

Allgemeine Geschäftsbedingungen

der FROG KING GmbH Agentur für Kommunikation

– nachfolgend „FROG KING“ oder „Agentur“ genannt –

Präambel

Die FROG KING GmbH will ihre Kunden erfolgreicher machen. Deshalb setzt sich FROG KING mit aller Kraft, Erfahrung und Kreativität für die Interessen, Marken, Kommunikation und Menschen auf Kundenseite ein. Im Gegenzug erwarten wir von unseren Kunden, dass sie uns Vertrauen entgegenbringen und uns mit allen Informationen versorgen, die wir für die Erledigung der Aufträge unerlässlich sind. Gute Geschäftsbeziehungen basieren auf Vertrauen, nicht auf Paragraphen. Wir hoffen, dass wir die nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen daher nur im Ausnahmefall zum Schutz unserer Rechte benötigen werden und versichern, dass wir im Streitfall immer zuerst nach einer gütlichen Einigung suchen werden, bevor wir diesen Vertragsbedingungen auf gerichtlichem Weg Geltung verschaffen.

§ 1 Vertragsgegenstand

- (1) Die nachstehenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen gelten für sämtliche Rechtsgeschäfte der FROG KING, nachfolgend „FROG KING“ oder „Agentur“ genannt, mit all ihren Vertragspartnern, nachfolgend „Kunde“ genannt.
- (2) Der vorliegende Vertrag ist Grundlage sämtlicher Leistungen, Angebote, Kostenvorschläge und Auftragsbestätigungen der Agentur. Er gilt für alle laufenden, aber auch für alle künftigen Geschäftsbeziehungen, selbst wenn diese nicht nochmals ausdrücklich vereinbart werden. Ein Hinweis auf diese Vertragsbedingungen sowie ein Link zum Download dieses Vertragswerkes auf unserer Internetseite <http://www.frog-king.de/agb/> finden sich auf jedem Angebot der Agentur.
- (3) Sämtliche Vereinbarungen, die zwischen der Agentur und dem Kunden zwecks Ausführung eines Auftrages getroffen werden, sind in schriftlicher Form festzuhalten. Änderungen, Ergänzungen und Nebenabreden bedürfen zu ihrer Wirksamkeit grundsätzlich der Schriftform.
- (4) Die Vertragspflichten der Agentur in Bezug auf die zu erbringenden Dienstleistungen ergeben sich aus den Leistungsbeschreibungen der Agentur, den Ausschreibungsunterlagen, Briefings, Arbeitsprotokollen, Projekt- oder Agenturverträgen, Angeboten, Kostenvorschlägen oder Auftragsbestätigungen des Kunden, also aus den zwischen Agentur und Kunde konkret vereinbarten Aufträgen.

§ 2 Zustandekommen von Aufträgen

- (1) Alle Angebote und Kostenvorschläge der Agentur sind freibleibend sowie unverbindlich und 14 Tage ab Angebotsdatum gültig. Gültig werden sie erst nach schriftlicher Auftragsbestätigung seitens des Kunden.
- (2) Die Agentur hat grundsätzlich nur die Leistungen zu erbringen, die in ihren Angeboten oder Kostenvorschlägen ausdrücklich ausgewiesen sind.
- (3) Eine vom Angebot der Agentur abweichende Annahmeerklärung des Kunden mündet nur dann in einen gültigen Vertrag, wenn sie schriftlich verfasst ist, einen ausdrücklichen Hinweis auf die Abweichung enthält und die Agentur dieser Abweichung schriftlich zustimmt.
- (4) Ein der Agentur schriftlich, fernmündlich oder mündlich erteilter Auftrag gilt als angenommen, sofern die Agentur seine Übernahme nicht innerhalb von 14 Tagen nach Auftragserteilung schriftlich ablehnt.
- (5) Ein Vertragsbruch seitens des Kunden berechtigt die Agentur zur Rücknahme aller durch sie erbrachten Leistungen.

§ 3 Auftragsgegenstand

- (1) Die Vertragspflichten der Agentur ergeben sich aus den übersandten Angeboten, Kostenvorschlägen, Projekt- oder Agenturverträgen und Auftragsbestätigungen des Kunden, somit aus den zwischen der Agentur und Kunde vereinbarten Aufträgen.
- (2) Folgende Kommunikationsleistungen erbringt die Agentur regelmäßig:
 - Strategieberatung, Marken-, Marketing- und Kommunikationsberatung, Projektmanagement, Durchführung von Workshops
 - Konzeption, grafische Gestaltung und Textentwicklung für On- und Offline-Kommunikationsmittel
 - Public Relations (PR)
 - Abwicklung (oder auch Vergabe an Dritte), Produktionsvorbereitung und/oder -beauftragung von On- und Offline-Kommunikationsmitteln

§ 4 Leistungszeitpunkt und Leistungserbringung

- (1) Der Zeitpunkt zur Leistungserbringung wird vertraglich in Angeboten, Kostenvorschlägen, Projekt- bzw. Agenturverträgen oder aber gesondert festgelegt.
- (2) Die Lieferverpflichtungen der Agentur gelten als erfüllt, sobald die Kommunikationsleistungen oder Arbeiten der Agentur zur Versendung gebracht worden sind. Das Risiko der Übermittlung (z. B. Beschädigung, Verlust oder Verzögerung), gleich auf welchem Weg die Leistungen übermittelt werden, trägt allein der Kunde.
- (3) Treten Hinderungsgründe auf, welche die Agentur nicht zu vertreten hat und die dazu führen, dass die Agentur den Zeitpunkt zur Leistungserbringung nicht einhalten oder mit ihrer Leistungserbringung nicht fortfahren kann, wird die Agentur den Kunden unverzüglich darüber in Kenntnis setzen. Derartige Hinderungsgründe können z. B. sein: Leistungsstörungen oder -ausfälle bei Lieferanten oder Unterauftragnehmern der Agentur, die sie vertragsgemäß beschäftigt, nicht zu vertretende Folgen von Betriebsstörungen durch betriebsinterne oder fremde Arbeitskämpfe sowie höhere Gewalt. Ein Schadenersatzanspruch des Kunden gegen die Agentur resultiert daraus nicht. Dies gilt auch dann, wenn dadurch für den Kunden wichtige Termine und/oder Ereignisse nicht eingehalten werden können und/oder nicht eintreten.
- (4) Wird die Agentur absehbar nicht in der Lage sein, die Leistungserbringung innerhalb einer angemessenen Frist, spätestens jedoch innerhalb von 14 Tagen, zu beginnen oder fortzusetzen, können sowohl die Agentur als auch der Kunde von diesem Vertrag zurücktreten. Jedenfalls von diesem Vertrag zurücktreten können die Agentur wie auch der Kunde, sofern die Hinderungsgründe auch nach Ablauf von 14 Tagen seit ihrer Mitteilung weiter fortbestehen. Der Agentur ist der Rücktritt allerdings dann nicht gestattet, wenn die Hinderungsgründe für sie bereits bei Vertragsabschluss erkennbar waren.
- (5) Dem Kunden stehen seine Rechte aus § 4, Absatz 4 nicht zu, falls er die Hinderungsgründe selbst zu vertreten hat, derentwegen die Agentur den vereinbarten Leistungszeitpunkt nicht einhalten oder mit ihrer Leistungserbringung nicht fortfahren kann.

§ 5 Mehraufwände, Zusatzleistungen

- (1) Unvorhersehbare Mehraufwände der Agentur werden nach vorheriger Absprache mit dem Kunden gegebenenfalls nachkalkuliert und -nachhonoriert. Mehraufwände, die allein der Kunde zu verantworten hat (beispielsweise durch ein mangelhaftes Briefing oder eine strategische Neuausrichtung während des laufenden Projektes), münden in Nachkalkulationen seitens der Agentur, die allein der Kunde zu tragen hat.
- (2) Auslagen der Agentur für spezielles Material, Modellbau, Layout-Fotografie oder -Filme, Reproduktion, Fotosatz, Druck, Kunden- oder Straßenbefragungen, Reisen im Auftrag des Kunden etc. hat der Kunde zu tragen.

§ 6 Leistungen Dritter

- (1) Die Agentur ist befugt, freie Mitarbeiter oder Partnerunternehmen als Dritte zur Erledigung des Auftrags zu beschäftigen.
- (2) Die Agentur stellt bei Erteilung von Unteraufträgen an Dritte sicher, dass die Unterbeauftragten die Geheimhaltungspflicht gem. § 10 beachten.
- (3) Der Kunde verpflichtet sich, die von der Agentur zur Durchführung des Auftrages eingesetzten Mitarbeiter im Laufe der auf den Abschluss des Auftrages folgenden 12 Monate ohne Mitwirkung der Agentur weder unmittelbar noch mittelbar mit Projekten zu beauftragen.
- (4) Wenn die Agentur Fremdleistungen in Auftrag gibt, sind die jeweiligen Vertragspartner keine Erfüllungsgehilfen der Agentur. Eine Haftung für deren Leistungen und Arbeitsergebnisse wird hiermit ausgeschlossen, soweit das die gesetzlichen Vorschriften zulassen.
- (5) Erteilt die Agentur in eigenem Namen, auf eigene Rechnung und auf eigenes Risiko für den Kunden Aufträge an Druckereien, Verlage etc., so berechnet sie für den Liquiditätsverlust, die Übernahme des Haftungsrisikos sowie für das für die erfolgreiche Abwicklung nötige Projektmanagement eine Beaufschlagung in Höhe von 25% der Fremdauftragssumme an den Kunden.
- (6) Erteilt die Agentur im Namen des Kunden, auf sein Risiko und auf seine Rechnung Aufträge an Druckereien, Verlage etc., so berechnet sie für das für die erfolgreiche Abwicklung nötige Projektmanagement eine Beaufschlagung in Höhe von 15% der Fremdauftragssumme an den Kunden.

§ 7 Verwertungsgesellschaften

- (1) Der Kunde verpflichtet sich, unter Umständen fällige Gebühren an Verwertungsgesellschaften wie beispielsweise die Gema abzuführen oder der Agentur zu erstatten, sofern diese für derartige Gebühren in Vorleistung getreten ist.
- (2) Der Kunde besitzt Kenntnis darüber, dass bei Auftragsvergabe im künstlerischen, konzeptionellen und werbeberaterischen Bereich an eine nicht-juristische Person eine Künstlersozialabgabe an die Künstlersozialkasse zu leisten ist. Diese Abgabe darf der Kunde nicht von der Vergütung der Agentur abziehen. Dem Kunden allein obliegt die Einhaltung der Anmelde- und Abgabepflicht.
- (3) Kauft die Agentur auftragsgemäß Kreativdienstleistungen von Dritten ein, für die eine Künstlersozialabgabe zu entrichten ist, stellt der Kunde die Agentur in voller Höhe von den Kosten dieser Abgabe frei.

§ 8 Verantwortung für die Kommunikationsinhalte

- (1) Mit Freigabe bzw. Genehmigung von Entwürfen, Reinzeichnungen oder Werkzeugzeichnungen durch den Kunden übernimmt dieser auch die alleinige Verantwortung für die Richtigkeit von Bild und Text.
- (2) Die Agentur haftet nicht für die in den Kommunikationsmaßnahmen enthaltenen Sachaussagen über Unternehmen, Produkte und Dienstleistungen des Kunden.
- (3) Die Agentur übernimmt keinerlei Gewähr für die rechtliche Zulässigkeit der von ihr entwickelten und umgesetzten Kommunikationsmaßnahmen – und zwar unabhängig davon, ob die von ihr entwickelte Kommunikation ursprünglich auf Vorschlägen des Kunden oder auf Vorschlägen der Agentur beruht. Das Risiko der rechtlichen Zulässigkeit der durch die Agentur erarbeiteten Kommunikationsmaßnahmen trägt allein der Kunde.
- (4) Es obliegt grundsätzlich dem Kunden, seine Kommunikation von Rechtskundigen auf inhaltliche Rechtmäßigkeit überprüfen zu lassen. Das gilt unabhängig davon, ob sie von ihm selbst oder von der Agentur veröffentlicht und verbreitet wird.
- (5) Die Agentur übernimmt auch keine Haftung bzw. gibt auch keine Gewähr für die marken-, muster-, patent-, urheber-, wettbewerbs- und warenzeichenrechtlichen Schutz- oder Eintragungsfähigkeiten der von ihr gelieferten Ideen, Entwürfe, Werbematerialien, Konzeptionen, Logos, Signets, Icons, Grafiken, Claims, Namensvorschläge usw.
- (6) Die Agentur verpflichtet sich jedoch, den Kunden auf mögliche rechtliche Risiken hinzuweisen, sofern ihr diese bei ihrer Tätigkeit bekannt werden. Die Kosten für etwaige wettbewerbsrechtliche Prüfungen durch sachkundige Personen oder Institutionen trägt der Kunde.
- (7) Nimmt ein Dritter die Agentur – gleich aus welchem Rechtsgrund – in Anspruch, weil die von ihr für den Kunden entworfenen, verbreiteten oder veröffentlichten Kommunikationsmaßnahmen ihrem Inhalt oder ihrer Form nach rechtswidrig, insbesondere wettbewerbswidrig sei, so hat der Kunde die Agentur von allen Ansprüchen des Dritten freizustellen und ihr jeden aufgrund der Inanspruchnahme durch den Dritten entstandenen Schaden zu ersetzen.

§ 9 Persönlichkeits- und Urheberrechte Dritter

- (1) Überlässt der Kunde der Agentur Texte, Bilder und Fotografien zur Auftragsvorbereitung und/oder -durchführung, so obliegt es allein dem Kunden und nicht der Agentur, zu überprüfen, ob diese eventuell Persönlichkeitsrechte – einschließlich des Rechts am eigenen Bild – oder Urheberrechte eines Dritten verletzen.
- (2) Macht ein Dritter gegenüber der Agentur Ansprüche wegen Verletzung von Persönlichkeitsrechten – einschließlich des Rechts am eigenen Bild – oder aufgrund der Verletzung von Urheberrechten geltend, weil die Agentur ihr vom Kunden überlassene Texte, Bilder und Fotografien zum Zwecke der Auftragsdurchführung verwendet hat, so hat der Kunde die Agentur von allen Ansprüchen des Dritten freizustellen und ihr jeden aufgrund dieser Inanspruchnahme durch Dritte entstandenen Schaden zu ersetzen.
- (3) Umgekehrt hat die Agentur den Kunden von allen Ansprüchen eines Dritten freizustellen und ihm jeden aufgrund der Inanspruchnahme durch Dritte entstandenen Schaden zu ersetzen, sofern die Agentur zur Auftragsdurchführung Texte, Bilder und Fotografien aus eigenem Bestand verwendet hat und deshalb gegen den Kunden von einem Dritten Ansprüche wegen Persönlichkeitsrechtsverletzung – einschließlich des Rechts am eigenen Bild – oder Urheberrechtsverletzung geltend gemacht werden.

§ 10 Geheimhaltungspflicht

- (1) Der Kunde stellt der Agentur alle für die Durchführung des Projekts benötigten Daten und Unterlagen unentgeltlich zur Verfügung.
- (2) Im Gegenzug verpflichtet sich die Agentur dazu, sämtliche ihr im Rahmen der Zusammenarbeit zugänglichen, vertraulichen Informationen und Unterlagen oder solche, die eindeutig als vertraulich oder als Geschäfts- oder Betriebsgeheimnisse des Kunden erkennbar sind, mit der Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmannes zu wahren und sie – soweit nicht zur Erreichung des Vertragszweckes geboten – weder aufzuzeichnen noch weiterzugeben.
- (3) Auch den Kunden betreffen entsprechende Verpflichtungen in Bezug auf die Geschäfts- und Betriebsgeheimnisse der Agentur. Dies gilt auch für die während der Zusammenarbeit zur Kenntnis gebrachten Kostenvorschläge, Ideen und Konzepte.
- (4) Die Agentur stellt durch geeignete vertragliche Abreden mit den für sie tätigen Angestellten und/oder freien Mitarbeitern sicher, dass auch diese jede eigene Verwertung, Weitergabe oder unbefugte Aufzeichnung solcher Geschäfts- und Betriebsgeheimnisse unterlassen.
- (5) § 6 bleibt von dieser Bestimmung unberührt.

§ 11 Wettbewerbsverbot

Lediglich aufgrund einer besonderen Vereinbarung kann die Agentur im Einzelfall dazu verpflichtet werden, keine Produkte oder Dienstleistungen eines anderen Kunden zu betreiben, die mit dem auftragsgegenständlichen Produkt oder mit der auftragsgegenständlichen Dienstleistung des Kunden in direktem oder indirektem Wettbewerb steht.

§ 12 Urheber- und Nutzungsrechte, Kennzeichnung

- (1) Die von der Agentur im Rahmen des Auftrages erarbeiteten Werbematerialien und Konzeptionen sind als persönliche geistige Schöpfungen durch das Urheberrechtsgesetz geschützt. Das gilt selbst dann, wenn die nach dem Urheberrechtsgesetz erforderliche Schöpfungshöhe nicht erreicht ist.
- (2) Die Agentur räumt dem Kunden ohne weitere Kosten die einfachen urheberrechtlichen Nutzungsrechte an den von ihr auftragsgemäß erstellten Werbematerialien und Konzeptionen ein – zeitlich, räumlich und inhaltlich unbegrenzt.
- (3) Die Rechtsübertragung der einfachen Nutzungsrechte an den von der Agentur auftragsgemäß entwickelten Werbematerialien und Konzeptionen erfolgt erst durch vollständige Begleichung sämtlicher Forderungen der Agentur für den entsprechenden Auftrag.
- (4) Vor- und Alternativentwürfe für die erstellten Werbematerialien und Konzeptionen sind von dieser Rechtsübertragung ausgenommen, sofern sie vom Kunden nicht zur Durchführung seiner Werbekampagne ausgewählt oder nicht vom Kunden angekauft werden.
- (5) Die Agentur haftet nicht für die Urheberrechtsfähigkeit oder die Sonderrechtsschutzfähigkeit der von ihr für den Kunden auftragsgemäß entwickelten Werbematerialien und Konzeptionen. Die Agentur haftet auch nicht dafür, dass von ihr erstellte Werbematerialien und Konzeptionen frei von Urheber- und sonstigen Leistungsschutzrechten Dritter sind, wenn dabei vom Kunden überlassene Texte, Bilder und Fotografien verwendet wurden.
- (6) Jede Modifikation oder Nachahmung der von der Agentur erstellten Werbematerialien und Konzeptionen – selbst in Teilen – ist ohne ausdrückliche Genehmigung der Agentur unzulässig.
- (7) Jede Weitergabe der von der Agentur an den Kunden übertragenen einfachen urheberrechtlichen Nutzungsrechte an Dritte erfordert eine schriftliche Information der Agentur über deren genaue Verwendung, eine ausdrückliche Genehmigung seitens der Agentur sowie eine angemessene Vergütung der Agentur für die Weiterübertragung der urheberrechtlichen Nutzungsrechte.
- (8) Die Agentur ist berechtigt, die von ihr gestalteten Werbemittel dezent zu kennzeichnen (Urheber-Signatur und/oder Internetadresse der Agentur), in ihrer Eigenwerbung auf die Betreuung des Kunden hinzuweisen und die für den Kunden entwickelten Werbematerialien und Konzeptionen sowie deren Verwendung in ihrem Agenturauftritt zu zeigen.

§ 13 Zahlungsbedingungen, Zahlungsverzug

- (1) Es gilt grundsätzlich die im Angebot, Kostenvorschlag, Projekt- oder Agenturvertrag vereinbarte Vergütung.
- (2) Sämtliche in Angeboten, Kostenvorschlägen, Projekt- oder Agenturverträgen genannten Preise und die – aus ihnen resultierend – zu zahlenden Beträge verstehen sich zusätzlich der gültigen gesetzlichen Umsatzsteuer. Künstlersozialabgaben, Kosten für Verpackung, Fracht, Porto, Zölle oder sonstige nachträglich entstandene Abgaben werden von der Agentur an den Kunden weiterberechnet.
- (3) Rechnungen der Agentur sind sofort nach Rechnungserhalt ohne Abzug zur Zahlung fällig.
- (4) Ein Drittel der vereinbarten Gesamtvergütung wird unmittelbar nach Auftragsvergabe an die Agentur fällig. Zieht sich die Ausarbeitung und Umsetzung der vereinbarten Leistungen über einen längeren Zeitraum hin oder umfasst mehrere Einheiten, so kann die Agentur dem Kunden Abschlagszahlungen über die bereits erbrachten Teilleistungen

- in Rechnung stellen. Diese Teilleistungen müssen nicht in einer für den Kunden nutzbaren Form vorliegen, sondern können auch lediglich als reine Arbeitsgrundlage auf Seiten der Agentur verfügbar sein.
- (5) Einwendungen des Kunden gegenüber Entgeltabrechnungen der Agentur sind sofort nach Rechnungserhalt geltend zu machen, ohne dass hierdurch ihre Fälligkeit berührt wird. Nach einer Schweigefrist von 7 Tagen ab Rechnungsdatum gilt eine Rechnung als vom Kunden akzeptiert.
- (6) Bei wiederholtem Zahlungsverzug nach Mahnung steht der Agentur ohne weitere Mahnung ein Anspruch auf Verzugszinsen in Höhe von 5% über dem Basiszinssatz nach § 1 des Diskontsatz-Überleitungsgesetzes (DÜG) zu. Das Recht zur Geltendmachung eines darüber hinausgehenden Schadens bleibt von dieser Regelung unberührt. Mahnkosten sowie eventuelle außergerichtliche Kosten gehen zu Lasten des Kunden.
- (7) Bei Nichterfüllung dieses Vertrages seitens des Kunden ist die Agentur zur Rücknahme aller durch sie erbrachten Leistungen berechtigt.

§ 14 Vertragskündigung, Stornierungskosten

- (1) Dieser Vertrag ist von beiden Seiten mit einer Frist von sechs Monaten zum Monatsende kündbar.
- (2) Eine vorzeitige Aufkündigung dieses Vertrages aus wichtigem Grund durch beide Seiten wird davon nicht berührt.
- (3) Bei Rücktritt des Kunden von einem bereits erteilten Auftrag vor Arbeitsbeginn bzw. vor vereinbartem Projektstart berechnet die Agentur dem Kunden folgende Prozentsätze von der ursprünglich vertraglich geregelten Gesamtvergütung als Stornogebühr für Bearbeitung des Auftrages und eingegangenen Gewinn:
 - bis drei Wochen vor Projektstart 15%
 - ab zwei Wochen bis vier Wochen vor Projektstart 25%
 - ab eine Woche bis zum vereinbarten Projektstart 50%
- (4) Bereits begonnene Arbeiten werden dem Kunden mit 75% der ursprünglich vertraglich geregelten Gesamtvergütung als Stornogebühr für Bearbeitung des Auftrages und eingegangenen Gewinn berechnet.

§ 15 Eigentumsvorbehalt

- (1) Bis zur vollständigen Bezahlung der vereinbarten Vergütung bleibt die Agentur rechtmäßiger Eigentümer der für den Kunden erarbeiteten Werbematerialien und Konzeptionen. Dasselbe gilt für die eingesetzten Arbeitsmittel wie Skizzen, Entwürfe, Layout-Ausdrucke, Datei-Vorlagen, Dateien, offene Layoutdaten und Produktionsdaten.
- (2) An ihren Entwürfen und Zeichnungen räumt die Agentur dem Kunden lediglich die Nutzungsrechte, nicht jedoch die Eigentumsrechte ein.
- (3) Die Agentur ist nicht verpflichtet, offene Layoutdaten an den Kunden herauszugeben. Die Herausgabe oder dauerhafte Speicherung von Computerdaten oder offenen Layoutdaten im Auftrag des Kunden kann gesondert vereinbart und muss entsprechend vergütet werden.
- (4) Jede Veränderung von Computerdateien oder offenen Layoutdaten von Seiten des Kunden oder Dritter, die im Auftrag des Kunden arbeiten, erfordert die vorherige Zustimmung der Agentur.

§ 16 Gewährleistung und Haftung

- (1) Der Kunde hat die von der Agentur gelieferten Arbeiten und Leistungen unmittelbar nach deren Erhalt, jedenfalls jedoch binnen drei Werktagen oder vor Freigabe oder Weitergabe, gründlich zu prüfen und etwaige Mängel unverzüglich zu rügen.
- (2) Unterbleibt die unverzügliche Überprüfung oder Mängelanzeige, verliert der Kunde seinen Anspruch auf Gewährleistung.
- (3) Bei Beanstandung gerechtfertigter Mängel durch den Kunden werden diese von der Agentur in einer angemessenen Frist behoben. Bei wiederholtem Misslingen einer Nachbesserung steht es dem Kunden frei, eine Minderung der vereinbarten Agenturvergütung oder ein Aufheben des Vertrages zu fordern.
- (4) Die Gewährleistungsfrist beginnt mit der Freigabe der Entwürfe, Zeichnungen oder Werkzeichnungen durch den Kunden und dauert ein Jahr ab Gefahrübergang. Für gebrauchte Sachen ist eine Gewährleistung ausgeschlossen.
- (5) Die Agentur haftet lediglich für Schäden, die sie oder ihre Erfüllungsgehilfen vorsätzlich oder grob fahrlässig herbeigeführt haben. Die Haftung der Agentur wird in der Höhe beschränkt auf die Deckungssumme der Betriebshaftpflichtversicherung.

§ 17 Streitigkeiten

Kommt es im Laufe oder nach Beendigung eines Auftrages zu einem Streitfall bezüglich des beauftragten Projektes, so ist vor der Einleitung eines gerichtlichen Verfahrens ein außergerichtliches Mediationsverfahren zu durchlaufen. Bei Streitigkeiten in Fragen der Qualitätsbeurteilung oder bei der Höhe der Honorierung werden externe Gutachten erstellt um möglichst eine außergerichtliche Einigung zu erzielen. Die Kosten hierfür werden zwischen Kunde und Agentur geteilt.

§ 18 Schlussbestimmungen

- (1) Der Kunde ist nicht dazu berechtigt, Ansprüche aus diesem Vertrag abzutreten.
- (2) Die Allgemeinen Geschäftsbedingungen des Kunden werden nicht Vertragsbestandteil.
- (3) Eine Aufrechnung oder die Geltendmachung eines Zurückbehaltungsrechts durch den Kunden ist nur mit anerkannten oder rechtskräftig festgestellten Gegenansprüchen zulässig.
- (4) Auf sämtliche Rechtsbeziehungen zwischen Agentur und Kunde findet ausschließlich deutsches Recht Anwendung. Erfüllungsort und Gerichtsstand ist Überlingen am Bodensee.

§ 19 Salvatorische Klausel

Sollte eine Bestimmung dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen ganz oder teilweise unwirksam sein oder ihre Rechtswirksamkeit zu einem späteren Zeitpunkt verlieren, so wird hierdurch die Gültigkeit der übrigen Bestimmungen nicht berührt. Anstelle der unwirksamen Bestimmung soll im Wege der Vertragsanpassung eine andere angemessene Regelung gelten, die dem wirtschaftlich am Nächsten kommt, was die Vertragsparteien gewollt hätten, wenn ihnen die Unwirksamkeit der Regelung bekannt gewesen wäre.

Salem, August 2017

© FROG KING GmbH | Agentur für Kommunikation | Beurener Straße 19 | 88682 Salem