

ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN

1. Gegenstand und Geltungsbereich

1.1 Die nachstehenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) gelten für alle Rechtsgeschäfte der

Blood Actvertising GmbH

nachstehend in Kurzform "Agentur" genannt, mit ihren Vertragspartnern, nachstehend in Kurzform "Kunde" genannt, insbesondere für Dienstleistungen und/oder Werke auf dem Gebiet der Werbung. Die jeweils konkrete Art der Dienstleistungen und Werke ergibt sich aus der von der Agentur entwickelten Konzeption, dem Angebot, den Aktionsvorschlägen bzw. den Projektaufträgen.

1.2 Diese AGB sind Bestandteil jedes abgeschlossenen Vertrages, soweit nichts abweichendes schriftlich vereinbart ist.

1.3 Diese AGB gelten auch für alle zukünftigen Geschäftsbeziehungen mit dem Kunden, ohne dass eine erneute ausdrückliche Einbeziehung erforderlich ist.

1.4 Von diesen AGB abweichende Geschäftsbedingungen des Kunden sowie Änderungen und Ergänzungen dieser AGB sind nur gültig, soweit sie von der Agentur schriftlich anerkannt sind. Dies gilt auch, wenn den Geschäfts- und/oder Lieferbedingungen des Kunden nicht ausdrücklich widersprochen worden ist.

2. Präsentationen

2.1 Die Entwicklung konzeptioneller und gestalterischer Vorschläge durch die Agentur sowie deren Vorstellung erfolgt, sofern keine andere Vereinbarung getroffen worden ist, gegen Zahlung eines gesonderten Präsentationshonorars.

2.2 Wird nach einer Präsentation kein Auftrag erteilt, so bleiben alle Leistungen, insbesondere die Präsentationsunterlagen und die darin enthaltenen Entwürfe, Werke, Ideen, etc. Eigentum der Agentur. Der Kunde ist nicht berechtigt, dieses Material - sei es urheberrechtlich geschützt oder nicht -, gleich in welcher Form, zu nutzen, zu bearbeiten oder als Grundlage zur Herstellung eigenen Materials zu nutzen. Falls es nicht zur Auftragserteilung kommt, hat der Kunde alle in seinem Besitz befindlichen Präsentationsunterlagen unverzüglich an die Agentur zurückzugeben.

2.3 Falls kein Auftrag erteilt wird, bleibt es der Agentur unbenommen, die präsentierten Ideen, Werke, Entwürfe, etc. für andere Projekte und Kunden zu verwenden.

2.4 Die Weitergabe von Präsentationsunterlagen und Angeboten an Dritte sowie deren Veröffentlichung, Vervielfältigung, Verbreitung oder sonstige Nutzung durch den Kunden oder seiner Bevollmächtigten verpflichten den Kunden zur Honorarzahlung in Höhe der betreffenden Leistung. Diese orientiert sich an dem Angebot der Agentur oder, sofern ein solches noch nicht vorliegt, an den marktüblichen Konditionen. Bezüglich einzelner Bestandteile beträgt sie mindestens: Für Fotografien die Beträge gemäß den jeweils gültigen Bildhonoraren der Mittelstandsgemeinschaft Foto-Marketing (MFM), für Textbestandteile die Beträge der Deutschen Journalistinnen- und Journalisten Union (dju), für Designs die Beiträge des Vergütungstarifvertrages zwischen dem Verein Selbständiger Design-Studios (SDSt) und der Allianz deutscher Designer (AGD). Sämtliche Urheber- und Nutzungsrechte an den von der Agentur im Rahmen der Präsentation

vorgelegten Arbeiten verbleiben bei der Agentur, sofern die Parteien nichts Abweichendes schriftlich vereinbart haben.

3. Vergütung, Kostenvoranschläge

3.1 Die Abrechnung erfolgt, soweit nichts anderes ausdrücklich vereinbart ist, nach tatsächlichem Aufwand auf der Grundlage der Stundensätze der Agentur, die sich aus der jeweils gültigen Preisübersicht ergeben.

3.2 Kostenvoranschläge und Kalkulationen sind nicht verbindlich. Überschreitungen der vorläufigen Kalkulation oder des Kostenvoranschlags von mehr als 15 % werden dem Kunden angezeigt.

4. Fremdleistungen

+ 4.1 Fremdleistungen- und Nebenkosten, wie die Kosten für die Einschaltung von Fotografen, Stylisten, Designern u.ä. sowie Aufwendungen für Telefon, Telefax, Kurier, Reisespesen u.ä. sind gegen Nachweis gesondert zu vergüten, wenn nicht ausdrücklich eine andere Vereinbarung getroffen wurde.

4.2 Die Agentur ist berechtigt, alle zur Auftragserfüllung erforderlichen Fremdleistungen im Namen und für Rechnung des Kunden zu vergeben. Die Agentur ist diesem Falle lediglich Vertreter und reicht die Rechnungen nach Prüfung auf sachliche und rechnerische Richtigkeit an den Kunden zur Bezahlung weiter.

4.3 Für die Koordination von Fremdleistungen im Sinne der Ziffer 4 berechnet die Agentur eine Provision von 15 % auf sämtliche Fremdleistungen, sofern nichts Abweichendes vereinbart wurde.

5. Treuebindung

+ 5.1 Die Treuebindung der Agentur gegenüber dem Kunden verpflichtet die Agentur zu einer objektiven, auf die Zielsetzung des Kunden ausgerichteten Beratung sowie einer dementsprechenden Auswahl dritter Unternehmen, z.B. für Produktionsvorgänge. Sofern der Kunde sich ein Mitspracherecht nicht ausdrücklich vorbehalten hat, erfolgt die Auswahl Dritter eigenständig durch die Agentur unter Beachtung des Grundsatzes eines ausgewogenen Verhältnisses von Wirtschaftlichkeit und bestmöglichem Erfolg im Sinne des Kunden.

5.2 Von der Agentur eingeschaltete freie Mitarbeiter oder Dritte sind Erfüllungs- oder Verrichtungsgehilfen der Agentur. Der Kunde verpflichtet sich, diese Mitarbeiter im Laufe der auf den Abschluss des Projekts folgenden 12 Monate ohne Mitwirkung der Agentur weder unmittelbar noch mittelbar mit Projekten zu beauftragen.

5.3 Die Agentur ist zur Geheimhaltung aller ihr bei der Zusammenarbeit bekannt gewordenen Geschäftsgeheimnisse des Kunden verpflichtet.

6. Datenschutz

6.1 Die Agentur ist befugt, die ihr im Rahmen der Zweckbestimmung der Beauftragung anvertrauten Daten unter Einhaltung der gesetzlichen Datenschutzbestimmungen zu verarbeiten und/oder durch Dritte verarbeiten zu lassen.

7. Eigentums-, Urheber- und Nutzungsrechte

7.1 Sämtliche von der Agentur angefertigten Entwürfe, Zeichnungen, Druckvorlagen, Konzepte, Ideen etc. sind urheberrechtlich geschützte Werke i.S.d. § 2 UrhG, und zwar selbst dann, wenn diese nicht den Erfordernissen des § 2 UrhG genügen. Sämtliche Leistungen der Agentur dürfen deshalb nicht ohne Zustimmung der Agentur genutzt, bearbeitet oder geändert werden. Jede Nachahmung, auch die von Teilen von

Entwürfen, Zeichnungen, Druckvorlagen, Konzepten, Ideen etc., ist unzulässig. Bei Zuwiderhandlung verpflichtet sich der Kunde, der Agentur ein branchenübliches Honorar zu zahlen. Bezüglich einzelner Bestandteile beträgt sie mindestens: Für Fotografien die Beträge gemäß den jeweils gültigen Bildhonoraren der Mittelstandsgemeinschaft Foto-Marketing (MFM), für Textbestandteile die Beträge der Deutschen Journalistinnen- und Journalisten Union (dju), für Designs die Beiträge des Vergütungstarifvertrages zwischen dem Verein Selbständiger Design-Studios (SDSt) und der Allianz deutscher Designer (AGD). Darüber hinausgehende Ansprüche bleiben unberührt.

7.2 Im Falle einer Rechteübertragung richtet sich deren Umfang in räumlicher, zeitlicher und inhaltlicher Hinsicht ausschließlich nach den vertraglichen Vereinbarungen bzw. dem Vertragszweck; § 31 Abs. 5 UrhG findet entsprechende Anwendung. Die Rechte gehen erst mit vollständiger Zahlung des Gesamtauftrages auf den Kunden über. Die Übertragung eingeräumter Nutzungsrechte an Dritte und/oder Mehrfachnutzungen sind, soweit nicht anderweitig geregelt, honorarpflichtig und bedürfen der Einwilligung der Agentur.

+ 7.3 Soweit nicht anderweitig vereinbart, werden von der Agentur nur Nutzungsrechte für Deutschland eingeräumt. Beabsichtigt der Kunde, die von der Agentur gestalteten Werbemittel im Ausland zu nutzen, so wird der Kunde mit der Agentur hierfür ein Sonderhonorar vereinbaren. Kommt diese Vereinbarung nicht zustande, so gilt ein Lizenzhonorar von 15% auf die Netto-Schaltkosten oder – nach Wahl der Agentur – auf den Einsatzwert der Werbemittel ("paid media": TV, Kino, Radio, Print, Out-of-Home, Ambient und jeglicher Form der Online-, Mobile- und Social-Media Werbung") als vereinbart.

+ 7.4 Eine gesonderte Honorarabsprache ist ebenfalls zu treffen, wenn der Kunde Werbeideen, die eine geistige, künstlerische oder sonstige werbetechnische Schöpfung der Agentur oder von ihr beauftragter Dritter darstellen bzw. enthalten, außerhalb oder nach Beendigung der vertraglich eingeräumten Nutzungsrechte nutzt. Kommt diese Vereinbarung nicht zustande, so gilt ein Lizenzhonorar von 15% auf die Netto-Schaltkosten oder – nach Wahl der Agentur – auf den Einsatzwert der Werbemittel ("paid media": TV, Kino, Radio, Print, Out-of-Home, Ambient und jeglicher Form der Online-, Mobile- und Social-Media Werbung") als vereinbart.

7.5 Über den Umfang der Nutzungen steht der Agentur ein Auskunftsanspruch zu.

7.6 Bei Veröffentlichungen wird die Agentur in üblicher Form als Urheber genannt, sofern die Agentur nicht einzelne Urheber namentlich benennt.

7.7 Die Agentur darf die von ihr entwickelten Werbemittel angemessen und branchenüblich signieren und die von ihr erbrachten Leistungen und geschaffenen Arbeiten zu Zwecken der Eigenwerbung nutzen, insbesondere auf der eigenen Webseite veröffentlichen. Der Auftraggeber ist mit seiner Nennung ggf. auch unter Verwendung seiner Firmen und Markenkennzeichen einverstanden.

7.8 Das Eigentum an den Arbeitsergebnissen der Agentur geht erst mit vollständiger Bezahlung des Auftrages auf den Kunden über.

8. Verwertungsgesellschaften

8.1 Der Kunde ist verpflichtet, etwaig bestehende Ansprüche von Verwertungsgesellschaften (z.B. Gema) und die ggf. anfallenden Abgaben der Künstlersozialkasse zu tragen. Werden diese Ansprüche von der Agentur für den Kunden im Wege der Verauslagung bedient, hat der Kunde der Agentur die verauslagten Zahlungen zu erstatten.

9. Ansprechpartner

9.1 Die der Agentur vom Kunden benannten Ansprechpartner müssen insbesondere im Hinblick auf die Freigabe von Etats, Kostenvoranschlägen, Texten und sonstigen Abstimmungsvorgängen zeichnungsberechtigt sein.

Einschränkungen der Zeichnungsberechtigung müssen vom Kunden rechtzeitig schriftlich mitgeteilt werden.

10. Konkurrenzausschluss

10.1 Die Agentur verpflichtet sich, den Kunden über mögliche Konkurrenzkonflikte mit anderen Kunden zu informieren und gewährt auf Verlangen Konkurrenzausschluss für einzelne festzulegende Produkt- und Dienstleistungsbereiche.

10.2 Mit der Einräumung eines Konkurrenzausschlusses durch die Agentur korrespondiert die Verpflichtung des Kunden, während des ungekündigten Vertrages mit der Agentur im Bereich des Vertragsgegenstandes keine Agenturen für Werbung gleichzeitig mit der Beratung, Planung, Gestaltung und Durchführung des vertragsgegenständlichen Projekts zu beauftragen.

11. Rechnungen, Aufrechnungen

+ 11.1 Die Agentur ist berechtigt, dem Kunden Abschlagszahlungen über bereits erbrachte Teilleistungen in Rechnung stellen, ohne dass diese Teilleistungen in einer für den Kunden nutzbaren Form vorliegen müssen.

11.2 Bei einem Rücktritt des Kunden von einem Auftrag vor Beginn des Projektes, finden §§ 615, 649 BGB sinngemäß Anwendung.

11.3 Die vereinbarten Preise verstehen sich jeweils zuzüglich gesetzlicher Umsatzsteuer in der jeweils geltenden Höhe.

11.4 Rechnungen sind innerhalb von 14 Tagen nach Rechnungsdatum ohne jeden Abzug zahlbar. Gegenüber Unternehmern werden nach Ablauf von 14 Tagen nach Rechnungsdatum Zinsen in gesetzlicher Höhe berechnet. Die Geltendmachung eines darüber hinausgehenden Verzugsschadens wird durch diese Regelung nicht berührt.

+

11.5 Einwendungen gegen Rechnungen von der Agentur sind sofort nach Rechnungserhalt, spätestens jedoch nach 2 Wochen ab Rechnungszugang zu erheben, ohne dass hierdurch aber die Fälligkeit berührt wird. Die Unterlassung rechtzeitiger Einwendungen gilt als Genehmigung.

11.6 Die Aufrechnung mit Gegenansprüchen oder Geltendmachung eines Zurückbehaltungsrechtes ist nur zulässig, wenn die Ansprüche des Kunden nicht bestritten werden oder rechtskräftig festgestellt sind.

12. Lieferung, Lieferfristen

12.1 Lieferfristen bzw. Liefertermine sind nur verbindlich, wenn sie als solche ausdrücklich als verbindlich vereinbart wurden, wenn der Kunde etwaige Mitwirkungspflichten (z.B. Bereitstellen von Informationen bzw. Unterlagen, Erstellung von Leistungskatalogen, Freigaben) ordnungsgemäß erfüllt hat und wenn sie von der Agentur schriftlich bestätigt worden sind.

12.2 Falls die Agentur mit ihren Leistungen in Verzug gerät, ist ihr zunächst eine angemessene Nachfrist zu setzen. Erst nach fruchtlosem Ablauf dieser Nachfrist kann der Kunde vom Vertrag zurücktreten. Der Kunde kann Ersatz des Verzugsschadens nur bis zur Höhe des Auftragswertes (Eigenleistung ausschließlich Vorleistung und Material) verlangen.

12.3 Bei Eintritt unvorhergesehener Hindernisse, die außerhalb des Machtbereichs der Agentur liegen, verlängert sich die Lieferfrist, soweit die Hindernisse auf die Lieferung der Leistungen von erheblichem Einfluss sind. Die Lieferfrist verlängert sich entsprechend der Dauer solcher Maßnahmen und Hindernisse. Die Agentur wird dem Kunden den Eintritt und das voraussichtliche Ende derartiger Hindernisse unverzüglich mitteilen und auf Nachfrage geeignete Nachweise vorlegen. Ein Schadensersatzanspruch des Kunden gegenüber der Agentur wird dadurch nicht begründet.

12.4 Kommt der Kunde mit der Annahme der Leistung in Verzug oder unterlässt bzw. verzögert der Kunde eine ihm obliegende Mitwirkung, so kann die Agentur den entstandenen Leistungsausfall nach Maßgabe der jeweils gültigen Preisliste in Rechnung stellen.

13. Haftung und Versand

13.1 Wegen Verletzung vertraglicher und außervertraglicher Pflichten, insbesondere wegen Unmöglichkeit, Verzug, Verschulden bei Vertragsanbahnung und unerlaubter Handlung haftet die Agentur – auch für ihre Angestellten und Erfüllungsgehilfen – nur in Fällen des Vorsatzes und der groben Fahrlässigkeit, beschränkt auf den bei Vertragsschluss voraussehbaren, vertragstypischen Schaden. Diese Beschränkungen gelten nicht bei schuldhaftem Verstoß gegen wesentliche Vertragspflichten (Kardinalpflichten), beim Fehlen zugesicherter Eigenschaften, in Fällen zwingender Haftung nach dem Produkthaftungsgesetz sowie bei Verletzung des Körpers, des Lebens oder der Gesundheit.

+ 13.2 Die Prüfung von Rechtsfragen, insbesondere aus dem Bereich des Urheber-, Wettbewerbs- und Markenrechts, ist nicht Aufgabe der Agentur. Die Agentur haftet deshalb nicht für die rechtliche Zulässigkeit des Inhalts und/oder der Gestaltung der Arbeitsergebnisse. Auf Wunsch des Kunden lässt die Agentur die rechtliche Zulässigkeit prüfen, wobei die Agentur keine Haftung für das Ergebnis der rechtlichen Prüfung übernimmt. Die durch die rechtliche Prüfung entstehenden Kosten werden vom Kunden übernommen. Die Agentur haftet auch nicht für die in der Werbung enthaltenen Sachaussagen über Produkte und Leistungen des Kunden.

13.3 Wird die Agentur von Dritten aufgrund der Gestaltung und/oder des Inhalts des Arbeitsergebnisses auf Unterlassung, Auskunft oder Schadensersatz in Anspruch genommen, stellt der Kunde die Agentur von der Haftung auf erstes Anfordern frei. Gleiches gilt für die Kosten der Rechtsverteidigung.

+ 13.4 Der Versand von Unterlagen erfolgt auf eigene Gefahr des Kunden. Dies gilt auch dann, wenn die Versendung innerhalb des gleichen Ortes oder durch Mitarbeiter bzw. Fahrzeuge von der Agentur erfolgt. Die Agentur ist berechtigt, aber nicht verpflichtet, Lieferungen im Namen und für Rechnung des Kunden zu versichern.

14. Schlussbestimmungen

14.1 Erfüllungsort für Lieferung und Zahlung sowie Gerichtsstand für alle Streitigkeiten zwischen den Vertragsparteien ist Hamburg, soweit der Kunde Kaufmann, juristische Person des öffentlichen Rechts oder öffentlich-rechtliches Sondervermögen ist. Der Gerichtsstand gilt auch für andere als die eben genannten Personen, wenn der Kunde keinen allgemeinen Gerichtsstand im Inland hat, sofort der Kunde nach Vertragsschluss seinen Wohn- und/oder Geschäftssitz aus dem Inland verlegt oder sein Wohn- und/oder Geschäftssitz oder gewöhnlicher Aufenthalt zum Zeitpunkt der Klageerhebung nicht bekannt ist.

14.2 Änderungen oder Ergänzungen von Aufträgen sowie dieser AGB bedürfen der Schriftform. Dies gilt auch für die Aufhebung dieses Schriftformerfordernisses.

14.3 Sollte eine Bestimmung dieser AGB ganz oder teilweise unwirksam sein oder ihre Rechtswirksamkeit zu einem späteren Zeitpunkt verlieren, so wird hierdurch die Gültigkeit der übrigen Bestimmungen nicht berührt. Die unwirksame Bestimmung wird von den Vertragsparteien einvernehmlich durch eine Bestimmung ersetzt, die dem wirtschaftlichen Sinn und Zweck der unwirksamen Bestimmung in rechtswirksamer Weise am nächsten kommt. Die vorstehende Regelung gilt entsprechend bei Regelungslücken.

14.4 Soweit nicht anders vereinbart, ist – auch auf Vertragsverhältnisse mit ausländischen Kunden – deutsches Recht unter Ausschluss des CISG anwendbar.