

Einheitliche Geschäftsbedingungen für Werbe-, Druck und Kommunikationsprojekte der GTM Werbung UG, im folgenden „Agentur“ genannt.

1. Allgemeines

Für sämtliche Geschäfte zwischen dem Kunden und der Agentur gelten ausschließlich diese, Einheitlichen Geschäftsbedingungen. Entgegenstehende Geschäftsbedingungen des Kunden sind nur dann wirksam, wenn sie von der Agentur ausdrücklich und schriftlich anerkannt werden. Von diesen, Einheitlichen Geschäftsbedingungen abweichende oder diese ergänzende Vereinbarungen bedürfen der Schriftform. Sollten einzelne Bestimmungen dieser, Einheitlichen Geschäftsbedingungen unwirksam sein, so berührt dies die Verbindlichkeit der übrigen Bestimmungen und der unter ihrer Zugrundelegung geschlossenen Verträge nicht. Die unwirksame Bestimmung ist durch eine wirksame, die ihr in Sinn und Zweck am nächsten kommt, zu ersetzen.

2. Vertragsabschluss

(1) Die Angebote der Agentur sind freibleibend. Der Kunde ist an seinen Auftrag gebunden. Aufträge des Kunden gelten erst durch schriftliche Auftragsbestätigung der Agentur als angenommen, sofern die Agentur nicht – etwa durch Tätigwerden auf Grund des Auftrages – zu erkennen gibt, dass sie den Auftrag annimmt.

(2) Durch das angenommene Angebot entsteht ein Vertrag zwischen dem Auftraggeber und der Agentur, der nicht vor der Fertigstellung und Bezahlung der gelieferten Leistung endet, mit Ausnahme einer schriftlichen Zustimmung durch die Agentur. Auch bei Vorliegen einer solchen Zustimmung entbindet das den Kunden nicht von der Bezahlung der bis dahin erbrachten Leistungen und angefallenen Kosten.

3. Leistung und Honorar

(1) Wenn nichts 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.

(2) 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 erwachsenden Barauslagen, die über den üblichen Geschäftsbetrieb hinausgehen (z.B. für Botendienste, außergewöhnliche Versandkosten oder Reisen) sind vom Kunden zu ersetzen.

(3) Wenn abzusehen ist, dass die tatsächlichen Kosten die von der Agentur schriftlich veranschlagten um mehr als 20 Prozent übersteigen, wird die Agentur den Kunden auf die höheren Kosten hinweisen. Die Kostenüberschreitung gilt als vom Kunden genehmigt, wenn der Kunde nicht binnen fünf Werktagen nach diesem Hinweis schriftlich widerspricht und gleichzeitig kostengünstigere Alternativen bekannt gibt.

4. Subunternehmer

(1) Die Agentur ist berechtigt, Teile des Auftrages oder auch den gesamten Auftrag von Subunternehmern durchführen zu lassen, wenn ihr das für die ordnungsgemäße Ausführung des Auftrages zweckmäßig erscheint.

(2) Die Auswahl von Subunternehmern obliegt der Agentur, sie ist nicht verpflichtet, Subunternehmer bekannt zu geben. Die Agentur ist für das Ergebnis des Subunternehmers in dem Ausmaß verantwortlich, wie sie es für eigene Ergebnisse ist. Der Kunde ist nicht berechtigt, Subunternehmer, die er durch die Agentur kennen gelernt hat, direkt zu beschäftigen. Dies gilt insbesondere, aber nicht ausschließlich, für freiberufliche Mitarbeiter, die für die Agentur arbeiten. Dieser Beschäftigungsausschluss gilt für 2 Jahre nach Abschluss des Auftrages.

5. Urheberrechte und Nutzungsrechte

(1) Für Grafikdesign- und Texter-Aufgaben und andere urheberrechtlich relevante Leistungen ist jeder der Agentur erteilte Auftrag ein Urheberwerkvertrag, der auf Einräumung von Nutzungsrechten an den Werkleistungen gerichtet ist. Alle Entwürfe, Reinzeichnungen und fertige Texte unterliegen dem Urheberrechtsgesetz. Die Bestimmungen des Urheberrechtsgesetzes gelten zwischen den Parteien auch dann, wenn die erforderlichen Schutzvoraussetzungen im Einzelfall nicht gegeben sein sollten. Damit stehen der Agentur insbesondere die urheberrechtlichen Ansprüche zu.

(2) Die Entwürfe und fertigen Arbeitsergebnisse dürfen ohne ausdrückliche Bewilligung der Agentur weder im Original noch bei der Reproduktion verändert werden. Jede Nachahmung – auch von Teilen – ist unzulässig. Ein Verstoß gegen diese Bestimmungen berechtigt die Agentur, ein Vertragsstrafe in Höhe der doppelten vereinbarten Vergütung zu verlangen. Ist eine solche Vergütung nicht vereinbart, gilt eine Vertragsstrafe von 1000 EUR.

(3) Die Agentur überlässt dem Auftraggeber die für den jeweiligen Zweck erforderlichen Nutzungsrechte. Soweit nichts anderes vereinbart wurde, wird jeweils nur ein einfaches Nutzungsrecht übertragen. Eine Übertragung der Nutzungsrechte durch den Auftraggeber an Dritte bedarf der vorherigen schriftlichen Vereinbarung zwischen Auftraggeber und Agentur. Es werden dem Auftraggeber nur Nutzungsrechte, nicht jedoch Eigentumsrechte übertragen.

(4) Führt eine Projektpräsentation nicht zu einem Auftrag, so kann die Agentur die eingebrachten Ideen, Konzepte und Entwürfe ohne Rücksprache andersweitig verwenden. Die Weitergabe von Präsentationsunterlagen, Ideen, Konzepten und Entwürfen an Dritte sowie deren Veröffentlichung, Vervielfältigung oder sonstige Verbreitung ist ohne ausdrückliche und schriftliche Zustimmung der Agentur nicht zulässig.

(5) Vorschläge und Weisungen des Auftraggebers oder seiner Mitarbeiter und Beauftragten haben keinen Einfluss auf die Höhe der Vergütung. Sie begründen kein Miturheberrecht.

(6) Die Nutzungsrechte gehen erst nach vollständiger Zahlung durch den Auftraggeber auf diesen über.

(7) 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.

(8) Von allen vervielfältigten Arbeiten überlässt der Auftraggeber der Agentur bis zu zehn einwandfreie Muster unentgeltlich. Die Agentur ist berechtigt, diese Muster und Vervielfältigungen für Ihre Zwecke zu nutzen.

(9) 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.

(10) Die Agentur ist nicht verpflichtet, Daten, Programme oder Layouts, die am Computer erstellt wurden, an den Auftraggeber herauszugeben. Wünscht der Auftraggeber die Herausgabe von Computerdaten, ist dies gesondert zu vereinbaren und zu vergüten. Hat die Agentur dem Auftraggeber Computerdaten zur Verfügung gestellt, dürfen diese nur mit vorheriger Zustimmung durch die Agentur verändert werden.

7. Genehmigung und Freigabe

(1) Alle Leistungen der Agentur (insbesondere alle Vorentwürfe, Texte, Skizzen, Reinzeichnungen, Bürstenabzüge, Blaupausen und Farbabdrücke) sind vom Kunden zu überprüfen und – wenn keine andere Frist vereinbart wurde – binnen fünf Werktagen freizugeben. Bei Stillschweigen gelten sie als vom Kunden genehmigt.

(2) Die Abnahme darf nicht aus gestalterisch-künstlerischen Gründen verweigert werden. Im Rahmen des Auftrages besteht Gestaltungsfreiheit.

(3) Für ein freigegebenes Werk entfällt jede Haftung der Agentur.

8. Termine

(1) Die Agentur bemüht sich, die vereinbarten Termine einzuhalten. Die Nichteinhaltung der Termine berechtigt den Kunden allerdings erst dann zur Geltendmachung der ihm gesetzlich zustehenden Rechte, wenn er der Agentur eine Nachfrist von mindestens 14 Tagen gewährt hat. Diese Frist beginnt mit dem Zugang eines Mahnschreibens an die Agentur.

(2) Eine Verpflichtung zur Leistung von Schadenersatz aus dem Titel des Verzugs besteht nur bei Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit der Agentur. Unabwendbare oder unvorhersehbare Ereignisse – insbesondere Verzögerungen bei Auftragnehmern der Agentur – entbinden die Agentur jedenfalls von der Einhaltung des vereinbarten Liefertermins.

9. Mitwirkungspflicht des Auftraggebers

Erfordert der Auftrag die Mitwirkung des Auftraggebers, so ist dieser verpflichtet, der Agentur rechtzeitig Unterlagen und Informationen zur Verfügung zu stellen.

10. Zahlung

(1) Sofern nicht anders vereinbart oder anders auf der Rechnung ausgewiesen, sind Rechnungen innerhalb von 14 Kalendertagen fällig. Bei verspäteter Zahlung gelten die gesetzlichen Verzugszinsen als vereinbart.

(2) Gelieferte Waren bleiben bis zur vollständigen Bezahlung Eigentum der Agentur, Nutzungsrechte gelten erst bei vollständiger Bezahlung.

11. Haftung

(1) Die Agentur verpflichtet sich, den Auftrag mit größtmöglicher Sorgfalt auszuführen, insbesondere auch ihr überlassene Vorlagen, Bilder, Datenträger, Filme, Displays, Layouts etc. sorgfältig zu behandeln.

(2) Die Agentur ist nicht haftbar für Fehler im Ergebnis, wenn keine grobe Fahrlässigkeit oder Vorsatz von ihrer Seite vorliegt (insbesondere haftet sie nicht für typographische Fehler in Texten, wenn nicht ausdrücklich und schriftlich im Angebot ein „100-prozentig fehlerfreier Text“ angeboten wurde – und daher der zusätzliche Aufwand für mehrfaches Korrekturlesen abgedeckt, sowie die dafür nötige Zeit und Risikokalkulation im Projekt eingepreist wurde. Fehlerfrei sind alle Texte, die laut aktueller Auflage des Duden oder vergleichbaren Werken zulässig sind). Ein über den Materialwert hinausgehender Schadenersatz ist ausgeschlossen.

(3) Für die Einhaltung der gesetzlichen, insbesondere der wettbewerbsrechtlichen Vorschriften, auch bei den von der Agentur vorgeschlagenen Werbemaßnahmen ist der Kunde selbst verantwortlich. Er wird eine von der Agentur vorgeschlagene Werbemaßnahme erst dann freigeben, wenn er selbst sich von der wettbewerbsrechtlichen Unbedenklichkeit vergewissert hat oder wenn er bereit ist, das mit der Durchführung der Werbemaßnahme verbundene Risiko selbst zu tragen. Jegliche Haftung der Agentur, insbesondere für Prozesskosten, eigene Anwaltskosten des Kunden oder Kosten von Urteilsveröffentlichungen, sowie für allfällige Schadenersatzforderungen oder ähnliche Ansprüche Dritter, ist ausgeschlossen. Für den Fall, dass wegen der Durchführung einer Werbemaßnahme die Agentur selbst in Anspruch genommen wird, hält der Kunde die Agentur schad- und klaglos: der Kunde hat der Agentur somit sämtliche finanziellen und sonstigen Nachteile (einschließlich immaterieller Schäden) zu ersetzen, die der Agentur aus der Inanspruchnahme durch einen Dritten entstehen.

(4) Der Kunde hat allfällige Reklamationen innerhalb von fünf Werktagen nach Leistung durch die Agentur schriftlich geltend zu machen und zu begründen. Im Fall berechtigter und rechtzeitiger Reklamationen steht dem Kunden nur das Recht auf Verbesserung der Leistung durch die Agentur zu. Bei gerechtfertigter Mängelrüge werden die Mängel in angemessener Frist behoben, wobei der Auftraggeber dem Auftragnehmer alle zur Untersuchung und Mängelbehebung erforderlichen Maßnahmen ermöglicht. Das Vorliegen des Mangels zum Übergabezeitpunkt ist vom Auftraggeber zu beweisen, die Beweislastumkehr ist ausgeschlossen. Schadenersatzansprüche des Kunden, insbesondere wegen Verzugs, Unmöglichkeit der Leistung, positiver Forderungsverletzung, Verschuldens bei Vertragsabschluss, mangelhafter oder unvollständiger Leistung, Mängelfolgeschadens oder wegen unerlaubter Handlungen sind ausgeschlossen, soweit sie nicht auf Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit der Agentur beruhen.

12. Erfüllungsort und Gerichtsstand

Als Gerichtsstand für alle sich unmittelbar zwischen der Agentur und dem Kunden ergebenden Streitigkeiten wird das für den Sitz der Agentur örtlich und sachlich zuständige Gericht vereinbart. Die Agentur ist jedoch auch berechtigt, ein anderes, für den Kunden zuständiges Gericht anzurufen.