

1. Geltung der Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGBs)

Diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen gelten für alle zwischen der espresso media agentur, Inh. Frank Menzel, nachfolgend genannt „Agentur“, und seinem Auftraggeber abgeschlossenen Aufträge. Die Geschäftsbedingungen gelten als vereinbart, wenn Aufträge an die Agentur vergeben werden. Nebenabreden, gleich welcher Art, sind nur verbindlich, wenn sie schriftlich festgehalten und bestätigt worden sind. Einer Einbeziehung von AGB des Auftraggebers in Aufträge wird hiermit widersprochen.

2. Angebot und Vertragsabschluß

Die Angebote der Agentur sind freibleibend. Der Kunde ist an seinen Auftrag 2 Wochen ab diesem Zugang bei der Agentur gebunden. Aufträge des Kunden gelten erst durch schriftliche Auftragsbestätigung der Agentur als angenommen, sofern die Agentur nicht – etwa durch Tätigwerden aufgrund des Auftrages – zu erkennen gibt, daß sie den Auftrag annimmt.

3. Leistung und Honorar

Die Leistungen der Agentur umfassen Werbevorbereitung, Werbeberatung, Werbegestaltung und Werbemittelherstellung (Produktion), sofern Werbemittel nicht vom Kunden produziert werden. Die zur Durchführung des Auftrags erforderlichen Maßnahmen werden, soweit nichts anderes bestimmt ist, auf der Grundlage zuvor mit dem Kunden abgestimmter Entwürfe, Kostenvoranschläge und Terminpläne von der Agentur durchgeführt oder beauftragt. Die Agentur kann Dritte zur Erfüllung der ihr obliegenden Aufgaben heranziehen.

Die Agentur erhält vom Kunden rechtzeitig die zur Erbringung der geforderten Leistungen erforderlichen Informationen und Unterlagen. Vom Kunden übergebene Vorlagen, Fotos und Modelle oder sonstige Arbeitsunterlagen müssen zur Veröffentlichung und Nutzung freigegeben sein. Vom Kunden als geheimhaltungsbedürftig gekennzeichnete Informationen wird die Agentur vertraulich behandeln und entsprechend auch Mitarbeiter und Erfüllungsgehilfen anweisen.

Wenn nicht 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.

Alle Leistungen der Agentur, die nicht ausdrücklich durch das vereinbarte Honorar abgegolten sind, werden gesondert entlohnt. Das gilt insbesondere für alle Nebenleistungen der Agentur.

Alle der Agentur erwachsenen Barauslagen, die über den üblichen Geschäftsbetrieb hinausgehen (z.B. Für Botendienste, außergewöhnliche Versandkosten oder Reisen) sind vom Kunden zu ersetzen.

Kostenvoranschläge der Agentur sind grundsätzlich unverbindlich. Wenn abzusehen ist, daß die tatsächlichen Kosten, die von der Agentur schriftlich veranschlagten um mehr als 20 % übersteigen, wird die Agentur den Kunden auf die höheren Kosten hinweisen. Die Kostenüberschreitung gilt als vom Kunden genehmigt, wenn der

Kunde nicht binnen 3 Tagen nach diesem Hinweis schriftlich widerspricht und gleichzeitig kostengünstigere Alternativen bekannt gibt.

Für alle Arbeiten der Agentur, die aus welchem Grund auch immer nicht zur Ausführung gelangen, gebührt der Agentur eine angemessene Vergütung. Mit der Bezahlung dieser Vergütung erwirbt der Kunde an diesen Arbeiten keinerlei Rechte; nicht ausgeführte Konzepte, Entwürfe und dergleichen sind vielmehr unverzüglich der Agentur zurückzustellen.

4. Präsentation

Für die Teilnahme an Präsentationen steht der Agentur ein angemessenes Honorar zu, das zumindest den gesamten Personal- und Sachaufwand der Agentur für die Präsentation sowie die Kosten sämtlicher Fremdleistungen deckt. Erhält die Agentur nach der Präsentation keinen Auftrag, so bleiben alle Leistungen der Agentur, insbesondere die Präsentationsunterlagen und deren Inhalt im Eigentum der Agentur; der Kunde ist nicht berechtigt, diese – in welcher Form immer – weiter zu nutzen; die Unterlagen sind vielmehr unverzüglich der Agentur zurückzustellen.

Werden die im Zuge einer Präsentation eingebrachten Ideen und Konzepte für die Lösung von Kommunikationsaufgaben nicht in der von der Agentur gestalteten Werbemitteln verwertet, so ist die Agentur berechtigt, die Präsentierten Ideen und Konzepte anderweitig zu verwenden.

Die Weitergabe von Präsentationsunterlagen an Dritte sowie deren Veröffentlichung, Vervielfältigung, Verbreitung oder sonstige Verbreitung ist ohne ausdrückliche Zustimmung der Agentur nicht zulässig.

5. Eigentumsrecht und Urheberrecht

Jeder an die Agentur erteilte Auftrag, der Gestaltungsaufgaben (auch sprachlicher Natur, z.B. für Slogans, Produktnamen etc.) enthält, ist ein Urheberwerkvertrag, der auf die Einräumung von Nutzungsrechten an den Werkleistungen gerichtet ist. Alle Entwürfe und Reinzeichnungen unterliegen dem Urheberrechtsgesetz. Die Bestimmungen des Urheberrechtsgesetzes gelten auch dann, wenn die nach § 2 UrhG erforderliche Schöpfungshöhe nicht erreicht ist. Alle Leistungen der Agentur, einschließlich jener aus Präsentationen (z.B. Anregungen, Ideen, Skizzen, Vorentwürfe, Scribbles, Reinzeichnungen, Konzepte, Negative, Dias, Digitale Daten etc.), auch einzelne Teile daraus, bleiben ebenso wie die einzelnen Werkstücke und Entwurfsoriginale im Eigentum der Agentur und können von der Agentur jederzeit – insbesondere bei Beendigung des Agenturvertrages – zurückverlangt werden. Der Kunde erwirbt durch Zahlung des Honorars nur das Recht der Nutzung (einschließlich Vervielfältigung) zum vereinbarten Zweck und im vereinbarten Nutzungsumfang. Ihm werden die urheberrechtlichen und sonstigen Befugnisse übertragen. Ohne gegenseitige Vereinbarung mit der Agentur darf der Kunde die Leistung der Agentur nur selbst, für die Ausführung des konkreten Vertrages, ausschließlich in Deutschland und nur für die Dauer des Agenturvertrages verwenden. Für die Nutzung von Leistungen der Agentur, die über den ursprünglich vereinbarten Zweck und Nutzungsumfang hinausgeht, ist unabhängig davon, ob diese Leistung urheberrechtlich geschützt ist, die Zustimmung der Agentur erforderlich. Dafür steht der Agentur und dem Urheber eine gesonderte angemessene Vergütung zu; angemessen ist grundsätzlich das in der Agenturvereinbarung festgehaltenen Honorar, mindestens jedoch in der Höhe von 7,5 % des vom Kunden an die mit der Herstellung, Verbreitung bzw. Veröffentlichung der Werbemittel beauftragten Dritten gezahlten Entgelts. Für die Nutzung von Leistungen der Agentur bzw. von Werbemitteln nach Ablauf des Agenturvertrages, für welche die Agentur konzeptionelle oder gestalterische Vorlagen erarbeitet hat, ist, unabhängig davon, ob diese Leistung urheberrechtlich geschützt sind ebenfalls die Zustimmung der Agentur notwendig. Die Agentur kann einen Teil der im abgelaufenen Vertrag vereinbarten Agenturvergütung berechnen. Diese beträgt im 1. Jahr nach Vertragsende im Regelfall 100 %, im 2. bzw. 3. Jahr nach Ablauf des Vertrages 50 % bzw. 25 % der im Vertrag vereinbarten Vergütung. Ab dem 4. Jahr nach Vertragsende ist keine Agenturvergütung mehr zu entrichten. Die Entwürfe, Reinzeichnungen und andere Leistungen der Agentur dürfen ohne ausdrückliche Einwilligung von der Agentur weder im Original noch bei Reproduktionen verändert werden. Nachahmung – auch von Teilen – ist unzulässig. Ein Verstoß gegen diese Bestimmung berechtigt die Agentur, eine Vertragsstrafe in Höhe der doppelten vereinbarten Vergütung zu verlangen. Die Agentur wird die aufgrund des betreffenden Vertrages erbrachten Leistungen nicht in gleicher Weise für andere Kunden verwenden. Eine Ausnahme gilt lediglich für die von der Agentur verwendeten Archivfotos, sofern diese in anderen Branchen als der Branche, in welcher der Kunde tätig ist, verwendet werden. Vorschläge des Auftraggebers oder seiner Mitarbeiter haben keinen Einfluß auf die Höhe der Vergütung. Sie begründen kein Miturheberrecht. Die vom Kunden überlassenen Vorlagen (z.B. Fotos, Texte,

Modelle, Muster etc.) werden von der Agentur unter der Voraussetzung verwendet, daß der Kunde zu deren Verwendung berechtigt ist.

6. Kennzeichnung

Die Agentur ist berechtigt, auf allen Werbemitteln und bei allen Werbemaßnahmen auf die Agentur und allenfalls auf den Urheber hinzuweisen, ohne daß dem Kunden dafür ein Entgeltanspruch zustünde.

7. Mitwirkungspflichten des Kunden

Um die bestmögliche Verwirklichung seiner Wünsche zu ermöglichen, hat der Kunde bei der Leistungserbringung mitzuwirken. Der Kunde muß sein Anforderungsprofil bezüglich der zu erstellenden Unterlagen bzw. der vorzunehmenden Maßnahmen so genau wie möglich beschreiben, damit die Agentur in die Lage versetzt wird, Zielrichtung und Inhalt der vereinbarten Maßnahmen bestmöglich zu erschliessen. Voraussetzung für die Realisierung, d.h. die Drucklegung bzw. endgültige Erstellung oder Veröffentlichung, ist die vorherige schriftliche Abnahme durch den Kunden. Diese erfolgt unverzüglich nach Zusendung der jeweiligen (Layout-) Vorlage. Durch die Abnahme erklärt sich der Kunde verbindlich mit der Vorlage einverstanden und trägt dementsprechend das Risiko eventuell noch vorhandener Schreib- oder Gestaltungsfehler oder sonstiger Unrichtigkeiten. Der Kunde hat daher die Vorlage sorgfältig und intensiv zu prüfen. Der Kunde wird insbesondere die rechtliche, vor allem die wettbewerbs- und kennzeichenrechtliche Zulässigkeit der Agenturleistungen überprüfen lassen. Die Agentur veranlasst eine externe rechtliche Prüfung nur auf schriftlichen Wunsch des Kunden; die damit verbundenen Kosten hat der Kunde zu tragen. Wünscht der Kunde von der Agentur eine Garantie für Rechtschreibung, Grammatik, Korrekturen etc., so ist hierfür ein gesondertes Honorar schriftlich zu vereinbaren. Nach Abnahme der Vorlage erfolgt die Realisierung durch Drucklegung, endgültige Erstellung oder Veröffentlichung bzw. Durchführung der vereinbarten Werbemaßnahme. Vom Kunden nachträglich geforderte Änderung, Auftragsabweichungen oder Autorenkorekturen werden gesondert nach Aufwand berechnet.

8. Termine

Terminvereinbarungen werden von der Agentur mit der allgemeinen Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmannes beachtet. Fixgeschäfte bedürfen einer gesonderten Vereinbarung. Bedarf es zur Leistungserbringung einer Mitwirkung des Kunden, so beginnt die Frist zur Leistungserfüllung nicht, bevor der Kunde seine Mitwirkungspflichten erfüllt hat. Die Leistungspflicht der Agentur ruht, solange sich der Kunde ihr gegenüber mit Zahlungsverpflichtungen aus diesem oder einem anderen Vertragsverhältnis im Verzug befindet. Die Nichteinhaltung der Termine berechtigt den Kunden erst dann zur Geltendmachung der ihm gesetzlich zustehenden Recht, wenn er der Agentur eine Nachfrist von mindestens 14 Tagen gewährt hat. Diese Frist beginnt mit dem Zugang eines Mahnschreibens an die Agentur. Außergewöhnliche, unabwendbare oder unvorhersehbare Ereignisse – insbesondere Krieg, kriegsähnliche Zustände, Mobilmachung, Ein- und Ausfuhrverbote und Blockaden, Transportbehinderungen, Betriebsstörungen, Verzögerungen in der Anlieferung von Rohstoffen, Streiks, Aussperrungen und sonstige Arbeitskämpfe, auch wenn sie bei Drittunternehmen eintreten und sonstige Verzögerungen bei Auftragnehmern der Agentur – entbinden die Agentur jedenfalls von der Einhaltung des vereinbarten Liefertermins.

9. Zahlung

Honorare werden für sämtliche Maßnahmen individuell vereinbart und nach den jeweiligen Einzelleistungen aufgeschlüsselt. Sämtliche Preisangaben gelten zuzüglich der jeweils gültigen MwSt.

Das Honorar ist nach der Kundenfreigabe zur Produktion (z.B. Drucklegung) oder Veröffentlichung, sofern vertraglich nicht anders geregelt, fällig. Die Agentur ist berechtigt einen angemessenen Vorschuß in Höhe von einem Drittel der Auftragssumme (dies schließt Eigen- und Fremdleistungen ein) zu verlangen.

Dies gilt auch für Anzeigenschaltungen innerhalb agentureigener Publikationen.

Bei Etatverwaltung ist dieser mit Vertragsabschluß zu entrichten sofern nicht vertraglich gesondert geregelt.

Bei verspäteter Zahlung gelten Verzugszinsen in der Höhe von 8 % über dem jeweiligen Diskontsatz der Deutschen Bundesbank als vereinbart.

Gelieferte Ware bleibt bis zur Erfüllung sämtlicher Forderungen aus der Geschäftsverbindung im Eigentum der Agentur und darf solange nur mit dem Einverständnis der Agentur weiterveräußert, verpfändet oder sicherungsübereignet werden. Alle Forderungen des Vertragspartners aus einer Weiterveräußerung werden bereits jetzt zur Sicherung sämtlicher Forderung aus der Geschäftsverbindung an die Agentur abgetreten. Gegen Ansprüche der Agentur kann der Kunde nur mit unbestrittenen oder rechtskräftig festgestellten Ansprüchen aufrechnen. Ein Zurückbehaltungsrecht steht dem Kunden nur wegen Gegenansprüchen aus dem konkreten Vertragsverhältnis zu.

10. Gewährleistung und Haftung

Die Agentur haftet maximal für die Summe des Auftragswertes.

Die Agentur wird die von ihr entworfenen Vorlagen/ Konzepte/audio-visuellen Medien dem Auftraggeber vorlegen, damit dieser die darin enthaltenen sachlichen Angaben überprüfen kann. Gibt der Auftraggeber die Vorlagen/Konzepte/ audio-visuellen Medien frei, übernimmt er die alleinige Haftung für die Richtigkeit der sachlichen Angaben und Inhalte.

Die Agentur haftet nicht für die patent-, muster-, urheber- und markenrechtliche Schutz- oder Eintragungsfähigkeit der gelieferten Ideen, Anregungen, Vorschläge, Konzeptionen, Entwürfe usw.

Die Agentur wird auf rechtliche Risiken hinweisen, sofern ihr diese bei der Vorbereitung von Projekten und Maßnahmen bekannt werden.

Das Risiko der rechtlichen Zulässigkeit einer Werbemaßnahme trägt der Auftraggeber. Dies gilt insbesondere für den Fall, daß Maßnahmen gegen Vorschriften des Wettbewerbsrechts, des Urheberrechts und der speziellen Werberechtsgesetze verstoßen.

Die Agentur kann die rechtliche Zulässigkeit einer genehmigten Maßnahme vor ihrer Durchführung durch einen Anwalt auf Kosten des Auftraggebers überprüfen lassen. Widerspricht der Auftraggeber einer rechtlichen Überprüfung durch einen Anwalt oder entscheidet er sich trotz festgestellter rechtlicher Bedenken für die Durchführung einer Maßnahme, übernimmt er im Verhältnis zur Agentur die alleinige Haftung.

Die Agentur verpflichtet sich, den Auftrag mit größtmöglicher Sorgfalt auszuführen, insbesondere auch ihm überlassene Vorlagen, Filme, Displays, Layouts, audio-visuelle Medien, Photos etc. sorgfältig zu behandeln. Die Agentur haftet für entstandene Schäden nur bei Vorsatz und grober Fahrlässigkeit. Ein über den Materialwert hinausgehender Schadenersatz ist ausgeschlossen.

Die Agentur verpflichtet sich, ihre Erfüllungsgehilfen sorgfältig auszusuchen und anzuleiten. Darüber hinaus haftet sie für ihre Erfüllungsgehilfen nicht.

Sofern die Agentur notwendige Fremdleistungen in Auftrag gibt, sind die jeweiligen Auftragnehmer keine Erfüllungsgehilfen der Agentur. Die Agentur haftet nur für eigenes Verschulden und für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit.

Die Agentur verpflichtet sich, Ihren Auftrag ohne zeitlichen Verzug durchzuführen. Sie haftet jedoch nicht, wenn ein zeitlicher Verzug durch Verschulden des Auftraggebers, eines Fremdleisters oder durch höhere Gewalt (Einbruch, Wasser-, Feuer- und Blitzschaden, Naturkatastrophen) entsteht. Kommt ein Zeitverzug durch Verschulden des Auftraggebers zustande, hat dieser die evtl. Mehrkosten zu tragen.

Beanstandungen gleich welcher Art sind innerhalb von 7 Tagen nach Ablieferung des Werkes schriftlich bei der Agentur geltend zu machen. Danach gilt das Werk als mängelfrei angenommen.

Hat der Kunde rechtzeitig und berechtigter Weise Mängel oder sonstige Abweichungen von den vertraglichen Vereinbarungen gerügt, steht dem Kunden nur das Recht auf Verbesserung der Leistung durch die Agentur zu.

Für das Recht auf Nachbesserung hat der Kunde der Agentur schriftlich eine Angemessene Frist zu setzen. Die Frist muß mindestens 15 Arbeitstage umfassen; Arbeitstage sind dabei alle Werktage mit Ausnahme der Samstage. Im Einzelfall kann eine längere Frist erforderlich sein. Nach Ablauf dieser Frist darf der Kunde nur dann die Vergütung angemessen herabsetzen oder vom Vertrag zurücktreten, wenn er der Agentur dies bereits bei Fristsetzung schriftlich angedroht hat. Sämtliche Rechte des Kunden wegen des Mangels oder einer sonstigen Abweichung der Leistung von den vertraglichen Vereinbarungen verjähren innerhalb eines Jahres ab Erhalt der Ware bzw. Leistung.

Die Agentur haftet nicht Nichterfüllung, Leistungsmangel oder Verzug von Drittbeauftragten, die nicht Ihre Erfüllungsgehilfen sind, auch nicht für deren vorsätzliches oder grob fahrlässiges Verhalten. Die Agentur selbst haftet nur für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit. Sollen bei der Agentur lagernde Unterlagen und andres Eigentum des Auftraggebers gegen Feuer, Wasser, Diebstahl oder gegen jede andere Gefahr versichert werden, so hat das der Kunde zu besorgen. Für die bei der Agentur lagernden Unterlagen kann nur eigenübliche Sorgfalt verlangt werden. Hat der Kunde nach Zusendung der jeweiligen (Layout-) Vorlage die Abnahme erklärt, so kann er wegen eventuell noch vorhandener Schreib- oder sonstiger Fehler in Gestaltung, Optik oder sonstiger Weise keine Rechte geltend machen.

11. Geheimhaltung

Die Agentur wird sämtliche ihr durch die Zusammenarbeit mit dem Auftraggebern bekannt werdenden Geschäfts- und Betriebsgeheimnisse des Auftraggebers geheimhalten. Dies gilt auch über die Dauer der werblichen Betreuung hinaus. Die Agentur steht dafür ein, daß eine entsprechende Geheimhaltungsverpflichtung mit ihren Mitarbeitern und sonstigen Erfüllungsgehilfen abgesprochen wird.

12. Gestaltungsfreiheit

Im Rahmen des Auftrags besteht Gestaltungsfreiheit sofern dies nicht vertraglich anders vereinbart ist. Reklamationen hinsichtlich der künstlerischen Gestaltung sind ausgeschlossen. Wünscht der Auftraggeber während oder nach der Produktion Änderungen, so hat er die Mehrkosten zu tragen. Der Auftragnehmer behält den Vergütungsanspruch für bereits begonnene Arbeiten.

13. Anzuwendendes Recht, Erfüllungsort und Gerichtsstand

Auf die Rechtsbeziehungen zwischen dem Kunden und der Agentur ist ausschließlich Deutsches Recht anzuwenden. Erfüllungsort und Gerichtsstand für alle sich mittelbar oder unmittelbar zwischen der Agentur und dem Kunden ergebenden Streitigkeiten ist Hildesheim.

14. Salvatorische Klausel

Die Nichtigkeit einzelner Bestimmungen dieser AGBs berührt die Wirksamkeit der übrigen Bestimmungen und der unter ihrer Zugrundelegung geschlossenen Verträge nicht. Die unwirksame Bestimmung ist durch eine wirksame, die ihr dem Sinn und Zweck nach am nächsten kommt, zu ersetzen.

Hildesheim, den 2. Mai 2003

**espresso media agentur
Frank Menzel**