

**markenzeichen gruppe GmbH & Co.KG****Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB) für alle Leistungen der Agentur.****Gilt für alle im Impressum und auch für die dort im Haftungsausschuss aufgeführten Gesellschaften.**

Stand Juni 2021

**1. Geltungsbereich der AGB**

**1.1** Für alle Leistungen und Lieferungen der Markenzeichen Agentur für Marketing-Kommunikation GmbH (nachfolgend: Agentur) an ihre Kunden gelten die nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen (im Weiteren: AGB), soweit der Kunde Unternehmer (§ 14 BGB), eine juristische Person des öffentlichen Rechts oder ein öffentlich-rechtliches Sondervermögen ist.

**1.2** Die AGB gelten auch für alle zukünftigen, der ersten Einbeziehung dieser AGB folgenden Leistungen und Lieferungen der Agentur an den Kunden, auch wenn bei diesen Folgeaufträgen nicht nochmals ausdrücklich auf die Geltung der AGB hingewiesen wird.

**1.3** Die AGB gelten ausschließlich. Abweichende, entgegenstehende oder ergänzende Allgemeine Geschäftsbedingungen des Kunden werden nur dann und insoweit Vertragsbestandteil, als die Agentur in ihre Geltung ausdrücklich mindestens in Textform eingewilligt hat. Dieses Einwilligungserfordernis gilt in jedem Fall, beispielsweise auch dann, wenn die Agentur in Kenntnis der Allgemeiner Geschäftsbedingungen des Kunden die Leistung / Lieferung an den Kunden vorbehaltlos ausführt.

**1.4** Im Einzelfall getroffene, individuelle Vereinbarungen mit dem Kunden (einschließlich Nebenabreden, Ergänzungen und Änderungen) haben in jedem Fall Vorrang vor diesen AGB. Für den Inhalt derartiger Vereinbarungen ist, vorbehaltlich des Gegenbeweises, ein schriftlicher Vertrag bzw. die schriftliche Bestätigung der Agentur maßgebend.

**1.5** Rechtserhebliche Erklärungen und Anzeigen des Kunden in Bezug auf den Vertrag (z.B. Fristsetzung, Mängelanzeige, Rücktritt oder Minderung), sind schriftlich, d.h. in Schrift- oder Textform (z.B. Brief, E-Mail, Telefax) abzugeben. Gesetzliche Formvorschriften und weitere Nachweise insbesondere bei Zweifeln über die Legitimation des Erklärenden bleiben unberührt.

**1.6** Hinweise auf die Geltung gesetzlicher Vorschriften haben nur klarstellende Bedeutung. Auch ohne eine derartige Klarstellung gelten daher die gesetzlichen Vorschriften, soweit sie in diesen AGB nicht unmittelbar abgeändert oder ausdrücklich ausgeschlossen werden.

**1.7** Die Agentur ist berechtigt, diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen nachträglich einseitig gegenüber bestehenden Geschäftsbeziehungen zu ändern, soweit dies zur Anpassung an veränderte Gesetzgebung oder Rechtsprechung erforderlich ist. Über eine Änderung wird der Kunde unter Mitteilung des Inhalts der geänderten Regelungen an die zuletzt bekannte E-Mail-Adresse des Kunden informiert. Die Änderung wird Vertragsbestandteil, wenn der Kunde nicht binnen sechs Wochen nach Zugang der Änderungsmitteilung der Einbeziehung in das Vertragsverhältnis der Agentur gegenüber in Schrift- oder Textform widerspricht. Der Kunde wird bei Fristbeginn ausdrücklich auf die

Wirkung seines Schweigens als Annahme der Vertragsänderung hinweisen und ihm wird während der Widerspruchsfrist die Möglichkeit zur Abgabe einer ausdrücklichen Erklärung eingeräumt. Widerspricht der Kunde fristgemäß, können beide Parteien das Vertragsverhältnis außerordentlich kündigen, es sei dann, dass die Agentur nicht das Vertragsverhältnis unter den alten Allgemeinen Geschäftsbedingungen fortbestehen lässt.

**2. Vertragsschluss - Leistungsumfang**

**2.1** Der Vertrag kommt zustande entweder durch die vom Kunden schriftlich und innerhalb der Bindungsdauer (siehe Ziffer 2.2 dieser AGB) erklärten Annahme des dem Kunden unterbreiteten Angebots oder durch Annahme der Agentur eines vom Kunden nach Ablauf der Bindungsdauer schriftlich unterbreiteten Angebots oder durch die Annahme des vom Kunden auf Basis eines Kostenvoranschlags schriftlich unterbreiteten Angebots (siehe Ziffer 2.3 dieser AGB).

**2.2** Die Angebote der Agentur und die darin enthaltenen Preise, auch solche für die Leistungen Dritter (Fremdleistungen), sind für den im jeweiligen Angebot aufgeführten Zeitraum bindend; dabei kann die Bindungsdauer der Preise für Fremdleistungen abweichen, insbesondere kürzer sein. Im Falle des Fehlens einer solchen individuellen Festlegung der Bindungsdauer ist das Angebot insgesamt für zwei Wochen ab Angebotsdatum bindend. Nach Ablauf der Frist ist die Agentur an das jeweilige Angebot nicht mehr gebunden.

**2.3** Erklärt der Kunde nach Ablauf der Bindungsdauer, das Angebot annehmen zu wollen, liegt darin lediglich ein Angebot des Kunden an die Agentur auf Abschluss eines Vertrages mit dem Inhalt des Angebots; die Agentur muss dieses Angebot mindestens in Textform annehmen. Erstellt die Agentur einen bloßen Kostenvoranschlag, so ist darin ein lediglich die Aufforderung an den Kunden zur Abgabe eines Angebots ihn an die Agentur, welches durch die Agentur ausdrücklich und mindestens in Textform angenommen werden muss, um einen Vertrag zu schließen. In beiden Fällen dieser Ziffer 2.2 ist die Agentur nicht zur Annahme des Kundenangebots verpflichtet.

**2.4** Der Umfang der von der Agentur zu erbringenden Leistungen ergibt sich aus der, dem jeweiligen Angebot beigefügten Leistungsbeschreibung bzw. aus dem Briefing durch den Kunden. Erfolgt das Briefing mündlich, wird der entsprechende schriftliche Kontaktbericht der Agentur, der binnen drei Werktagen von der Agentur an den Kunden zu übermitteln ist, zur verbindlichen Arbeitsunterlage für die Agentur und ist für die weitere Bearbeitung von Projekten bindend, sofern der Kunde dem Kontaktbericht nicht innerhalb einer Frist von weiteren drei Werktagen schriftlich widerspricht. In Eilfällen kann eine kürzere Widerspruchsfrist vereinbart werden. Zusätzliche und/oder nachträgliche Veränderungen der Leistungs-Beschreibung bedürfen der Schriftform.

### **3. Vertragsdurchführung – Änderung/Erweiterung – Mitwirkungspflichten des Kunden- Vorzeitiger Abbruch**

**3.1** Die Agentur ist berechtigt, die vereinbarten Leistungen bzw. Teile davon durch Dritte erfüllen zu lassen.

**3.2** Der Kunde stellt der Agentur alle benötigten Markt-, Produktions- und Verkaufszahlen, Produktinformationen sowie sonstige für die Leistung der Agentur notwendigen Informationen zur Verfügung. Die Agentur darf sich auf die Richtigkeit dieser Informationen verlassen.

**3.3** Angaben zu Erfüllungs-/Liefertermine oder -fristen sind unverbindlich, sofern nicht eine Verbindlichkeit schriftlich vereinbart bzw. schriftlich zugesagt ist. Sofern nach einer Terminierung Änderungen oder Ergänzungen der Leistungen vom Kunden beauftragt werden, können in Zweifel die vereinbarten Fristen/Termine nicht eingehalten werden.

**3.4** Soweit für die Aufgaben der Agentur von Belang, wird der Kunde die Agentur rechtzeitig in Form von Briefings über geplante Maßnahmen und die zur Verfügung stehenden Budgets sowie über Änderungen informieren.

**3.5** Ist für die Leistung der Agentur die Mitwirkung des Kunden erforderlich oder vereinbart, so verlängert sie die Erfüllungs-/Liefertermine oder -fristen um die Zeit, die der Kunde seiner Verpflichtung nicht nachkommt. Ist gemäß Auftragsverarbeitungsvertrag eine Frist für Freigabe oder Widerspruch benannt, so verlängert sich der Erfüllungstermin/Liefertermin im Zweifel um diese Frist. Der Kunde erteilt insbesondere seine Freigaben und Zustimmungen so rechtzeitig, dass die Arbeitsabläufe der Agentur und der Zeitplan nicht beeinträchtigt werden und die Agentur in der Lage ist, Folgearbeiten pünktlich ohne Mehrkosten und Qualitätseinbußen zu erbringen. Mehrkosten und Zeitverschiebungen aufgrund verspäteter Mitwirkung, Freigaben und/oder Zustimmungen gehen zu Lasten des Kunden.

**3.6** Sofern die Agentur keine ausreichenden Informationen erhält und deshalb die Beratung nicht im verabredeten Umfang oder vereinbarten Zeitplan durchgeführt werden kann, bleibt der Kunde zur vollständigen Zahlung der verabredeten Vergütung verpflichtet.

**3.7** Beendet der Kunde, gleich aus welchem Grund, den Auftrag vorzeitig - einschließlich vor Beginn der Auftragsbearbeitung (Storno) -, stellt die Agentur ihre bereits erbrachten Leistungen bzw. vergeblichen Aufwendungen sowie die entstandenen Kosten für Fremdleistungen und 15 % des eigenen Netto-Auftragswertes in Rechnung. Ein Anspruch auf Beginn oder Fertigstellung der Arbeiten der Agentur entfällt. Der Kunde hat die Möglichkeit nachzuweisen, dass der Agentur kein oder ein geringerer Schaden entstanden ist.

### **4. Höhere Gewalt - Annahmeverzug**

**4.1** Liefer- und Leistungsverzögerungen aufgrund höherer Gewalt und aufgrund von außergewöhnlichen und unvorhersehbaren Ereignissen, welche auch durch äußerste Sorgfalt von der Agentur nicht verhindert werden können und welche die Agentur nicht zu vertreten haben (hierzu gehören insbesondere Streiks, behördliche oder gerichtliche Anordnungen und Fälle nicht richtiger oder nicht ordnungsgemäßer Selbstbelieferung trotz dahingehenden Deckungsgeschäfts), berechtigten die Agentur

dazu, die Lieferung um die Dauer des behindernden Ereignisses zu verschieben, oder Mehrkosten geltend zu machen, um nach Absprache mit dem Kunden das rechtliche oder faktische Hindernis zu überwinden. Dies gilt auch für Themen, die sich aus dem Auftragsverarbeitungsvertrag ergeben.

**4.2** Kommt der Kunde mit der Annahme der vereinbarten Leistungen / Dienste in Verzug, hat die Agentur nach Setzung einer angemessenen Nachfrist zusätzliche zum Anspruch auf Zahlung das Recht, wahlweise einen neuen Liefer- bzw. Leistungstermin zu bestimmen oder vom Vertrag durch Erklärung mindestens in Textform dem Kunden gegenüber zurückzutreten und Schadensersatz wegen Verzug oder wegen Nichterfüllung zu beanspruchen. Während des Annahmeverzugs trägt der Kunde die Gefahr des zufälligen Untergangs oder der zufälligen Verschlechterung.

### **5. Vergütung – Nebenkosten Reisekosten – sonstige Kosten**

**5.1** Der Kunde zahlt der Agentur für ihre jeweiligen Leistungen die in den jeweiligen Verträgen vereinbarte Vergütung.

**5.2** Soweit die Höhe der für Fremdleistungen anfallenden Kosten nicht bereits vertraglich vereinbart sind, wird die Agentur vor Beauftragung von Fremdleistungen eine entsprechende vorherige Zustimmung des Kunden einholen; auf Wunsch des Kunden erstellt die Agentur hierfür Kostenvoranschläge. Die Agentur ist berechtigt, für solche Fremdleistungen einen Vorschuss zu verlangen.

Für Nebenkosten (z. B. Fracht, Verpackung, Porto, Datenschutzleistungen, etc.) und Kosten von Fremdleistungen, die im Namen des Kunden beauftragt werden, erhält die Agentur eine Servicegebühr in Höhe von 15 % des Nettorechnungsbetrages; hiervon ausgenommen sind Mediakosten.

**5.3** Abgaben an Verwertungsgesellschaften (VG Wort, GEMA, usw.), nutzungsrechtliche Abgeltungen, Zollkosten sowie Künstlersozialversicherungsabgaben trägt der Kunde, auch wenn diese nachträglich erhoben werden. Sie werden nachträglich am Ende eines Kalendermonats abgerechnet, soweit nichts anderes vereinbart ist.

**5.4** Mit Auftragserteilung zahlt der Kunde einen Abschlag auf die vereinbarte Vergütung in Höhe von 30 Prozent, einen weiteren Abschlag in Höhe von 40 Prozent nach Ablauf der Hälfte der bei Vertragsschluss vereinbarten Vertragslaufzeit zu erbringenden Leistung und schließlich die restliche Vergütung von 30 Prozent nach Projektabschluss, soweit nichts anderes vereinbart ist.

**5.5** Rechnet die von der Agentur ihre erbringenden Leistungen auf Stundenhonorarbasis nach Zeitaufwand und den aktuellen Stundensätzen der beteiligten Mitarbeiter der Agentur ab, ist die Agentur berechtigt, ihre Leistungen jeweils monatlich am Ende des Monats abzurechnen, sofern nichts anderes vereinbart ist.

**5.6** Bei einem Beratungsvertrag mit festgesetzter Management Fee ist diese vom Kunden monatlich im Voraus zu zahlen. Das Beratungshonorar wird nach Ablauf von 12 Monaten überprüft und ggf. an die Marktverhältnisse bzw. die beauftragten Dienstleistungen angepasst.

**5.7** Reise- und Übernachtungskosten, die der Agentur im Rahmen der Erfüllung des Auftrages entstehen, werden nach

Aufwand und Beleg dem Kunden in Rechnung gestellt. Fahrtkosten werden ab einer Entfernung von 50 km ab dem Sitz der Agentur mit der jeweils geltenden steuerlichen Kilometerpauschale in Rechnung gestellt.

**5.8** Die in Ziffern 5.2 und 5.7 aufgeführten Kosten werden grundsätzlich nachträglich am Ende eines Kalendermonats abgerechnet, soweit nichts anderes vereinbart ist.

**5.9** Für die Agenturaufwendungen in Bezug auf das Projekt-datenschutzmanagement ist die Agentur berechtigt, in relevanten Fällen mit erhöhtem Datenschutzaufwand eine Pauschale von bis zu 1 % des Projektbudgets zu berechnen.

## **6. Zahlungsbedingungen – Verzug – Aufrechnung – Zurückbehaltung – Abtretung**

**6.1** Sämtliche Preise, die die Agentur dem Kunden anbietet, nennt oder mit ihm vereinbart, sind Nettopreise, zu denen die jeweils geltende Mehrwertsteuer hinzukommt.

**6.2** Sämtliche Rechnungen der Agentur sind innerhalb von 14 Tagen nach Rechnungsdatum ohne Abzug zur Zahlung fällig, soweit nicht ein anderes Zahlungsziel schriftlich vereinbart ist. Die Agentur behält sich das Recht vor, vom Tag der Fälligkeit an Zinsen gem. §§ 353, 352 HGB zu berechnen.

**6.3** Der Kunde kommt mit der Zahlung in jedem Fall in Verzug, wenn er nicht innerhalb von 30 Tagen nach Fälligkeit und Zugang der Rechnung oder gleichwertigen Zahlungsaufforderung bezahlt. Ab Verzugseintritt steht der Agentur ein Anspruch auf die gesetzlichen Verzugszinsen (§ 288 Abs. 2 BGB) zu. Das Recht zur Geltendmachung eines darüberhinausgehenden Schadens bleibt unberührt.

**6.4** Eine Aufrechnung oder die Geltendmachung eines Zurückbehaltungsrechts sind nur mit von der Agentur anerkannten oder rechtskräftig festgestellten Forderungen zulässig.

**6.5** Der Kunde ist nicht berechtigt, seine Ansprüche aus Verträgen mit der Agentur abzutreten.

## **7. Urheberrecht - Nutzungsrechte**

**7.1** Der Kunde erwirbt an den von der Agentur erbrachten Dienstleistungen/Werken, z.B. Bild- und Textmaterial, Software-Algorithmen, Prozesse, etc., keine Urheberrechte, sondern, sofern nichts anders vereinbart ist, die ausschließlichen, zeitlich, örtlich und inhaltlich unbegrenzten Nutzungsrechte zum vereinbarten Zweck. Die übertragenen Nutzungsrechte schließen die Befugnis ein, das Arbeitsergebnis beliebig zu bearbeiten und/oder mit anderen Werken zu verbinden. Der Kunde ist nicht berechtigt, die Nutzungsrechte ganz oder teilweise auf Dritte zu übertragen oder solche Rechte einzuräumen; dies gilt auch für Tochtergesellschaften oder verbundene Gesellschaften innerhalb eines Konzerns weiter zu übertragen. Der Kunde ist jedoch berechtigt, die Nutzungsrechte einmalig im Rahmen der Veräußerung seines Unternehmens (gleich ob im Wege des Inhaberwechsels („share deal“) oder des Verkaufs der Wirtschaftsgüter („asset deal“)) zu übertragen; der neue Inhaber bzw. Erwerber ist seinerseits nicht berechtigt, die Nutzungsrechte ganz oder teilweise weiter zu übertragen, auch nicht im Rahmen der Veräußerung des vom

Kunden erworbenen Unternehmens. Jede über die vorstehende Regelung hinausgehende Nutzung einschließlich der Übertragung der Nutzungsrechte bedarf der gesonderten vorherigen schriftlichen Zustimmung der Agentur und ist gesondert zu vergüten, sofern nichts anderes vereinbart ist.

**7.2** Zieht die Agentur zur Vertragserfüllung Dritte heran, wird sie die Nutzungsrechte an deren Leistungen im Umfang der vorstehenden Regelung 7.1 erwerben und dementsprechend dem Kunden übertragen. Sollten diese Rechte im Einzelfall in diesem Umfang nicht erhältlich oder deren Erwerb nur mit unverhältnismäßig hohen Kosten möglich sein, wird die Agentur den Kunden darauf hinweisen und nach seinen Weisungen verfahren. Dadurch entstehende Mehrkosten trägt der Kunde.

**7.3** Nicht Gegenstand der Rechteübertragung auf den Auftraggeber sind von diesem abgelehnte, abgebrochene oder nicht innerhalb von sechs Monaten nach Übergabe genutzte Leistungen der Agentur (Konzepte, Ideen, Entwürfe etc.). Diese Nutzungsrechte verbleiben bei der Agentur, ebenso die daran bestehenden Eigentumsrechte.

**7.4** Erstellt die Agentur im Rahmen ihrer vertraglichen Leistungen elektronische Programme oder Programmteile, so sind der jeweilige Quellcode und die entsprechende Dokumentation nicht Gegenstand der Rechteeinräumung an den Kunden.

**7.5** Die Übertragung der Nutzungsrechte an den Kunden und dessen Recht der Weiterübertragung und/oder Nutzungsüberlassung an Dritte gem. vorstehender Ziffern 7.1 bis 7.4 steht unter der aufschiebenden Bedingung der vollständigen Zahlung der vereinbarten Vergütung einschließlich aller Kosten und Fremdkosten.

**7.6** Sollte die Agentur Vorlagen bzw. Daten des Kunden für die Erbringung der vereinbarten Leistungen verwenden, hat der Kunde dafür Sorge zu tragen, dass diese nicht mit Rechten Dritter belastet sind, bzw. der Kunde über die erforderlichen Nutzungsrechte verfügen. Wird die Agentur vom Urheber bzw. Nutzungsrechteinhaber /-geber in Anspruch genommen wegen Verletzung der Urheber- bzw. Nutzungsrechte des Dritten, stellt der Kunde die Agentur von jedweder Haftung frei und trägt den daraus entstehenden Schaden allein.

**7.7** Der Kunde ist nicht berechtigt, eine Eintragung des Werks in marken-, gebrauchsmuster- und/oder patentrechtlicher Hinsicht vorzunehmen. Dieses Verbot ist ausnahmslos auch einem Dritten, dem Nutzungsrechte übertragen und/oder eingeräumt werden, aufzuerlegen.

**7.8** Die Agentur übernimmt keine Haftung für gesetzliche Ansprüche von Urhebern auf nachträgliche Vergütungserhöhung nach § 32, 32a UrhG; von solchen Ansprüchen stellt der Auftraggeber die Agentur auf erstes Auffordern frei.

**7.9** Der Kunde ist berechtigt, ausschließlich für den Eigenbedarf Sicherheitskopien der seinem Auftrag von der Agentur erstellten Arbeiten anzufertigen und aufzubewahren.

**7.10** Auf Verlangen der Agentur hat der Kunde mindestens in Textform Auskunft über den Umfang der Nutzung zu erteilen. Der Kunde ist ferner verpflichtet, die Agentur über jede unrechtmäßige Nutzung des Lizenzmaterials, die dem Kunden bekannt wird, zu informieren, sowie gegen einen Verletzter der gewerblichen Schutzrechte gerichtlich vorzugehen oder die Agentur dabei zu unterstützen. Werden dem Kunden Verletzungen von Nutzungs-

rechten durch die Leistungen der Agentur bekannt, z. B. durch Abmahnungen Dritter, so wird der Kunde die Agentur unverzüglich darüber mindestens in Textform informieren.

## **8. Freigabe – Mängel – Verantwortlichkeit – rechtliche Zulässigkeit**

**8.1** Die Agentur legt die von ihr erstellten Entwürfe der vereinbarten Leistungen dem Kunden vor, damit dieser die Leistungen und die darin enthaltenen sachlichen Angaben überprüfen kann; der Kunde hat die Prüfung unverzüglich, in jedem Falle aber vor einer Nutzung der Leistungen zu prüfen.

**8.2** Der Kunde hat Mängel unverzüglich nach Entdeckung zu rügen. Unterbleibt die unverzügliche Überprüfung oder Mängelanzeige, bestehen keine Gewährleistungsansprüche des Auftraggebers bezüglich offensichtlicher Mängel, bekannter Mängel oder Folgemängel.

**8.3** Gibt der Kunde die ihm vorgelegten Entwürfe frei, übernimmt er die alleinige Haftung für die Richtigkeit der sachlichen Angaben einschließlich der enthaltenen Sachaussagen über Produkte und Leistungen. Veröffentlichungen sind vom Kunden zuvor freizugeben. Nach erteilter Freigabe haftet der Kunde für sämtliche Kosten, einschließlich der Kosten der Rechtsverfolgung und Schäden, die der Agentur aufgrund der Veröffentlichungen entstehen.

**8.4** Das Risiko der rechtlichen Zulässigkeit einer Maßnahme, insbesondere im Hinblick auf die werblichen Aussagen und deren rechtliche Unbedenklichkeit sowie hinsichtlich der einem Produkt zugeschriebenen Eigenschaften, trägt der Kunde. Dies gilt auch für den Fall, dass Maßnahmen gegen Vorschriften des Wettbewerbsrechts, des Urheberrechts, des Datenschutzrechts und der speziellen Werberechtsgesetze verstoßen. Der Kunde stellt die Agentur bezüglich solcher Ansprüche Dritter und bezüglich damit in Zusammenhang stehender Rechtsverfolgungskosten frei.

## **9. Haftung – Ausschluss – Beschränkung**

**9.1** Die Agentur, ihre gesetzlichen Vertreter, Mitarbeiter sowie Erfüllungs- und Verrichtungsgehilfen haften nur für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit.

**9.2** Bei leichter Fahrlässigkeit haftet die Agentur, ihre gesetzlichen Vertreter, Mitarbeiter sowie Erfüllungs- und Verrichtungsgehilfen nur, wenn eine wesentliche Vertragspflicht (Kardinalspflicht, d.h. solche Pflichten, deren Verletzung den Vertragszweck gefährden würde und auf deren Erfüllung der Vertragspartner daher berechtigterweise vertrauen darf) verletzt wird.

**9.3** Im Fall einer Haftung aus leichter Fahrlässigkeit wird diese Haftung der Agentur, ihre gesetzlichen Vertreter sowie ihrer Erfüllungs- und Verrichtungsgehilfen wegen Pflichtverletzung und aus unerlaubter Handlung sowie für Ansprüche auf Ersatz vergeblicher Aufwendungen auf den typischen und bei Vertragsschluss vorhersehbaren Schaden begrenzt.

**9.4** Die vorgenannten Haftungsbeschränkungen gelten nicht bei vorsätzlichem Handeln oder bei Schäden aus der Verletzung von Leben, Körper und Gesundheit.

**9.5** Bei Schaltaufträgen haftet die Agentur nicht für mangelhafte Leistung der Medien (Werbeträger). Sie wird in diesen Fällen aber ihre Schadensersatz- oder Gewährleistungsansprüche an den Kunden abtreten.

**9.6** Sämtliche Gegenstände oder Informationen, die der Agentur vom Kunden zur Verfügung gestellt werden, bleiben Eigentum des Kunden. Die Agentur haftet hierfür lediglich im Rahmen der mit diesem Vertrag eingegangenen Verpflichtungen. Sofern Gegenstände oder Informationen abhanden kommen und/oder beschädigt werden, übernimmt die Agentur hierfür keine Haftung.

**9.7** Schadensersatzansprüche gegen die Agentur verjähren in einem Jahr nach dem gesetzlichen Verjährungsbeginn unbeschadet der Vorschrift des § 202 BGB.

## **10. Verschwiegenheitsverpflichtung – Rückgabe**

**10.1** Im Rahmen der Zusammenarbeit wird die Agentur bestimmte geschützte und vertrauliche Informationen vom Kunden erhalten und kann der Kunde vertrauliche Informationen von der Agentur erhalten. Als vertrauliche Informationen im Sinne dieser Vereinbarung gelten insbesondere die von jeder Partei zu Beginn eines Projekts als vertraulich gekennzeichneten Informationen. Dem jeweiligen Empfänger von vertraulichen Informationen ist bewusst, dass diese bisher weder insgesamt noch in ihren Einzelheiten bekannt oder ohne weiteres zugänglich waren, deshalb von wirtschaftlichem Wert sind, seitens der Partei durch angemessene Geheimhaltungsmaßnahmen geschützt sind und an denen ein berechtigtes Interesse an deren Geheimhaltung besteht.

**10.2** Vertrauliche Informationen sind insbesondere alle kommerziellen, finanziellen, technischen, rechtlichen, steuerlichen oder betrieblichen Informationen, einschließlich geistigen Eigentums, Know-how, die die Geschäftsführung, die Mitarbeiter der Parteien sowie mit ihr verbundenen Unternehmen (im Sinne von §§ 15 ff. AktG) betreffenden Informationen, die nicht allgemein bekannt oder zugänglich sind und die ihrem Wesen nach vertraulich sind.

**10.3** Vertraulichen Informationen können insbesondere auch Hardware, Software, Bauteilkonstruktionen, Produktinformationen, Informationen zu Fertigung, Inspektion und/oder Reparatur und Überholung, Geschäftsinformationen in Bezug auf Lieferungen, Preise, Kosten, Gewinne, Geschäftspläne und Strategien, Kunden- oder Verkäuferlisten, Rechts- oder Finanzberatung, Berichte, Analysen, Zusammenstellungen, Vermerke und alle anderen Informationen in schriftlicher, mündlicher, magnetischer, digitaler oder anderer Form sein.

**10.4** Eine Information gilt nicht als vertraulich, wenn sie zum Zeitpunkt der Kenntniserlangung durch den Empfänger bereits öffentlich bekannt oder allgemein zugänglich war oder dies zu einem späteren Zeitpunkt ohne Verstoß gegen eine Geheimhaltungspflicht wird oder danach ohne einen Verstoß gegen diese Vereinbarung öffentlich bekannt wurde; wenn sie dem Empfänger bereits vor der Offenlegung von der anderen Partei und ohne Verstoß gegen eine Geheimhaltungspflicht nachweislich bekannt waren; wenn sie vom Empfänger ohne Nutzung oder Bezugnahme auf Vertrauliche Informationen von der anderen Partei selber gewonnen wurde; oder wenn der Empfänger die betreffende Information rechtmäßig von einem Dritten erhalten hat, der keiner Geheimhaltungspflicht unterliegt.

**10.5** Die Agentur und der Kunde verpflichten sich hiermit gegenseitig, sämtliche ihnen im Zusammenhang mit dem Vertragsschluss und seiner Durchführung zugänglichen oder übermittelten Informationen und Unterlagen, die als vertraulich gekennzeichnet oder nach den sonstigen Umständen als Geschäfts- oder Betriebsgeheimnis des jeweiligen Vertragspartners erkennbar sind, geheim zu halten und sie - soweit nicht zu Erreichung des Vertragszwecks geboten - weder aufzuzeichnen, zu speichern noch weiterzugeben, weder zu verwerten noch Unbefugten zugänglich zu machen. Dies gilt auch für im Rahmen einer Präsentation von der Agentur vorgestellte Ideen, Konzepte, Entwürfe in Text und/oder Bild, solange und soweit der Kunde solche Leistungen nicht in Auftrag gegeben und vergütet hat.

**10.6** Der Empfänger darf vertrauliche Informationen nur gegenüber solchen Mitarbeitern und externen Beratern offenlegen, die aufgrund ihrer notwendigen Beteiligung am jeweiligen Projekt ein berechtigtes Interesse daran haben, Informationen über das Projekt sowie Vertrauliche Informationen zu erhalten; diese Personen sind zuvor schriftlich auf die Vertraulichkeit zu verpflichten. Eine Offenlegung gegenüber von Berufswegen zur Verschwiegenheit verpflichteten Personen wie etwa Rechtsanwälte oder Steuerberater oder in Erfüllung gesetzlicher Offenlegungspflichten stellt keine Verletzung der Verschwiegenheitspflicht dar.

**10.7** Mit Abschluss des jeweiligen Projekts sind sämtliche Vertrauliche Informationen einschließlich der sich im Besitz befindlichen Kopien und Vermerke an die andere Partei zurückzugeben oder zu vernichten, sofern nicht vereinbarte oder gesetzliche Aufbewahrungspflichten oder berufsrechtliche Standesvorschriften dem entgegenstehen. Gleiches gilt für sich auf den Datenverarbeitungs- und Computer-Systemen befindlichen vertraulichen Informationen.

**10.8** Ausgenommen von der Rückgabe-/Vernichtungs- bzw. Löschungspflicht sind - neben Vertraulichen Informationen, bzgl. derer eine Aufbewahrungspflicht gemäß vorstehender Ziffern besteht - Vertrauliche Informationen, deren Vernichtung bzw. Rückgabe technisch nicht möglich ist, z.B. da sie aufgrund eines automatisierten elektronischen Backup-Systems zur Sicherung von elektronischen Daten in einer Sicherungsdatei gespeichert wurden; hierzu zählt auch das technisch notwendige Vorhalten von Stammdaten (z.B. Personal- oder Kundennummern), welches nötig ist, um eine Verknüpfung zu den archivierten Informationen herzustellen.

## **11. Datenschutz und Wettbewerbsrecht**

**11.1** Die Parteien verpflichten sich zur Einhaltung der in der Bundesrepublik Deutschland und der Europäischen Union jeweils geltenden gesetzlichen Bestimmungen des Datenschutzes. Die Parteien werden die personenbezogene Daten der jeweils anderen Partei nur für den vertraglichen Zweck verarbeiten. Es ist ihnen untersagt, die Daten an Dritte weiterzugeben oder Dritten zugänglich zu machen, außer sie sind auf Grund gesetzlicher Vorgaben dazu verpflichtet. Diese Pflichten gelten auch nach Vertragsende.

Im Übrigen verweist die Agentur auf ihre Datenschutzerklärung unter <https://markenzeichen.de/datenschutz>.

**11.2** In Bezug auf die Verarbeitung der personenbezogenen Daten innerhalb eines Kundenprojekts wird zwischen den Parteien ein gesonderter Auftragsverarbeitungsvertrag geschlossen, der

die jeweiligen Pflichten der Parteien regeln.

**11.3** Der Kunde bestätigt, dass von ihm oder auf seine Veranlassung von Dritten an die Agentur übermittelte, personenbezogene Daten für die vereinbarten Zwecke rechtmäßig verwendet werden können. Dies bezieht sich insbesondere auf die Einwilligungsvoraussetzungen der einschlägigen Bestimmungen des Datenschutzes, des Wettbewerbsrechts, des Urheberrechts, des Kunsturheberrechts, etc.

**11.4** Der Kunde wird Daten und Programme jeweils vor Übergabe an die Agentur sichern, um bei Datenverlust die Wiederherstellung zu ermöglichen.

## **12. Schutzklausel**

Der Kunde darf außerhalb der vertraglichen Beziehungen mit der Agentur ohne deren schriftliche vorherige Zustimmung zu keinem Zeitpunkt während der Vertragsdauer und während der nachfolgenden 12 Monate direkt oder indirekt die Leistungen eines Mitarbeiters oder früheren Mitarbeiters der Agentur in Anspruch nehmen, der den Kunden während der vorausgegangenen 12 Monate im Auftrag der Agentur betreut hat.

## **13. Schriftform**

Ist in diesen AGB, im Auftrag/Vertrag, in den Kontaktberichten / Briefings oder in sonstigen vertraglichen Dokumenten von „schriftlich“ oder „Schriftform“ die Rede, so kann auch die Textform nach § 126 b BGB verwendet werden (E-Mail, Fax), wobei SMS und Mitteilung über Messenger-Dienste (WhatsApp etc.) ausgeschlossen sind.

## **14. Erfüllungsort – Gerichtsstand – Rechtswahl – Vertragssprache**

**14.1** Erfüllungsort ist der Sitz der Agentur.

**14.2** Gerichtsstand für alle Streitigkeiten aus dem Vertrag und im Zusammenhang mit der Geschäftsbeziehung ist der Sitz der Agentur.

**14.3** Es gilt das Recht der Bundesrepublik Deutschland

**14.4** Vertragssprache ist Deutsch.

## **15. Salvatorische Klausel**

**15.1** Abschluss, Änderungen und Ergänzungen von Verträgen bedürfen mindestens der Textform (siehe Ziffer 13, dieser AGB) und müssen durch einen Geschäftsführer der Agentur erfolgen.

**15.2** Die Unwirksamkeit einzelner Bestimmungen berührt die Gültigkeit der übrigen Allgemeinen Geschäftsbedingungen nicht.

**15.3** Die Unwirksamkeit einzelner Bestimmungen in den auf Basis dieser AGB geschlossenen Verträgen berührt die Gültigkeit der übrigen Bestimmungen des jeweiligen Vertrages nicht.