

# Allgemeine Geschäftsbedingungen der Werbeagentur Makro Chroma Joest & Volk OHG

Stand: 2.1.2008

Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB) der Makro Chroma Joest und Volk OHG, nachfolgend „Agentur“ genannt.

## § 1 Sachlicher Geltungsbereich

1. Die nachfolgenden Geschäftsbedingungen gelten für sämtliche gegenwärtige und künftige Geschäftsbeziehungen der Agentur mit ihrem Vertragspartner (nachfolgend „Kunde“).
2. Die Agentur erbringt Leistungen einer klassischen Werbedesign-Agentur, wie Konzeption, Entwurf, Gestaltung, Planung und Durchführung von verkaufsfördernden Maßnahmen.
3. Abweichende Bestimmungen sind nur wirksam, wenn sie schriftlich vereinbart oder von der Agentur schriftlich bestätigt worden sind. Anders lautenden Regelungen, insbesondere in Allgemeinen Geschäftsbedingungen des Kunden, wird ausdrücklich widersprochen.
4. Diese AGB gelten nur gegenüber Unternehmern, juristischen Personen des öffentlichen Rechts sowie öffentlich-rechtlichen Sondervermögen.

## § 2 Gültigkeit

- 6 Wochen nach Abgabe eines Angebotes behalten wir uns das Recht vor, Preise für Leistungen zu überprüfen und ggf. anzupassen.

## § 3 Aufrechnung, Zurückbehaltungsrecht

1. Gegen Forderungen der Agentur kann der Kunde nur mit unbestrittenen oder rechtskräftig festgestellten Gegenansprüchen aufrechnen.
2. Ein Zurückbehaltungsrecht kann der Kunde nur wegen unmittelbar aus diesem Vertrag herrührender Gegenansprüche geltend machen. Dem Kunden steht die Geltendmachung eines Zurückbehaltungsrechts oder eines Leistungsverweigerungsrechts nur wegen unbestrittener oder rechtskräftig festgestellter Gegenansprüche zu.

## § 4 Termine und Fristen

1. Der Kunde trägt die Verantwortung einer rechtzeitigen Auftragsvergabe, die stets angemessene Nachbesserungsfristen der Entwürfe berücksichtigen muss.
2. Verbindliche Liefertermine verschieben sich jeweils um die Verzögerungen, die sich durch den Kunden ergeben.

## § 5 Urheberrecht, Nutzungsrechte, Daten

*Hinweis: Das geistige Eigentum an kreativen Leistungen wie z. B. Konzepten, Fotos, Werbetexten, Programm-Codes ist per Gesetz (Urheberrechtsgesetz) geschützt. Das heißt, dass ein Urheberrecht mit Erbringung einer kreativen Leistung per Gesetz entsteht. Es ist daher auch im Interesse des Kunden, hier eindeutige rechtswirksame Vereinbarungen zu treffen.*

1. Um für unsere Kunden Rechtssicherheit herzustellen, übertragen wir die Nutzungsrechte an den zur Nutzung ausgewählten Kreativ-Leistungen mit vollständiger Bezahlung auf den Kunden, und zwar in dem Umfang, wie dies im Angebot beschrieben oder im Auftrag dem Sinn nach vereinbart ist. Alle Rechte für ungenutzte Kreativ-Leistungen (verworfenen Entwürfe) verbleiben bei der Agentur.
2. Erweiterungen des Nutzungsumfanges, die vom Angebot nicht ausdrücklich erfasst werden, erfordern die Zustimmung des Urhebers und sind gegebenenfalls honorarpflichtig. Letzteres gilt im Besonderen bei nachträglicher Erweiterung der Nutzung in Form von Auslandsnutzung, Weitergabe oder Verkauf an Dritte, Nutzung in einem weiteren Unternehmen, Abwandlungen für neue Medien und dem Sinn nach anderen „neuen“ Nutzungen. Gegen eine pauschale Gebühr können die uneingeschränkten, zeitlich und örtlich unbegrenzten und auch exklusiven Nutzungsrechte erworben werden, soweit keine Rechte Dritter enthalten sind. Eine solche Vereinbarung bedarf grundsätzlich der Schriftform.
3. Bilder aus dritten Bildarchiven sowie Texte, Animationen und Programm-codes von Drittanbietern dürfen grundsätzlich nur im vereinbarten Umfang genutzt werden. Soweit dies nicht ausdrücklich anders vereinbart ist, kaufen wir diese immer nur für den jeweils bekannten Verwendungszweck an. Der Kunde haftet dafür, dass die von ihm gestellten Bild- und Textdaten mit entsprechenden Nutzungsrechten ausgestattet sind.
4. Nach Abschluss und Bezahlung der Arbeiten erhält der Kunde eine CD oder DVD mit den verwendeten offenen Kundendateien. Bei den Dateien handelt es sich um Arbeitsdateien, die in keinem Fall ungeprüft zur Produktion weitergegeben werden dürfen. Übergebene Daten dürfen grundsätzlich nur nach fachkundiger Prüfung und Freigabe der Inhalte zur Produktion genutzt werden. Die fachkundige Prüfung auf Produktionstauglichkeit ist nicht Aufgabe der Agentur, wenn die Produktion nicht durch die Agentur angeboten wird. Für Fehler, die sich aus der Produktion mit diesen Daten ergeben, haften wir nur, wenn wir diese Daten jeweils im Einzelfall für genau den Verwendungszweck, die Auflage, den Termin, das Produktionsverfahren und die ausgewählten Materialien schriftlich freigegeben haben. Die Überprüfung und Erstellung verbindlicher Proofs wird entsprechend nach Aufwand berechnet.

5. Es besteht keinerlei Pflicht der Agentur für weitergehende Speicherung der Zwischenschritte oder der endgültigen Daten. Die Übergabe der Daten ist in keinem Fall ein Nachweis für die Übertragung weiterführender Nutzungsrechte.
6. Die Agentur hat das Recht, alle ihre Arbeiten zu eigenen Werbezwecken zu nutzen und urheberrechtlich zu kennzeichnen. Die Kennzeichnung hat so klein und so unauffällig wie möglich zu erfolgen.

## § 6 Verantwortung für Inhalte

1. Die Verantwortung für die inhaltliche und sachliche Richtigkeit sowie Rechtschreibung und Festlegung der Schreibweisen liegt ausschließlich beim Kunden.
2. Der Kunde verpflichtet sich, bei der Auswahl des inhaltlichen, sachlichen und sonstigen Informationsgehalts geltendes Recht zu beachten und dafür Sorge zu tragen, dass weder allgemeine Schutzgesetze, Strafgesetze, Ordnungsvorschriften noch Rechte Dritter (insbesondere gewerbliche Schutzrechte, wie Patent-, Marken-, Kennzeichen-, Namens- oder Persönlichkeitsrechte) gleich welcher Art verletzt werden. Der Kunde ist verpflichtet, die Agentur von Ansprüchen Dritter aufgrund der von ihm vorgegebenen Inhalte freizustellen, es sei denn, der Kunde hat diese nicht zu vertreten.
3. Mit seiner Freigabe des Musters erklärt der Kunde die endgültige Richtigkeit und übernimmt die Verantwortung für verbliebene Fehler, sofern es sich nicht um versteckte Mängel handelt.
4. Für Fehler, die nach der Freigabe auftreten und nicht in den Verantwortungsbereich des Kunden fallen, haftet die Agentur im Rahmen ihrer AGB.

## § 7 Gewährleistung

1. Die Haftung der Agentur erstreckt sich auf eine dem Stand der Technik entsprechende Mangelfreiheit der Produkte. Die Haftung ist ausgeschlossen bei Schäden, die durch Reparaturen oder sonstige Arbeiten Dritter entstehen, die von der Agentur nicht ausdrücklich genehmigt wurden.
2. Die Verjährungsfrist der Mängelansprüche bei neu hergestellten Sachen und Werkleistungen beträgt ein Jahr ab Abnahme, sofern es sich nicht um Werkleistungen an einem Bauwerk handelt. §§ 634a Abs. 1 Nr. 3 und Abs. 3 BGB bleiben unberührt.
3. Der Kunde hat die Ware/Werkleistung unverzüglich nach Erhalt – soweit dies nach ordnungsgemäßen Geschäftsgänge tunlich ist – auf Mangelfreiheit und Vollständigkeit zu überprüfen. Erkennbare Mängel sind der Agentur unverzüglich, d. h. innerhalb einer Woche nach Eingang der Ware/Werkleistung oder – wenn sich der Mangel erst später zeigt – innerhalb einer Woche nach Entdeckung schriftlich anzuzeigen. Unterlässt der Kunde die rechtzeitige Mängelanzeige, gilt die Ware/Werkleistung als vertragsgemäß geliefert. Im übrigen gilt § 377 HGB entsprechend.
4. Die gesetzliche Haftung der Agentur ist auf die Nacherfüllung beschränkt, d. h. nach ihrer Wahl Mangelbeseitigung oder Ersatzlieferung.
5. Schadensersatzansprüche wegen Mängeln der Ware oder Werkleistung sind auf den in § 9 Nr. 2 bestimmten Umfang beschränkt. §§ 444, 639 BGB bleiben unberührt.

## § 8 Toleranzen und Farbabweichungen

Im branchenüblichen Umfang und in Abhängigkeit von den Produktionsmethoden müssen entsprechende geringfügige Toleranzen und Farbabweichungen hingenommen werden.

## § 9 Haftungsbeschränkung

1. Die Haftung der Agentur für Schäden, die nicht an der Ware selbst entstanden sind, und für sonstige Vermögensschäden ist ausgeschlossen.

Sämtliche in diesen AGB aufgeführten Haftungsbeschränkungen gelten nicht:

- a) bei Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit der Agentur, eines gesetzlichen Vertreters oder Erfüllungsgehilfen;
- b) in den Fällen der Verletzung des Lebens, Körpers oder der Gesundheit;
- c) bei Schäden, die durch das Fehlen einer Beschaffenheit entstanden sind, die die Agentur garantiert hat;
- d) bei Ansprüchen nach dem Produkthaftungsgesetz.

2. Bei der Verletzung wesentlicher Vertragspflichten haftet die Agentur bei Sach- und Vermögensschäden begrenzt auf den Ersatz des vertragstypischen, vorhersehbaren Schadens, sofern dieser durch die Agentur, einen gesetzlichen Vertreter oder Erfüllungsgehilfen einfach fahrlässig verursacht wurde.

## § 10 Gerichtsstand

Gerichtsstand ist der Sitz der gewerblichen Niederlassung der Agentur, sofern der Kunde Kaufmann i.S.d. HGB ist.

## § 11 Anwendbares Recht

Für sämtliche Rechtsbeziehungen zwischen der Agentur und dem Kunden gilt ausschließlich das für die Rechtsbeziehungen inländischer Parteien maßgebliche deutsche Recht.

## § 12 Salvatorische Klausel

Die teilweise oder vollständige Unwirksamkeit einzelner Bestimmungen dieser AGB berührt nicht die Wirksamkeit der übrigen Regelungen des Vertrages.