

Allgemeine Geschäftsbedingungen der Firma carl & friends advertising gmbh

§ 1 Geltungsbereich

1. Die nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) gelten ausschließlich für alle Verträge zwischen der carl & friends advertising GmbH (nachfolgend Agentur genannt) und ihren Geschäftskunden i.S.v. § 14 BGB (nachfolgend Auftraggeber genannt).
2. Entgegenstehende oder abweichende AGB des Auftraggebers werden nicht anerkannt, es sei denn, die Agentur hat ihrer Geltung ausdrücklich schriftlich zugestimmt. Sollte der Auftraggeber dennoch auf widersprechende AGB in der Auftragsbestätigung Bezug nehmen, ist in der Vertragsdurchführung durch die Agentur keine stillschweigende Billigung oder gar Anerkennung der AGB zu sehen. Der Auftraggeber ist verpflichtet, die Agentur ausdrücklich und nicht nur durch Vordruck auf eigenen Bestellformularen etc. auf die beabsichtigte Verwendung der eigenen AGB hinzuweisen.
3. Die vorliegenden AGB gelten nach der erstmaligen Einbeziehung auch für zukünftige Geschäftsbeziehungen mit dem Auftraggeber, auch wenn sie nicht im Rahmen eines erneuten Auftrages bzw. Vertragsschlusses ausdrücklich vereinbart werden.

§ 2 Leistungsumfang, Grundsätze der Vertragsabwicklung

1. Der Umfang der von der Agentur zu erbringenden vertraglichen Leistung ergibt sich aus der jeweils bei Vertragsschluss aktuellen Produkt-/ Leistungsbeschreibung der Agentur bzw. dem Angebotsschreiben. Zusätzliche und/oder nachträgliche Veränderungen des Angebotes bzw. der Produkt- / Leistungsbeschreibung bedürfen mit Ausnahme von Ziff.2 der Schriftform.
2. Von der Agentur übermittelte Gesprächsprotokolle gelten als vom Auftraggeber akzeptiert und werden verbindlich, sollte dieser nicht unverzüglich nach Erhalt dem Inhalt widersprechen.
3. Die Agentur ist in der Auftragsabwicklung, insbesondere der Gestaltung des Urheberrechtswerks frei.
4. Vorlagen, Dateien und sonstige Arbeitsmittel (insbesondere Negative, Originalillustrationen, Modelle o.ä.), welche die Agentur erstellt oder erstellen lässt, um die vertragsgemäße Leistung zu erbringen, bleiben Eigentum der Agentur. Eine Herausgabepflicht besteht nicht. Zur Aufbewahrung ist die Agentur nicht verpflichtet. Vorlagen und/oder Originale sind nach einer angemessenen Frist unbeschädigt an die Agentur zurückzugeben, wenn nicht ausdrücklich eine andere Vereinbarung getroffen wurde. Bei Verlust oder Beschädigung der Vorlagen und/oder Originale ist Schadensersatz zu leisten.
5. Die Agentur ist berechtigt, die ihr übertragenen Arbeiten selbst auszuführen oder Dritte damit zu beauftragen. Ferner besteht die Berechtigung, Aufträge zur Produktion von Werbemitteln, an deren Erstellung die Agentur vertragsgemäß mitgewirkt hat, im Namen und auf Rechnung des Auftraggebers zu erteilen, es sei denn, der Auftraggeber behält sich dieses Recht ausdrücklich vor und gibt dies innerhalb einer Frist von zwei Wochen ab Vertragsschluss schriftlich zur Kenntnis. Nach Ablauf der zwei Wochen gilt das Schweigen des Auftraggebers als Erteilung der Vollmacht.
6. Sollte die Vertragserfüllung es erfordern, dass Nutzungs- und Lizenzrechte an Lichtbildern oder sonstigen Werken von dritter Seite erworben werden müssen, gilt die Agentur als beauftragt, die entsprechenden Nutzungs- und Lizenzrechte im Namen und auf Rechnung des Auftraggebers zu erwerben. Es gilt § 2 Ziff.5 entsprechend.
7. Der Auftraggeber versichert, dass an den von ihm ggfs. überlassenen Vorlagen und Mustern keine Rechte Dritter bestehen, er insbesondere zu deren Vervielfältigung berechtigt ist. Auf Verlangen der Agentur hat der Auftraggeber seine Berechtigung nachzuweisen. Der Auftraggeber stellt die Agentur von allen Forderungen frei, die auf einer Verletzung dieser Verpflichtung beruhen.
8. Die Agentur wird dem Auftraggeber vor Auftragsvergabe von Vervielfältigungen des Urheberwerkes Korrekturabzüge bzw. Korrekturmuster vorlegen. Der Auftraggeber ist verpflichtet, diese Muster sorgfältig zu überprüfen. Eine Freigabeerklärung gilt als erteilt, wenn der Auftraggeber nicht binnen 5 Tagen nach Zugang des Korrekturabzugs bzw. des Korrekturmusters Einwendungen gegen diese erhebt.
9. Die Agentur erhält von allen ausgeführten Arbeiten unentgeltlich mindestens fünf Belegexemplare zur eigenen Verwendung, insbesondere zu Referenzzwecken. Bei wertvollen Stücken ist mindestens ein Exemplar zu überlassen.

§ 3 Präsentationen, Geheimhaltung

1. Jegliche, auch nur teilweise Verwendung und/oder Verwertung der von der Agentur im Rahmen von Vertragsverhandlungen vorgestellten und/oder überreichten Arbeiten und Leistungen (Präsentationen), seien sie urheberrechtlich geschützt oder nicht, bedarf der vorherigen schriftlichen Zustimmung der Agentur. Dies gilt insbesondere für die Verwendung und/oder Verwertung in geänderter oder bearbeiteter Form und für die Verwendung der den Arbeiten und Leistungen der Agentur zugrunde liegenden Ideen, sofern diese in der bisherigen Werbung des Auftraggebers keinen Niederschlag gefunden haben.
2. Sofern nicht anderes vereinbart ist, liegt im Falle der Vereinbarung und Annahme eines Präsentationshonorars keine Einräumung irgendwelcher Nutzungs- und oder Verwertungsrechte an den vorgestellten Präsentationsinhalten sowie an der Präsentation selbst. Diese verbleiben grundsätzlich bei der Agentur.
3. Der Auftraggeber verpflichtet sich, alle ihm im Rahmen der Vertragsanbahnung/Präsentation bekannt gewordenen Inhalte und ihm in diesem Zusammenhang ausgehändigten Dokumente und Unterlagen, die als vertraulich gekennzeichnet sind, streng vertraulich zu behandeln und ohne vorherige schriftliche Zustimmung der Agentur nicht an Dritte weiterzugeben, selbst zu verwerten oder zu verwenden und/oder durch Dritte – gleich in welcher Form – verwerten zu lassen.
4. Der Auftraggeber wird alle geeigneten Vorkehrungen treffen, um die Vertraulichkeit sicherzustellen. Vertrauliche Informationen werden nur an die Mitarbeiter oder sonstige Dritte weitergegeben, die sie aufgrund ihrer Tätigkeit erhalten müssen. Der Auftraggeber stellt sicher, dass die zum Einsatz kommenden Personen ebenfalls zur Vertraulichkeit im Sinne dieser Regelungen verpflichtet werden.
5. Die Pflicht zur absoluten Vertraulichkeit dauert auch nach Beendigung der Zusammenarbeit an, insbesondere jedoch für den Fall, sollte eine Beauftragung der Agentur nicht zustande kommen.
6. Die Geheimhaltungspflicht entfällt, wenn und soweit vom Auftraggeber der Nachweis geführt werden kann, dass Informationen zum Zeitpunkt der Übergabe bereits bekannt waren, später veröffentlicht oder auf andere Weise ohne sein zurechenbares Zutun bekannt geworden sind oder zur Zeit der Übergabe an ihn bereits in seinem Besitz waren, es sei denn, dass sie nachweislich über Dritte erlangt wurden, die ihrerseits gegenüber der Agentur zur Geheimhaltung verpflichtet waren.
7. Der Auftraggeber haftet für alle Schäden in vollem Umfang, die der Agentur durch Verletzung dieser vertraglichen Geheimhaltungspflicht entstehen.

§ 4 Urheberrecht und Nutzungsrechte

1. Sämtliche Leistungen der Agentur, also insbesondere Entwürfe und Umsetzungen als Ausdruck eines geistigen Schöpfungsakts (z.B. die Erstellung von Sprachwerken, Lichtbildwerken, Fotografien, Texten, Darstellungen wissenschaftlicher Art, Skizzen, Zeichnungen, Plänen, Karten, Tabellen usw.), stehen unter dem Schutz des Urheberrechtsgesetzes. Dies gilt auch dann, wenn die nach § 2 UrhG erforderliche Schöpfungshöhe im Einzelfall nicht erreicht wird.
2. Soweit nichts anderes vereinbart ist, kann die Agentur verlangen, als Urheberrechtinhaber benannt zu werden und ihre Arbeiten mit einer Urheberbezeichnung zu versehen.
3. Entwürfe und Vorschläge des Auftraggebers begründen weder ein eigenes Nutzungsrecht noch eine Miturheberschaft an den Urheberwerken der Agentur.
4. Sämtliche Leistungen der Agentur, insbesondere Werke, dürfen ohne ihre schriftliche Zustimmung weder im Original noch bei der Reproduktion, auch nicht teilweise, verändert werden. Jede Nachahmung – vollständig oder teilweise – ist ebenfalls unzulässig.
5. Soweit nichts anderes vereinbart ist, behält die Agentur das alleinige Nutzungsrecht an Entwürfen, auch wenn sie nicht die für einen Urheberrechtsschutz erforderliche „Schöpfungshöhe“ erreichen. Die Übertragung von Nutzungsrechten bedarf der Schriftform.
6. Ohne schriftliche Zustimmung der Agentur, darf insbesondere von der Agentur entwickelte und/oder von Drittanbietern hinzugezogene Software nicht dekompiert, rückassembliert und/oder auf sonstige Weise verwertet werden.
7. Mit der Ablieferung der Arbeiten durch die Agentur und mit der Entrichtung des vertraglich vereinbarten Entgelts durch den Auftraggeber, werden dem Auftraggeber Nutzungsrechte im vertraglich vereinbarten

Umfange an dem Urheberwerk eingeräumt. Soweit nichts anderes vereinbart ist, erfolgt grundsätzlich nur die Einräumung eines nur einfachen Nutzungsrechts im Sinne des Urheberrechtsgesetzes an dem überlassenen Werk. Die Agentur bleibt in jedem Falle, auch wenn sie dem Auftraggeber ein ausschließliches Nutzungsrecht einräumt, berechtigt, Original und diesbezügliche Entwurfsleistungen zu vervielfältigen und diese im Rahmen der Eigenwerbung als Referenz zu verwenden.

8. Soweit nicht etwas anderes vereinbart ist, ist es dem Auftraggeber ausdrücklich untersagt, ohne vorherige schriftliche Zustimmung der Agentur Dritten Nutzungs- und/oder sonstige Rechte an dem überlassenen Urheberwerk – gleich in welcher Form – einzuräumen bzw. zu übertragen.
9. Das Werk darf nur für den vereinbarten Zweck und Umfang sowie die vereinbarte Dauer verwendet werden.
10. Bei unberechtigter Nutzung, Veränderung, Umgestaltung und/oder Weitergabe eines Entwurfes – egal ob in herkömmlicher oder digitalisierter Form – ist die Agentur berechtigt, eine Vertragsstrafe in Höhe des vereinbarten oder mangels Vereinbarung, des üblichen Nutzungshonorars vom Auftraggeber zu fordern. Die Geltendmachung eines weitergehenden Schadensersatzes bleibt hiervon unberührt.

§ 5 Vergütung

1. Die Gesamtvergütung der Agentur errechnet sich u.a. aus folgenden kostenpflichtigen Leistungen:
 - Anfertigung von Entwürfen und Fotografien
 - Einräumung von Nutzungsrechten
 - Herstellung von Reinzeichnungen (reprofähige Vorlagen) zzgl. Nebenkosten.
2. Für die Berechnung der einzelnen Teilvergütungen sind folgende Faktoren maßgeblich:
 - Art und Umfang der von der Agentur erbrachten Leistungen
 - Art und Umfang der eingeräumten Nutzungsrechte zugunsten des Auftraggebers
3. Sofern die Parteien die Vergütungsfrage nicht bereits durch ein verbindliches Angebot der Agentur regeln, das zum Gegenstand des Vertrages wird, wird die Vergütung auf der Grundlage des AGD Vergütungstarifvertrages für Design (AGD/SDSt) in der jeweils gültigen Fassung mit der Maßgabe berechnet, dass der Stundensatz der Agentur nicht unterschritten werden darf und als Mindestentgelt für jeden Auftrag geschuldet ist.
4. Die Erstellung von Vorlagen und Entwürfen sowie sämtliche sonstige Tätigkeiten der Agentur, sind kostenpflichtig und werden nach Zeitaufwand auf der Grundlage ihres Stundensatzes gesondert abgerechnet, wenn nicht ausdrücklich etwas anderes vereinbart wird. Dies gilt insbesondere für Sonderleistungen wie z.B. Autokorrekturen, Recherchen und Analysen, Entwicklungen von produktbezogenen Designkonzeptionen, Design- und Produktberatungen, Colorierungen und Farbstellungen, Umarbeiten oder Änderungen von Reinzeichnungen, Manuskriptstudium, Auftrags- und Drucküberwachung sowie Fahrt- und Besprechungszeiten etc.
5. Auslagen für technische Nebenkosten, insbesondere für die Anfertigung von Reproduktionen, Mustern und Ausdrucken sind vom Auftraggeber in der nachgewiesenen Höhe zu erstatten.
6. Reisekosten und Spesen, die im Zusammenhang mit der Durchführung der Arbeiten außerhalb des Geschäftssitzes der Agentur entstehen, werden gesondert in Rechnung gestellt. Für die Benutzung des eigenen Pkw kann die Agentur 0,50 EUR/km in Ansatz bringen; bei Bahn- oder Flugreisen gilt die Inanspruchnahme der 2.Klasse bzw. Economyklasse als genehmigt.
7. Alle Preise der Agentur sind in der Währung Euro (EUR) gestellt und verstehen sich zzgl. der jeweils geltenden gesetzlichen Mehrwertsteuer.

§ 6 Fälligkeit der Vergütung

1. Die Vergütung ist mit Ablieferung der Arbeiten und Rechnungsstellung zur sofortigen Zahlung fällig. Sofern nicht ein anderes bestimmt ist, ist die Rechnung spätestens binnen einer Zahlungsfrist von 7 Tagen ab Rechnungsdatum ohne Abzug zu begleichen, ansonsten treten die gesetzlichen Rechtsfolgen des Zahlungsverzuges ein.
2. Werden die bestellten Arbeiten in Teilen abgenommen, so ist ein entsprechendes Teilhonorar jeweils bei Abnahme des Teils und Rechnungsstellung i.S.v. Ziff.1 fällig.
3. Für den Fall des Verzugs sind Verzugszinsen in Höhe von 8%-Punkten über den jeweiligen Basiszinssatz ab Fälligkeit geschuldet. Im Übrigen ist die Agentur

Allgemeine Geschäftsbedingungen der Firma carl & friends advertising gmbh

berechtigt, für jedes Mahnschreiben eine Bearbeitungsgebühr in Höhe von 10.- EUR in Rechnung zu stellen.

4. Die Agentur ist berechtigt, auf die vereinbarten Leistungen einen angemessenen Vorschuss vom Auftraggeber, in umfangreichen Angelegenheiten bis zu 100% des Auftragswertes, in allen anderen Angelegenheiten bis zu 50% des Auftragswertes, einzufordern.

§ 7 Mitwirkung des Auftraggebers

1. Soweit es für die Vertragserfüllung nützlich oder erforderlich ist, ist der Auftraggeber verpflichtet, die Agentur bei der Vertragsdurchführung zu unterstützen. Der Auftraggeber hat insbesondere alle Voraussetzungen in seiner Betriebssphäre zu schaffen, die zur ordnungsgemäßen Erbringung der Leistungen der Agentur erforderlich sind. Hierzu zählen u.a.

- die Benennung einer Kontaktperson im Unternehmen, die den Mitarbeitern der Agentur während der vereinbarten Arbeitszeit zur Verfügung steht, wobei die Kontaktperson ermächtigt ist, rechtsverbindliche Erklärungen abzugeben, die für die Fortführung des Auftrages als Zwischenentscheidungen notwendig sind,

- Übermittlung und Zurverfügungstellung der Informationen, die für die Umsetzung des Auftrages erforderlich sind,

- rechtzeitiges und im erforderlichen Umfang Zurverfügungstellung von Mitarbeitern, Arbeitsräumen, Telekommunikationseinrichtungen, Daten und Schnittstellen, EDV-Umfeld,

- Mitwirkung bei Abnahmen, Tests etc.

2. Kommt der Auftraggeber den Mitwirkungspflichten nicht nach, ist die Agentur berechtigt, dem Auftraggeber angemessene Fristen zur Mitwirkung zu setzen und im Falle des Fristablaufs auf Kosten des Auftraggebers nach eigenem Ermessen die notwendige Selbstvornahme zu veranlassen.

3. Sollte die Agentur von der Selbstvornahme absehen und der Auftraggeber auch nach weiterer Fristsetzung seiner Mitwirkungspflicht nicht nachkommen, steht der Agentur ein außerordentliches Kündigungsrecht des Vertrages zu.

§ 8 Abnahme

1. Der Auftraggeber hat die von der Agentur abgelieferten Arbeiten entsprechend den handelsrechtlichen Vorschriften (§§ 377, 378 HGB) durch qualifizierte Mitarbeiter unverzüglich, spätestens zwei Tage nach Erhalt, insbesondere vor einer Weiterverarbeitung zu untersuchen und Mängel unverzüglich schriftlich gegenüber der Agentur unter genauer Beschreibung des Mangels zu rügen.

2. Unterbleibt die unverzügliche Mängelanzeige, gilt das Werk als abgenommen und vom Auftraggeber akzeptiert. Gleiches gilt, wenn einzelne Teile des Werkes oder des Auftrages abgenommen werden.

§ 9 Haftung und Gewährleistung

1. Mit der Freigabe von Entwürfen, Grafiken oder Reinzeichnungen durch den Auftraggeber, übernimmt dieser die Verantwortung für deren Richtigkeit. Für die vom Auftraggeber freigegebenen Entwürfe, Texte, Grafiken und Reinzeichnungen entfällt jede Haftung.

2. Unwesentliche bzw. unerhebliche Abweichungen in Farbe (bis +/- 10%), Gestaltung oder in sonstiger durch den Herstellungs-/Weiterverarbeitungsprozess veranlasster Form, stellen keinen Sachmangel dar und berechtigen nicht zur Beanstandung.

3. Der Auftraggeber hat nach Abnahme des Urheberwerkes, einen ggfs. bereits in Gang gesetzten Herstellungs- bzw. Weiterverarbeitungsprozess unverzüglich einzustellen, sollte er einen bis dahin versteckten Mangel an dem Urheberwerk entdecken.

4. Die Agentur haftet nur für eigenes Verschulden und nur beschränkt auf Vorsatz oder grobe Fahrlässigkeit sowie unbeschränkt bei der Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit. Im Übrigen beschränkt sich die Haftung der Agentur auf die Verletzung von Hauptleistungspflichten aus dem Vertrag. Eine Haftung wegen leichter Fahrlässigkeit wird generell ausgeschlossen. Ansprüche des Kunden nach dem Produkthaftungsgesetz bleiben von dieser Regelung unberührt.

5. Die Haftungsbeschränkungen nach dieser Vorschrift gelten sowohl für vertragliche als auch deliktische Ansprüche gegen die Agentur und gelten entsprechend auch für gesetzliche Vertreter und Erfüllungsgehilfen der Agentur.

6. Ein ggfs. bestehender Schadensersatzanspruch des Auftraggebers wird der Höhe nach beschränkt auf den Auftragswert.

7. Bei berechtigten Beanstandungen ist die Agentur unter Ausschluss anderer Ansprüche des Auftraggebers nach ihrer Wahl zur Nachbesserung oder Lieferung eines mangelfreien Urheberwerkes in angemessener Frist verpflichtet. Sollte die Nacherfüllung der Agentur unzumutbar sein, gelten die einschlägigen werkvertraglichen Vorschriften des BGB zur Lösung bzw. Rückabwicklung des Vertrages entsprechend.

8. Mängel eines Teils der gelieferten Ware berechtigen nicht zur Beanstandung der gesamten Lieferung, es sei denn, dass eine Teillieferung für den Auftraggeber unbrauchbar ist. Mängel an Teilaufträgen berechtigen nicht zur Annullierung des ganzen Auftrages oder anderer erteilter, aber noch nicht erledigter Aufträge.

9. Die Agentur übernimmt keine Haftung für die Einhaltung der Bestimmungen des gewerblichen Rechtsschutzes, insbesondere des Wettbewerbsrechts, des Marken- und Urheberrechts, des Datenschutzgesetzes sowie sonstiger für die Werbung relevanter Regelungen. Die Agentur wird den Auftraggeber jedoch bei rechtlichen Bedenken schriftlich auf die bestehenden Risiken hinweisen. Auf Wunsch wird die Agentur im Namen und auf Rechnung des Auftraggebers die rechtliche Konformität eines Designs oder Kennzeichens oder beabsichtigter Werbemaßnahme durch anwaltliche Beratung sicherstellen lassen. Der Auftraggeber hat die Agentur in diesem Fall von den anfallenden Rechtsberatungskosten freizustellen.

10. Die Agentur haftet nicht für die marken- und geschmacksmusterrechtliche Eintragungsfähigkeit ihrer Entwürfe und sonstigen Designarbeiten.

11. Soweit die Agentur im Namen des Auftraggebers lediglich Unteraufträge vergibt, haftet sie – wegen ihrer bloßen Vertreterstellung – für mangelhafte Leistungen der Werbemittelproduzenten nicht. Sollte die Mitwirkung der Agentur bei der Durchsetzung von Gewährleistungsrechten des Auftraggebers gegenüber dem Werbemittelproduzenten erforderlich werden, wird sie den Auftraggeber hierbei unterstützen.

12. Sofern die Agentur nicht ausdrücklich zugesichert hat, dass bei Fotoarbeiten abgebildete Personen oder die Inhaber der Rechte an den abgebildeten Werken der bildenden oder angewandten Kunst ihre Einwilligung zu einer Bildveröffentlichung erteilt haben, obliegt die Einholung der im Einzelfall notwendigen Einwilligung Dritter oder die Erwirkung von Veröffentlichungsgenehmigungen bei Sammlungen, Museen etc., dem Auftraggeber.

13. Die Agentur übernimmt keine Haftung für die Art der Nutzung von Bildern. Der Auftraggeber ist dafür verantwortlich, dass durch die Art der Nutzung keine Persönlichkeitsrechte, Urheberrechte oder sonstige Rechte Dritter verletzt werden.

14. Der Auftraggeber versichert, dass er zur Verwendung aller der Agentur übergebenen Vorlagen/Bilder berechtigt ist und diese Vorlagen/Bilder von Rechten Dritter frei sind. Sollte der Auftraggeber entgegen dieser Versicherung nicht zur Verwendung berechtigt sein oder sollten die Vorlagen/Bilder nicht frei von Rechten Dritter sein, so stellt der Auftraggeber die Agentur im Innenverhältnis von allen Ersatzansprüchen Dritter frei. Die Agentur übernimmt keine Haftung für die Verletzung von Rechten Dritter, wenn dies im Zusammenhang mit Vorlagen/Bildern geschieht, die der Auftraggeber ihr übergeben hat.

§ 10 Sonderregelungen über den Umgang mit Dateien und Software

1. Die Agentur ist nicht verpflichtet, die ihren Arbeiten zugrundeliegenden Dateien oder Layouts, die am Computer erstellt wurden, an den Auftraggeber herauszugeben.

2. Wünscht der Auftraggeber die Herausgabe dieser Dateien und Layouts im elektronischen Format, so ist dies schriftlich festzuhalten und gesondert zu vergüten. Die Agentur übernimmt nach Herausgabe der Daten keine Haftung für deren Richtigkeit, Vollständigkeit und zukünftige Funktionalität. Computerdateien dürfen nur mit Zustimmung der Agentur geändert werden.

3. Überlässt der Auftraggeber der Agentur Datenträger und/oder Dateien, übernimmt die Agentur für deren Erhaltung keine Gewährleistung. Der Auftraggeber ist für die Sicherheit der auf Datenträger befindlichen Daten zuständig und hat vor Übergabe eine entsprechende Datensicherung vorzunehmen. Soll die Datensicherung durch die Agentur erfolgen, bedarf dies einer ausdrücklichen schriftlichen Übernahmebestätigung durch die Agentur. Die entstehenden Kosten trägt der Auftraggeber.

4. Die Agentur behält sich das Recht vor, Daten und Software vor Beginn der Arbeit an Computer, Computersystemen, Software oder Daten in maschinenlesbarer Form zu sichern. Die hierdurch entstehenden Kosten trägt der Auftraggeber.

§ 11 Lieferung, Gefahrübergang

1. Soll das Werk oder die Ware versendet werden, geht die Gefahr auf den Auftraggeber über, sobald die Sendung an die den Transport durchführende Person übergeben worden ist.

2. Liefertermine sind nur gültig, wenn sie schriftlich vereinbart werden.

3. Gerät die Agentur in Lieferverzug, hat der Auftraggeber zunächst eine angemessene Nachfrist zu gewähren. Nach fruchtlosem Ablauf der Nachfrist kann der Auftraggeber vom Vertrag zurücktreten.

4. Betriebsstörungen – sowohl im Betrieb der Agentur als auch in dem eines Zulieferers – oder Fälle höherer Gewalt, berechtigen erst dann zur Kündigung des Vertrages, wenn dem Auftraggeber ein weiteres Abwarten nicht mehr zugemutet werden kann. Anderenfalls verlängert sich die vereinbarte Lieferfrist um die Dauer der Verzögerung. Eine Haftung der Agentur für den Verzögerungsschaden wird für diese Fälle ausgeschlossen.

§ 12 Eigentumsvorbehalt

Die gelieferten Waren bleiben bis zur vollständigen Bezahlung aller zum Zeitpunkt der Auslieferung bestehenden offenen Forderungen, einschließlich Nebenkosten und Zinsen, Eigentum der Agentur.

§ 13 Kündigung des Vertrages

1. Kündigt der Auftraggeber den Vertrag vorzeitig, gelten hinsichtlich der Abwicklung des Vertrages grundsätzlich die werkvertraglichen Vorschriften des BGB (§§ 631 ff. BGB).

2. Die Agentur ist im Falle der vorzeitigen Beendigung des Auftrages durch den Auftraggeber berechtigt, entsprechend gem. § 649 BGB vorzugehen oder ihren bis dahin angefallenen Aufwand abzurechnen und darüber hinaus einen pauschalierten Schadensersatz für die durch die Bearbeitung des Auftrags entstandenen Kosten und den entgangenen Gewinn in Höhe von 25% des Auftragswertes geltend zu machen. Dem Auftraggeber bleibt der Nachweis eines geringeren Schadens in diesem Fall vorbehalten.

3. Für den Fall der außerordentlichen Kündigung des Vertrages durch die Agentur mangels Mitwirkung des Auftraggebers an der Vertragserfüllung i.S.v. § 7, gilt § 13 Ziff.2 mit der Maßgabe entsprechend, dass § 649 BGB keine Anwendung findet.

4. Die Kündigung bedarf der Schriftform.

§ 14 Aufrechnungs- und Zurückbehaltungsrecht

Gegen Ansprüche der Agentur kann der Auftraggeber nur mit unbestrittenen oder rechtskräftig festgestellten Ansprüchen aufrechnen. Dem Auftraggeber steht die Geltendmachung eines Zurückbehaltungsrechts nur wegen Gegenansprüchen aus diesem Vertrag zu.

§ 15 Exportkontrolle

Auch ohne gesonderten Hinweis der Agentur hat der Auftraggeber im Zweifel davon auszugehen, dass sämtliche Waren ausfuhrgenehmigungspflichtig sind. Der Auftraggeber verpflichtet sich, erforderliche Export- und Importgenehmigungen und –lizenzen auf eigene Kosten einzuholen. Der Auftraggeber ist verpflichtet, bei abweichendem Lieferungsadressaten diesen über bestehende Gesetze und Bestimmungen zu informieren.

§ 16 Sonstige Bestimmungen

1. Änderungen und Ergänzungen der mit diesen AGB verbundenen Regelungen sowie besondere Vereinbarungen sind nur dann rechtswirksam, wenn sie von der Agentur schriftlich bestätigt werden.

2. Sämtliche Rechtsbeziehungen zwischen den Vertragsparteien unterliegen dem Recht der Bundesrepublik Deutschland unter Ausschluss des UN-Kaufrechts.

3. Als Erfüllungsort und Gerichtsstand gilt Kassel/ Deutschland als vereinbart.

4. Sollten einzelne Bestimmungen dieser AGB aus irgendeinem Grunde rechtsunwirksam oder undurchführbar sein oder werden, so wird hiervon die Wirksamkeit der übrigen Bestimmungen nicht berührt. In diesem Falle sowie bei lückenhaften Bedingungen gilt das bei Vertragsschluss von den Vertragspartnern Gewollte.

Kassel, den 14.01.2011

carl & friends advertising GmbH