urheberrechtlich geschützten Leistungen anderweitig zu nutzen. Erhält die Werbeagentur nach der Präsentation keinen Auftrag, so ist die Werbeagentur berechtigt, die der Präsentation zugrunde liegenden Ideen und Konzepte sowie die Leistungen, die nicht dem Urheberrechtsgesetz unterliegen, anderweitig zu nutzen.

### 8. HAFTUNGSBESCHRÄNKUNG

#### 8.1 HAFTUNG DER WERBEAGENTUR

Die Werbeagentur haftet unbeschränkt im Falle von Vorsatz und grober Fahrlässigkeit.

Die Werbeagentur haftet im Falle einfacher Fahrlässigkeit nur bei der Verletzung von Kardinalpflichten (= wesentliche Vertragspflichten), jedoch begrenzt auf den vertragstypischen und vorhersehbaren Schaden.

Im Falle der Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit haftet die Werbeagentur auch bei Vorliegen einfacher Fahrlässigkeit unbeschränkt.

Die Werbeagentur haftet nicht wegen der in der Werbung enthaltenen Sachaussagen über Produkte und Leistungen des Auftraggebers.

Die Werbeagentur haftet nicht für patent-, urheber-, und markenrechtliche Schutz- oder Eintragungsfähigkeit der im Rahmen des Vertrages gelieferten Ideen, Anregungen, Konzeptionen, Vorschläge, Entwürfe, etc.

Die Werbeagentur haftet nicht in Fällen von Höherer Gewalt.

#### 8.2 HAFTUNG FÜR ERFÜLLUNGS- UND VERRICHTUNGSGEHILFEN

Soweit die Haftung der Werbeagentur gemäß Ziffer 8.1 ausgeschlossen oder begrenzt ist, gilt dies auch für die persönliche Haftung ihrer Erfüllungs- und Verrichtungsgehilfen.

### 9. LEISTUNGEN DRITTER

Von der Werbeagentur eingeschaltete Freie Mitarbeiter oder Dritte sind Erfüllungs- oder Verrichtungsgehilfen der Werbeagentur. Der Kunde verpflichtet sich diese, im Rahmen der Auftragsdurchführung von der Werbeagentur eingesetzten Mitarbeiter, im Laufe der auf den Abschluss des Auftrages folgenden 12 Monate ohne Mitwirkung der Werbeagentur weder unmittelbar noch mittelbar mit Projekten zu beauftragen.

## 10. MITWIRKUNGSPFLICHTEN DES AUFTRAGGEBERS

Mit der Genehmigung von Entwürfen, Reinausführungen oder Reinzeichnungen durch den Auftraggeber übernimmt dieser die Verantwortung für die Richtigkeit von Text und Bild.

Der Auftraggeber prüft, die der Werbeagentur übergebenen Unterlagen auf mögliche gewerbliche Schutzrechte oder sonstige Rechte Dritter. Sollte er nicht zur Verwendung und Weitergabe berechtigt sein, so stellt der Auftraggeber die Werbeagentur von diesbezüglichen Ersatzansprüchen Dritter frei und wird der Werbeagentur entstandene Schäden ersetzen.

Der Auftraggeber prüft die wettbewerbsrechtliche Zulässigkeit der Werbemaßnahme und wird bei Zweifeln an der wettbewerbsrechtlichen Zulässigkeit die Werbeagentur entsprechend schriftlich informieren.

## 11. RECHTE DES AUFTRAGGEBERS

### 11.1 RECHTE AN URHEBERRECHTLICH GESCHÜTZTEN LEISTUNGEN

Sofern nicht abweichend vereinbart oder es der Vertragszweck zwingend erfordert, räumt die Werbeagentur dem Auftraggeber an den erbrachten Leistungen ein einfaches Nutzungsrecht für alle Nutzungsarten bezogen auf den vertraglich vereinbarten Zweck innerhalb der Bundesrepublik Deutschland ein.

Das eingeräumte Nutzungsrecht beinhaltet nicht die Befugnis, Änderungen an den erbrachten Leistungen vorzunehmen, insbesondere diese weiterzuentwickeln oder zu bearbeiten.

Bei Zuwiderhandlung steht der Werbeagentur vom Kunden ein zusätzliches Honorar in mindestens der 2,5 fachen Höhe des ursprünglich vereinbarten Honorars zu.

Eine Weitergabe der Nutzungsrechte an Dritte bedarf der Zustimmung der Werbeagentur.

Die Einräumung der Nutzungsrechte erfolgt erst mit vollständiger Bezahlung der vereinbarten Vergütung.

### 11.2 RECHTE AN SONSTIGEN LEISTUNGEN

Soweit die Leistungen der Werbeagentur nicht dem Urheberrechtsgesetz unterliegen gelten die Bestimmungen der Ziffer 11.1 entsprechend.

## 12. RECHTE DER WERBEAGENTUR

Die Werbeagentur behält sich – auch im Falle der Einräumung eines ausschließlichen Nutzungsrechts an den Auftraggeber – ein unbefristetes Nutzungsrecht für eigene Zwecke vor.

Die Werbeagentur ist berechtigt, in der Presse und auf eigenen Werbeträgern, insbesondere auf ihrer Homepage, mit Namen und/oder Firmenlogo des Auftraggebers die für diesen erbrachte Leistung darzustellen und/oder auf die Geschäftsbeziehung hinzuweisen.

Die Werbeagentur hat das Recht, auf allen Werbemitteln und Werbemaßnahmen des Auftraggebers als Urheber genannt zu werden, soweit diese unter das Urheberrechtsgesetz fallen.

## 13. GEHEIMHALTUNGSPFLICHT DER WERBEAGENTUR

Die Werbeagentur ist verpflichtet, alle Kenntnisse die sie aufgrund eines Auftrags vom Kunden erhält, zeitlich unbeschränkt streng vertraulich zu behandeln und sowohl ihre Mitarbeiter, als auch von ihr herangezogene Dritte ebenfalls in gleicher Weise zu absolutem Stillschweigen zu verpflichten.

#### 14. EIGENTUM AN UNTERLAGEN

Sämtliche von der Werbeagentur erstellte Unterlagen wie Muster, Reinzeichnungen, Dateien, Layouts etc. verbleiben im Eigentum der Werbeagentur.

Eine Herausgabe an den Auftraggeber bedarf einer gesonderten Vereinbarung und erfolgt nur gegen eine Vergütung.

#### 15. SCHLUSSBESTIMMUNGEN

##### 15.1 SALVATORISCHE KLAUSEL

Sollten eine oder mehrere Bestimmungen dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen unwirksam sein oder unwirksam werden, so bleiben die übrigen Bestimmungen gültig. Anstelle der unwirksamen Klausel gelten die gesetzlichen Bestimmungen.

##### 15.2 ANWENDBARES RECHT

Für sämtliche Rechtsbeziehungen zwischen der Werbeagentur und dem Auftraggeber gilt ausschließlich deutsches Recht.

##### 15.3 ERFÜLLUNGORT UND GERICHTSSTAND GEGENÜBER KAUFLEUTEN, JURISTISCHEN PERSONEN DES ÖFFENTLICHEN RECHTS UND ÖFFENTLICH-RECHTLICHEM SONDERVERMÖGEN

Gegenüber Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts und öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist der Erfüllungsort Leipzig.

Stand: 22. April 2020