

## Allgemeine Geschäftsbedingungen für den Wareneinkauf und die Bestellung von Leistungen der Kruse+Company Werbeagentur GmbH

### 1. Begriffsbestimmung Geltungsbereich

- 1.1. Die Begriffe „Auftrag“, „Auftragnehmer“ und „Auftraggeber“ sind im kaufmännischen Sinn zu verstehen. „Auftrag“ bezeichnet das Vertragsverhältnis ohne Rücksicht auf den jeweiligen Vertragstyp, „Auftragnehmer“ denjenigen, der die Hauptleistung schuldet, „Auftraggeber“ denjenigen, in dessen Namen die Hauptleistung geordert wird. Die Kruse+Company Werbeagentur GmbH kauft für sich selbst oder ihren Kunden Waren ein oder bestellt Leistungen.
- 1.2. Diese Bedingungen gelten unabhängig davon, in wessen Namen Kruse+Company Werbeagentur GmbH den Vertrag abschließt (im eigenen Namen oder im Namen eines Dritten, insbesondere des Kunden). Hat der Dritte dem in seinem Namen geschlossenen Vertrag nicht zugestimmt, ist Auftraggeber Kruse+Company Werbeagentur GmbH mit allen Rechten und Pflichten.
- 1.3. Nur schriftlich erteilte Aufträge oder Auftragsänderungen sind verbindlich.
- 1.4. Abweichende und/oder zusätzliche Geschäftsbedingungen des Auftragnehmers gelten nur, soweit der Auftraggeber sie schriftlich anerkannt hat.
- 1.5. Der Auftrag ist der Agentur schriftlich durch E-Mail oder Rückfax zu bestätigen, und zwar innerhalb zweier Arbeitstage, wenn die Bedingungen vor der Auftragserteilung ausgehandelt waren, sonst unverzüglich.

### 2. Termine, Lieferfristen, Erfüllungsort

- 2.1. Vereinbarte Termine und Lieferfristen sind verbindlich. Von einem zu befürchtenden Lieferverzug muss der Auftragnehmer unverzüglich Kenntnis geben.
- 2.2. Die Lieferung ist vom Auftragnehmer auf seine Kosten und Gefahren an die angegebene Lieferanschrift, die den Erfüllungsort bezeichnet, zu senden.

### 3. Entwürfe, Mehrmengen, Auftragsänderungen

- 3.1. Entwürfe, insbesondere für alternative Lösungen, gehören zum Leistungsumfang. Mehrmengen, auch wenn produktionstechnisch bedingt, werden nicht vergütet.
- 3.2. Fordert der Auftraggeber nach Auftragserteilung z. B. durch Änderungs- und Ergänzungswünsche eine Leistung, die einen Mehraufwand des Auftragnehmers bedingt, hat dieser einen Anspruch auf zusätzliche Vergütung nur, sofern er diesen dem Auftraggeber unverzüglich schriftlich angekündigt und der Auftraggeber von der Forderung der Leistung nicht unverzüglich Abstand genommen hat.

### 4. Vereinbarte Beschaffenheit, Nacherfüllungsfrist

- 4.1. Lieferungen, die sich auf die Gestaltung oder Herstellung von Werbemitteln beziehen, müssen die gestellte Aufgabe lösen, ggf. den zur Verfügung gestellten Vorlagen und erteilten Weisungen sowie dem neuesten Stand der Technik entsprechen; sie müssen das technische, werbliche und künstlerische Niveau der Arbeitsproben aufweisen, die der Auftragnehmer vor Auftragserteilung vorgelegt hat.
- 4.2. Das gesetzliche Nacherfüllungsrecht ist zeitlich so zu bemessen, dass der Auftraggeber bei Fehlschlägen der Nacherfüllung den Auftrag noch anderweitig vergeben und die Anschlusstermine einhalten kann.
- 4.3. Im übrigen gelten die gesetzlichen Vorschriften.

## 5. Mängelrügen, Abnahmen

- 5.1. Bei Untersuchung erkennbare Mängel an Waren und an nicht vertretbaren Sachen, die aus einem vom dem Auftragnehmer zu beschaffenden Material herzustellen sind, müssen innerhalb von zwei Wochen seit Ablieferung gerügt werden. Verderbliche Ware ist unverzüglich zu untersuchen und erkennbare Mängel sind unverzüglich zu rügen.
- 5.2. Eine erforderliche Abnahme von Leistungen gilt als erfolgt, wenn sie nicht innerhalb von zwei Wochen nach Ablieferung abgelehnt wird. Bis dahin erhobene Mängelrügen sind rechtzeitig.
- 5.3. Zahlung bedeutet keinen Verzicht auf das Rügerecht.

## 6. Umsatzsteuer, Rechnung, Verpackungskosten

- 6.1. Die vereinbarten Preise verstehen sich netto, d. h. zuzüglich der gesetzlichen Umsatzsteuer.
- 6.2. Die Rechnung ist sofort nach Lieferung an die Abteilung Rechnungseingang der Agentur zu senden.
- 6.3. Verpackungskosten werden nicht erstattet.

## 7. Sonderbedingungen für Fotografen

- 7.1. Zur optimalen Umsetzung der vom Auftraggeber gebilligten Werbekonzeption kann die Agentur namens des Auftraggebers dem Auftragnehmer die das Fotomotiv mitgestaltenden Personen (insbesondere Models, Visagisten, Stylisten einschl. deren Kostüme), Requisiten, bestimmte technische Effekte (insbesondere ein bestimmtes Licht) sowie den Aufnahmeort vorschreiben. Die hierdurch veranlassten Dienst, Kauf und Mietverträge hat der Auftragnehmer im eigenen Namen und auf eigene Rechnung abzuschließen, und zwar im Rahmen der vom Auftraggeber zuvor gebilligten Kostenvoranschläge.
- 7.2. Im übrigen stellt der Auftragnehmer das für die Fotoaufnahmen erforderliche Personal und die benötigten Sachen, die er im eigenen Namen bucht bzw. einkauft oder mietet, auf seine Kosten und Gefahr. Die Vergütung für diese Leistungen hat er in seinen Preis einzukalkulieren.
- 7.3. Kann nicht fotografiert werden, weil ein vom Auftragnehmer gemäß 7.2 rechtzeitig gebuchtes Model zum Aufnahmetermin nicht erscheint, werden zusätzlich entstehende Kosten für Modelhonorar, Requisiten und Nebenkosten vom Auftragnehmer, dem etwaige Regressansprüche gegen das säumige Model zustehen, getragen.
- 7.4. Auftraggeber und Fotograf sind sich einig, dass der Auftraggeber mit Zahlung der ggf. ersten Rate der Nutzungsvergütung das Eigentum an dem gesamten vorhandenen fotografischen Aufnahmematerial (Negative, Diapositive, Zwischenegative, Abzüge usw.) und an elektronisch digitalisierten Bildvorlagen erwirbt, das bei den beauftragten Fotoarbeiten entstanden ist, und zwar für die gesamte Dauer seines Nutzungsrechts 9.1 gilt entsprechend. Auf Verlangen des Auftraggebers oder der Agentur hat der Auftragnehmer das Aufnahmematerial dem Auftraggeber oder der Agentur auszuhändigen.

## 8. Urheberrechtliche Nutzungsrechte/Leistungsschutzrechte/Rechte am eigenen Bild

- 8.1. Urheberrechtliche Nutzungsrechte und Leistungsschutzrechte des Auftragnehmers sowie das Recht zum Gebrauch des Bildnisses des Models jeweils betreffend den Vertragsgegenstand gehen mangels anderweitiger Vereinbarung mit Zahlung der Vergütung zeitlich uneingeschränkt und weltweit zur ausschließlichen Verwendung auf den Auftraggeber über. Nutzungszweck: Werblich und nichtwerblich, Erst und Mehrfachverwertungen; Nutzungsarten: Alle gedruckten Werbemittel (Anzeigen, Plakate, Beilagen, Kataloge, Broschüren, Verpackungen, sonstige gedruckte Werbemittel), Sammelwerke, Filme (TV-Spots, Kino(werbe)filme), Magnetbänder (Filmkassetten, Audio und Videokassetten), Online

und Offline-Nutzung aus elektronischen Speicherträgern (Datenbanken, CD-ROM, DAT; Internet, Multimedia); Vervielfältigungstechnik: Druck, Filmkopie, Magnetbandkopie, maschinenlesbare Erfassung, elektronische Vervielfältigung; Verbreitung: Verteilung an die Öffentlichkeit, Sendung, Aufführung, Ausstellung, Daten(fern)übertragung; Sonstige Befugnisse: Nutzung auch von Teilen des Vertragsgegenstandes (auch Ausschnittverwertung, Fotocomposing, Filmcomposing), Änderungsrecht, vollständige oder teilweise Übertragung des ausschließlichen Nutzungsrechts auf Dritte.

- 8.2. Der Auftragnehmer hat in seinem Angebot den Auftraggeber darüber zu informieren, ob und ggf. welche seiner gemäß 8.1 zu übertragenden Nutzungsrechte er auf Verwertungsgesellschaften übertragen hat.
- 8.3. Soweit abweichend von 8.1 Nutzungsrechte nicht übertragen werden sollen, kann der Auftraggeber deren Übertragung ganz oder teilweise gegen angemessene Vergütung nachträglich verlangen. Die Vergütung richtet sich soweit möglich nach dem mit dem Auftragnehmer bereits Vereinbarten, im übrigen nach den gemeinsamen Vergütungsregeln gemäß § 36 UrhG; soweit diese nicht eingreifen, ist die Vergütung vom Auftraggeber nach billigem, gerichtlich nachprüfbarem Ermessen festzusetzen.
- 8.4. Setzt der Auftragnehmer bei der Ausführung des Auftrags Mitarbeiter und/oder Subunternehmer und/oder Models ein, ist er verpflichtet, deren Nutzungsrechte in dem Umfang auf seine Kosten zu erwerben und auf den Auftraggeber zu übertragen, der in 8.1 für eigene Leistungen des Auftragnehmers vereinbart ist. Außerdem hat er diesen Personen die gleichen Pflichten für deren Leistungsbeitrag zugunsten des Auftraggebers aufzuerlegen, die er selbst für seine Leistung zu übernehmen hat.
- 8.5. Der Auftragnehmer steht dafür ein, dass an seiner vertraglichen Leistung Rechte Dritter, die den Rechtsübergang und/oder die vereinbarte Nutzung seiner Leistung beeinträchtigen (z. B. Persönlichkeitsrechte abgebildeter Personen, die der Nutzung nicht zugestimmt haben), nicht bestehen.
- 8.6. Der Auftragnehmer hat die von ihm zu übertragenden Nutzungsrechte sowohl umfassend gemäß 1. als auch beschränkt auf die Art und den Zweck der Werbemittel, für die der Vertragsgegenstand bestellt werden soll, aber im übrigen wie zu 1., anzubieten. Etwaige weitere Einschränkungen sind in einer zusätzlichen Angebotsalternative zu erklären. Das Arbeitshonorar ist gesondert auszuweisen. Geschieht dies nicht, ist es in der vereinbarten Vergütung enthalten.
- 8.7. Der Auftragnehmer ist verpflichtet, von Models eine geeignete Erklärung über die vollständige Übertragung der Nutzungsrechte unterschreiben zu lassen und der Agentur vorzulegen.
- 8.8. Der Auftragnehmer verzichtet auf die Signatur seines Werkes, darf aber vom Auftraggeber genannt werden, ohne dass dieser hierzu verpflichtet ist.

## **9. Eigentumserwerb an Illustrationen und Reproduktionsmaterial, Aufbewahrung, Sicherung, Zurückbehaltungsrecht**

- 9.1. Auftraggeber und Auftragnehmer sind sich einig, dass der Auftraggeber an Illustrationen soweit diese in dem vereinbarten Arbeitsergebnis enthalten sind sowie an dem zur Ausführung des Auftrags hergestellten oder vom Auftragnehmer beschafften Reproduktionsmaterial (z. B. Druckunterlagen wie Satz, Fotos, Lithos, Filme, elektronische Dateien usw. einschl. nicht abgelieferter Entwürfe und Sicherungskopien) mit Zahlung des Honorars Eigentum erwirbt. Ab diesem Zeitpunkt verwahrt der Auftragnehmer diese Gegenstände für den Auftraggeber sorgfältig bis zu deren Herausgabe. Nach Ablauf von sechs Monaten seit Abnahme muss der Auftraggeber die vorbezeichneten Gegenstände übernehmen, wenn der Auftragnehmer dies anbietet.

- 9.2. Der Auftragnehmer hat von jeder elektronischen Datei eine Sicherungskopie auf einem separaten Datenträger herzustellen und diesen getrennt von dem primären Datenträger während der Aufbewahrungszeit (vgl. 9.1) zu verwahren.
- 9.3. Gegenstände, die der Auftragnehmer vom Auftraggeber oder der Agentur erhält, gehen nicht in sein Eigentum über, dürfen nur zur Abwicklung des Auftrags verwendet werden, sind vom Auftragnehmer sorgfältig zu verwahren und auf erstes Verlangen zurückzugeben.
- 9.4. Der Auftragnehmer hat an den von ihm herauszugebenden Gegenständen kein Zurückbehaltungsrecht wegen Ansprüchen, die der Auftraggeber nicht anerkennt oder die nicht rechtskräftig festgestellt worden sind.

## **10. Geheimhaltung**

- 10.1. Alle dem Auftragnehmer im Zusammenhang mit dem Auftrag zugänglich werdenden Informationen und Unterlagen ebenso wie die in Auftrag gegebenen Werbemittel und die Gegenstände gemäß 9 sind auch nach Beendigung des Auftrags streng vertraulich zu behandeln, und zwar auch dann, wenn es nicht zur Ausführung des Auftrags kommt. Der Auftragnehmer darf Exemplare der vertraglichen Leistung nur mit vorheriger schriftlicher Zustimmung der Agentur zu eigenen Werbezwecken verwenden.
- 10.2. Der Auftragnehmer hat diese Geheimhaltungsverpflichtung seinen mit der Ausführung des Auftrags befassten Mitarbeitern, Unterlieferanten, Models usw. schriftlich aufzuerlegen, soweit dies zur Gewährleistung der Geheimhaltung erforderlich ist und die schriftlichen Nachweise dem Auftraggeber oder der Agentur auf deren Verlangen vorzulegen.

## **11. Keine Übertragbarkeit der Rechte des Auftragnehmers**

Die Rechte des Auftragnehmers aus dem Auftrag, insbesondere der Vergütungsanspruch, können nicht abgetreten werden.

## **12. Agenturkunde als Auftraggeber**

Der Auftrag ist auch dann über die Agentur abzuwickeln, wenn diese den Auftrag im Namen eines Dritten, insbesondere ihres Kunden, erteilt hat. In diesem Fall haftet die Agentur weder für die Vertragserfüllung des Auftraggebers noch für dessen Bonität, die sie nicht prüft.

## **13. Schlussbestimmungen**

- 13.1. Jegliche Änderungen, die dieser AGB oder sonstige Vereinbarungen betreffen, sind nur wirksam, wenn sie in Schriftform vereinbart werden. Dies gilt auch für die Abbedingung der Schriftformklausel.
- 13.2. Die Unwirksamkeit einer oder mehrerer Bestimmungen dieser AGB berührt nicht die Wirksamkeit dieser Vertragsbedingungen im Übrigen. An die Stelle der unwirksamen Bestimmung, tritt eine solche wirksame Bestimmung, die den wirtschaftlichen und durchführbaren Zielen der Parteien am nächsten kommt, die mit der unwirksamen Bestimmung erreicht werden sollten. Dies gilt ebenso für eine Regelungslücke.
- 13.3. Änderungen oder Erweiterungen der AGB insbesondere aufgrund Veränderung der Gesetzeslage oder höchstrichterlichen Rechtsprechung, der Marktgegebenheiten oder einer Währungsumstellung teilt die Agentur dem Auftraggeber schriftlich mit. Der Auftraggeber kann der Änderung oder Erweiterung der AGB innerhalb einer Frist von sechs Wochen widersprechen.

13.4. Gerichtsstand und Erfüllungsort ist für beide Seiten München, es sei denn, das Gesetz schreibt zwingend anderes vor.

13.5. Es gilt ausschließlich deutsches Recht unter Ausschluss des UN-Kaufrechts.

Stand: Oktober 2011