

ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN (AGB)

FACTORY-C Agentur für Messen und Kommunikation GmbH

An der Spreeschanze 10, Haus 1, D-13599 Berlin

INHALTSVERZEICHNIS

Präambel	2
1 Vertragspartner und Geltungsbereich	2
2 Inhalt der Leistungen	2
2.1 Leistungen	2
2.2 Nutzungsrechte	2
2.3 Korrektur; Produktionsüberwachung; Belegmuster	3
2.4 Eigentumsvorbehalt	3
2.5 Mitwirkung des Auftraggebers	3
2.6 Fremdleistungen.....	4
3 Vergütung	4
3.1 Honorar.....	4
3.2 Mehraufwand	4
3.3 Fremdleistungen.....	4
3.4 Reisespesen	5
3.5 Sonstige Auslagen	5
3.6 Stundenvergütung.....	5
3.7 Abnahme	5
3.8 Fälligkeit; Zahlung.....	5
3.9 Umsatzsteuer	6
3.10 Aufrechnung; Zurückbehaltung	6
4 Vertraulichkeit	6
5 Haftung/ Leistungsausfall/ höhere Gewalt	6
6 Schlussbestimmungen	7
6.1 Formerfordernis	7
6.2 Salvatorische Klausel	7
6.3 Erfüllungsort; Gerichtsstand; anwendbares Recht.....	8

Präambel

FACTORY-C Agentur für Messen und Kommunikation GmbH (nachfolgend: Agentur) ist eine Agentur für Kommunikationsmanagement. Auftraggeber sind Unternehmen, die Projekte im Bereich des Projekt- und Veranstaltungsmanagements, der Promotion und der Vermarktung von Produkten und Unternehmen durch die Agentur realisieren lassen.

1 Vertragspartner und Geltungsbereich

(1) Vertragspartner ist die FACTORY-C Agentur für Messen und Kommunikation GmbH, An der Spreeschanze 10, 13599 Berlin.

(2) Diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen (nachfolgend: AGB) gelten für alle zwischen der Agentur und ihren Auftraggebern geschlossenen Verträgen, soweit nichts anderes in Textform (analog § 126 b BGB) vereinbart wird. Die Geltung abweichender oder ergänzender Geschäftsbedingungen des Auftraggebers ist ausgeschlossen, auch wenn die Agentur diesen nicht ausdrücklich widerspricht.

(3) Angebote der Agentur sind freibleibend. Der Vertrag zwischen dem Auftraggeber und der Agentur kommt erst durch die Auftragsbestätigung der Agentur in Textform (analog § 126 b BGB) zustande.

(4) Der Auftrag des Auftraggebers ist ebenfalls angenommen, wenn die Agentur mit der Auftragsausführung innerhalb der Annahmefrist (§ 147 BGB) beginnt. In diesem Fall holt die Agentur die Auftragsbestätigung unverzüglich nach.

2 Inhalt der Leistungen

2.1 Leistungen

(1) Die Agentur erbringt gegenüber dem Auftraggeber Leistungen nach Maßgabe des jeweils geschlossenen Vertrages.

(2) Der Agentur kommt im Rahmen des Auftrages eine kommunikative Gestaltungsfreiheit zu, die ihrer kreativen Eigenart und ihrem kommunikativen Ausdruck entspricht.

(3) Die Agentur verpflichtet sich, den Auftraggeber sowohl über die kommunikativen als auch technischen Möglichkeiten der Umsetzung des Auftrages umfassend zu beraten. Bei der Beratung wird berücksichtigt, welche Zielgruppen angesprochen werden sollen und welche Zwecke der Auftraggeber insgesamt verfolgt. Branchenspezifische Kenntnisse werden von der Agentur nicht erwartet.

2.2 Nutzungsrechte

(1) Die nachfolgenden Regelungen gelten zwischen den Parteien unabhängig davon, ob die / das von der Agentur geschuldete vertragsgegenständliche Arbeit / Produkt Gegenstand besonderer gesetzlicher Rechte, insbesondere des Urheberrechts, ist. Über die hier eingeräumten Rechte hinaus wird der Auftraggeber die Arbeit / das Produkt auf keinen Fall ohne die vorherige schriftliche Zustimmung der Agentur verwerten.

(2) Die Agentur räumt dem Auftraggeber für die Dauer des gesetzlichen Urheberrechts das ausschließliche, räumlich und zeitlich unbeschränkte Recht ein, die / das vertragsgegenständliche Arbeit / Produkt zu nutzen

(3) Bestehen an der Arbeit / dem Produkt Rechte Dritter, die aus der Einschaltung von Subunternehmern durch die Agentur resultieren, so räumt die Agentur dem Auftraggeber auch für diese Rechte die ausschließlichen Nutzungsrechte im vorbenannten Umfang ein. Die Agentur stellt

AGB

FACTORY-C Agentur für Messen und Kommunikation GmbH

gegenüber Dritten sicher, zu einer entsprechenden Rechtseinräumung befugt zu sein.

(4) Die Einräumung von Nutzungsrechten wird indes erst wirksam, wenn der Auftraggeber die geschuldete Vergütung vollständig an die Agentur entrichtet hat (§ 158 Abs. 1 BGB). Bis zur Entrichtung der geschuldeten Vergütung verbleiben sämtliche Nutzungsrechte beim jeweiligen Rechteinhaber.

(5) Die Agentur ist berechtigt, an der / dem vertragsgegenständlichen Arbeit / Produkt Hinweise auf die Urheberstellung anzubringen. Der Auftraggeber ist nicht berechtigt, diese Hinweise ohne die Zustimmung der Agentur zu entfernen. Dem Auftraggeber steht dafür kein Entgeltanspruch zu.

(6) Die Entwürfe und Reinzeichnungen der Agentur dürfen ohne ausdrückliche schriftliche Einwilligung der Agentur weder im Original noch bei der Reproduktion verändert werden. Jede vollständige oder teilweise Nachahmung ist unzulässig und verstößt gegen das Urheberrecht.

(7) Wiederholungen (z. B. Nachauflage) oder Mehrfachnutzungen (z. B. für ein anderes Produkt) der / des vertragsgegenständlichen Arbeit / Produktes sind honorarpflichtig; sie bedürfen zudem der vorherigen schriftlichen Zustimmung der Agentur.

(8) Über den Umfang der Nutzung der / des vertragsgegenständlichen Arbeit / Produktes steht der Agentur ein Auskunftsanspruch gegen den Auftraggeber zu.

(9) Die Agentur ist berechtigt, die / das vertragsgegenständliche Arbeit / Produkt inkl. der dazugehörigen Vorarbeiten zu Zwecken der Eigenwerbung zu verwenden, insbesondere Teile oder Ausschnitte als Referenzarbeiten auf ihrer Website zu präsentieren, in ihren Firmenbroschüren abzdrukken oder in Image-Filmen zu verwenden.

(10) Die Übertragung der Nutzungsrechte vom Auftraggeber an Dritte bedarf der vorherigen schriftlichen Zustimmung der Agentur.

2.3 Korrektur; Produktionsüberwachung; Belegmuster

(1) Die Agentur legt dem Auftraggeber vor Ausführung einer möglichen Vervielfältigung ein Korrekturmuster vor. Es bedarf für den Beginn der Ausführungen keiner Freigabe des Korrekturmusters durch den Auftraggeber.

(2) Die Produktion wird von der Agentur nur aufgrund einer besonderen schriftlichen Vereinbarung überwacht. Besteht eine solche Vereinbarung, so ist die Agentur ermächtigt, die für eine ordnungsgemäße Produktion erforderlichen Entscheidungen zu treffen und Weisungen zu erteilen.

(3) Von allen vervielfältigten Arbeiten überlässt der Auftraggeber der Agentur unentgeltlich mindestens drei (3) mangelfreie Muster.

2.4 Eigentumsvorbehalt

(1) Von der Agentur an den Auftraggeber gelieferte Gegenstände bleiben bis zur vollständigen Begleichung aller Forderungen aus der Geschäftsbeziehung zwischen den Parteien das Eigentum der Agentur.

(2) Die Agentur ist verpflichtet, die ihr zustehenden Sicherheiten insoweit – ggf. auch teilweise – freizugeben, als ihr Gesamtwert die Summe aller noch offenen Forderungen des Auftraggebers aus der Geschäftsbeziehung um mehr als 10% übersteigt.

2.5 Mitwirkung des Auftraggebers

(1) Der Auftraggeber ist im Rahmen des Zumutbaren zur angemessenen und unentgeltlichen Mitwirkung bei der Durchführung des vertragsgegenständlichen Auftrages durch die Agentur

verpflichtet.

(2) Der Auftraggeber verpflichtet sich bei umfangreichen Aufträgen, der Agentur ein Anforderungsprofil zum Auftrag zu übermitteln. Das Anforderungsprofil wird nach beiderseitiger Unterzeichnung Bestandteil des Vertrages.

(3) Soweit nicht etwas anderes vereinbart wird, stellt der Auftraggeber der Agentur die zur Umsetzung des Auftrages einzubindenden Inhalte rechtzeitig zur Verfügung (z. B. Logos, Texte für eine Präsentation). Der Auftraggeber versichert dabei, dass Rechte Dritter an den einzubindenden Inhalten (z.B. Urheberrechte, Bildrechte, Markenrechte) nicht bestehen und stellt die Agentur insoweit von Ansprüchen Dritter wegen einer etwaigen Rechtsverletzung frei. Zu einer Prüfung der vom Auftraggeber zur Verfügung gestellten Inhalte ist die Agentur nicht verpflichtet. Ist der Fehler offenkundig, kann die Agentur den Auftraggeber auf Mängel der Inhalte hinweisen.

2.6 Fremdleistungen

Die Vergabe von kreativen Fremdleistungen (z. B. Fotoaufnahmen, Textkreation, Hostessen) oder die Vergabe von anderen Fremdleistungen (z. B. Logistik, Messebau, Miete von Möbeln, Veranstaltungstechnik, Druckausführung) nimmt die Agentur nur aufgrund einer mit dem Auftraggeber getroffenen Vereinbarung vor.

3 Vergütung

3.1 Honorar

(1) Die Honorare berechnen sich nach Maßgabe des jeweils geschlossenen Vertrages.

(2) Mit der Vergütung ist die Rechteinräumung gemäß Nummer 2.2. abschließend abgegolten. Dies gilt unbeschadet des Rechts der Agentur, unter den besonderen Voraussetzungen des § 32a UrhG eine Anpassung ihrer Vergütung zu verlangen.

3.2 Mehraufwand

(1) Für Mehraufwand, der über die von der Agentur geschuldeten Leistungen hinausgeht, vereinbaren die Parteien eine Stundenvergütung. Hier gilt die zum Zeitpunkt des Vertragsschlusses gültige Preisliste der Agentur.

(2) Als Mehraufwand gelten alle Leistungen der Agentur, die auf nachträglichen Änderungs- und/oder Ergänzungswünschen des Auftraggebers beruhen. Dies gilt insbesondere dann, wenn die Agentur nach Abnahme von Pflichtenheften, Konzepten, Grundversionen oder von fertiggestellten Produkten auf Wunsch des Auftraggebers Änderungen oder Ergänzungen vornimmt, die sich auf Leistungen beziehen, die bereits abgenommen worden sind. Dies gilt auch dann, wenn eine Abnahme noch nicht erfolgt ist, obwohl die Voraussetzungen für eine Abnahme bereits vorliegen.

(3) Die Agentur ist nicht verpflichtet, Änderungs- und Ergänzungswünschen des Auftraggebers nachzukommen, die sich auf Leistungen beziehen, die bereits abgenommen worden sind. Dies gilt auch dann, wenn zwar die Abnahmevoraussetzungen vorliegen, aber noch keine Abnahme durch den Auftraggeber erfolgt ist.

3.3 Fremdleistungen

(1) Die Vergabe von Fremdleistungen erfolgt grundsätzlich durch die Agentur im Namen und auf Rechnung des Auftraggebers. Die Agentur ist berechtigt, als Vertreter des Auftraggebers Fremdleistungen in Auftrag zu geben. Sollten die Fremddienstleister die Vorlage einer Vollmacht des Auftraggebers verlangen, so hat diese der Auftraggeber der Agentur schriftlich zu erteilen.

AGB

FACTORY-C Agentur für Messen und Kommunikation GmbH

- (2) Soweit die Agentur Fremdleistungen im eigenen Namen und auf eigene Rechnung vergibt, ist die Agentur berechtigt, die hieraus resultierenden Kosten dem Auftraggeber in Rechnung zu stellen, soweit diese Leistungen nicht in den vereinbarten Leistungen enthalten sind.

3.4 Reisespesen

Reisespesen wird die Agentur in Höhe angemessener und nachgewiesener Reise- und Übernachtungskosten in Rechnung stellen. Bei der Nutzung von PKW erfolgt eine Abrechnung auf der Grundlage der zum Zeitpunkt der Rechnungsstellung geltenden steuerrechtlichen Entfernungspauschale. Der Anspruch auf Ersatz von Reisespesen besteht im Übrigen nur, wenn die Entfernung zwischen dem Sitz des Anbieters und dem Zielort mindestens 50 km beträgt.

3.5 Sonstige Auslagen

Im Zusammenhang mit den Entwurfsarbeiten oder mit Entwurfsausführungsarbeiten an Präsentationen oder Konzepten entstehende Nebenkosten (z. B. für Modelle, Zwischenproduktionen, Layoutsatz, Botendienste, Versandkosten, Übersetzungen) sind zu erstatten.

3.6 Stundenvergütung

Die nach diesem Vertrag vereinbarte Stundenvergütung wird in Zeiteinheiten von angefangenen 0,1 Stunden (6 Minuten) abgerechnet. Die Agentur ist zu einer zeitnahen und übersichtlichen Zeiterfassung verpflichtet.

3.7 Abnahme

- (1) Sofern die Agentur ein Werk gemäß §§ 631 ff. BGB hergestellt hat, hat der Auftraggeber nach Fertigstellung des Werks das hergestellte Werk abzunehmen. Die Agentur wird den Auftraggeber hierzu schriftlich auffordern und ihm eine angemessene Frist von mindestens 14 Tagen setzen.
- (2) Eine Abnahme des Werks darf durch den Auftraggeber nicht aus kommunikativen oder gestalterischen Gründen verweigert werden.

3.8 Fälligkeit; Zahlung

- (1) Nach Fertigstellung des Auftrages (bzw. nach erfolgter Abnahme gemäß Nummer 3.7, soweit die Agentur ein Werk gemäß §§ 631 ff. BGB hergestellt hat) wird die Agentur dem Auftraggeber die vereinbarte Vergütung in Rechnung stellen (Schlussrechnung).
- (2) Die Agentur ist berechtigt, dem Auftraggeber in angemessenen zeitlichen Abständen Abschlagszahlungen in Rechnung zu stellen. Die Höhe der Abschlagszahlungen richtet sich nach dem Wert der jeweils bereits erbrachten (und, soweit die Agentur ein Werk gemäß §§ 631 ff. BGB herzustellen hat, abgenommen) Leistungen der Agentur.
- (3) Die Agentur kann von dem Auftraggeber für die entstandenen und die voraussichtlich entstehenden Honorare und Auslagen einen angemessenen Vorschuss fordern.
- (4) Die Agentur kann Kosten für Fremdleistungen im Sinne von Nummer 3.3 Absatz 2 und Reisespesen im Sinne von Nummer 3.4 unmittelbar nach deren Entstehung in Rechnung stellen.
- (5) Schlussrechnungen sowie Rechnungen über Abschlagszahlungen, Vorschüsse, Kosten für Fremdleistungen im Sinne von Nummer 3.3 Absatz 2 und/oder Reisespesen im Sinne von Nummer 3.4 sind innerhalb von vierzehn Werktagen nach deren Zugang bei dem Auftraggeber zur Zahlung fällig.

3.9 Umsatzsteuer

Sämtliche Vergütungen verstehen sich als Nettobeträge, die zuzüglich der gesetzlichen Umsatzsteuer in Höhe am Tag der Rechnungsstellung zu entrichten sind.

3.10 Aufrechnung; Zurückbehaltung

(1) Ein Recht zur Aufrechnung steht dem Auftraggeber nur zu, wenn sein Gegenanspruch rechtskräftig festgestellt, entscheidungsreif oder unbestritten ist oder durch die Agentur anerkannt wurde.

(2) Der Auftraggeber kann ein Zurückbehaltungsrecht nur insoweit ausüben, als sein Gegenanspruch auf demselben Vertragsverhältnis beruht und unbestritten, rechtskräftig festgestellt oder entscheidungsreif ist.

4 Vertraulichkeit

(1) Die Agentur verpflichtet sich, die ihr vom Auftraggeber anvertrauten Informationen über Produkt- und Werbe-konzeptionen auch über die Beendigung des Vertrages hinaus streng vertraulich zu behandeln.

(2) Der Auftraggeber verpflichtet sich, die ihm von der Agentur anvertrauten Muster, Vorlagen, Entwürfe u. ä., und alle ihm sonst zur Kenntnis gelangten Geschäftsvorgänge der Agentur, auch über die Beendigung des Vertrages hinaus streng vertraulich zu behandeln.

(3) Die Verpflichtung zur Vertraulichkeit gemäß dieser Nummer 4 gilt nicht, soweit

(a) die betreffende vertrauliche Information im Zeitpunkt ihrer Zurverfügungstellung durch die offenlegende Partei aus einem anderen Grund als der Verletzung dieser Vereinbarung öffentlich bekannt ist;

(b) die betreffende vertrauliche Information der empfangenden Partei mittels einer anderen Quelle als der offenlegenden Partei zugänglich wird, vorausgesetzt, dass die empfangende Partei keinen Grund zur Annahme hat, dass diese Quelle selbst durch eine gesetzliche oder vertragliche Verpflichtung gehindert ist, die vertrauliche Information offenzulegen;

(c) die offenlegende Partei der empfangenden Partei durch vorherige schriftliche Zustimmung die Weitergabe bestimmter vertraulicher Informationen an einen Dritten gestattet hat;

(d) sich die vertraulichen Informationen bereits vor der Zurverfügungstellung durch die offenlegende Partei in rechtmäßigem Besitz der empfangenden Partei befanden; oder

(e) die empfangende Partei aufgrund der Verfügung oder Anordnung eines zuständigen Gerichts, einer zuständigen Behörde oder einer zwingenden börsenrechtlichen Bestimmung zur Offenlegung von vertraulichen Informationen verpflichtet ist.

Im Übrigen bleibt § 5 GeschGehG von dieser Nummer 4 unberührt.

(4) Sofern die empfangende Partei gemäß Absatz (3) (e) dieser Nummer 4 gezwungen ist, vertrauliche Informationen der offenlegenden Partei offenzulegen, wird sie der offenlegenden Partei unverzüglich nach Zugang der Verfügung oder Anordnung über die erforderliche Offenlegung schriftlich informieren, soweit rechtlich zulässig keine (weitere) Offenlegung vornehmen und die offenlegende Partei in angemessenen Umfang dabei unterstützen, die vertraulichen Informationen soweit wie möglich zu schützen oder gerichtlich schützen zu lassen.

5 Haftung / Leistungsausfall / höhere Gewalt

(1) Für Inhalte, die der Auftraggeber bereitstellt, ist die Agentur nicht verantwortlich. Insbesondere ist die Agentur nicht verpflichtet, die Inhalte auf mögliche Rechtsverstöße zu überprüfen.

(2) Der Auftraggeber verpflichtet sich, zur Verwendung der der Agentur überlassenen Vorlagen und Inhalte (z. B. Konzepte, Texte, Fotos, Muster, Logos etc.) berechtigt zu sein.

(3) Sollten Dritte die Agentur wegen möglicher Rechtsverstöße, die aus den Inhalten und

AGB

FACTORY-C Agentur für Messen und Kommunikation GmbH

Informationen des Auftraggebers resultieren, in Anspruch nehmen, verpflichtet sich der Auftraggeber, die Agentur von jeglicher Haftung freizustellen und der Agentur die Kosten zu ersetzen, die ihr wegen der möglichen Rechtsverletzung entstehen.

(4) Die Verpflichtung der Agentur zur Leistung von Schadensersatz wird wie folgt beschränkt:

(a) Für die Verletzung wesentlicher Vertragspflichten haftet die Agentur der Höhe nach begrenzt auf den bei Vertragsschluss typischerweise vorhersehbaren Schaden. Die Agentur haftet nicht für die Verletzung nicht wesentlicher Vertragspflichten.

(b) Die vorgenannte Haftungsbeschränkung gilt nicht bei vorsätzlich oder grob fahrlässig verursachten Schäden, bei schuldhaft verursachten Körperschäden sowie für die Haftung nach dem Produkthaftungsgesetz und für den Fall weiterer zwingender Haftungstatbestände. Darüber hinaus gilt sie nicht, wenn und soweit die Agentur eine Garantie übernommen hat.

(5) Der Auftraggeber ist verpflichtet, angemessene Maßnahmen zur Schadensabwehr und Minderung zu treffen.

(6) Soweit die Agentur ein Werk gemäß § 631 ff. BGB herzustellen hat, schuldet sie dessen mängelfreie Herstellung. Für etwaige Rechte des Auftraggebers wegen Mängeln gilt eine Verjährungsfrist von einem Jahr beginnend mit der Abnahme des jeweiligen Werks durch den Auftraggeber.

(7) Soweit die Agentur auf Veranlassung des Auftraggebers bzw. eines Vertreters des Auftraggebers Fremdleistungen im Namen und auf Rechnung des Auftraggebers in Auftrag gibt, haftet die Agentur nicht für die Leistungen der beauftragten Leistungserbringer.

(8) Die Freigabe von Produktion und Veröffentlichung obliegt dem Auftraggeber. Delegiert der Auftraggeber im Ausnahmefall die Freigabe in ihrer Gesamtheit oder in Teilen an die Agentur, stellt er diese insoweit von jeglicher Haftung frei.

(9) Zusendung und Rücksendung von Arbeiten, Druckerzeugnissen oder Datenträgern erfolgen auf Gefahr des Auftraggebers.

(10) Kann die Agentur die Leistungen ganz oder teilweise aufgrund eines unvorhersehbaren, unvermeidbaren und außerhalb des Einflussbereichs der Agentur liegenden und von der Agentur nicht zu vertretenden Ereignisses wie höhere Gewalt, Krieg, Aufruhr, Terroranschläge, Einschränkungen nach dem Infektionsschutzgesetz (z.B. Quarantäneanordnungen), bundes- bzw. landes- oder kommunalrechtliche Allgemeinverfügungen, Pandemien, Epidemien, Seuchen oder Naturkatastrophen, nicht durchführen, ist die Agentur insoweit von ihrer Pflicht zur rechtzeitigen Leistung entbunden und etwaige vereinbarte Leistungsfristen bzw. -termine verlängern bzw. verschieben sich um die Dauer der Störung; vom Eintritt der Störung wird der Auftraggeber in angemessener Weise unterrichtet. Ist das Ende der Störung nicht absehbar oder dauert sie länger als zwei (2) Monate, ist jede Partei berechtigt, vom Vertrag zurückzutreten.

6 Schlussbestimmungen

6.1 Formerfordernis

Sämtliche Vereinbarungen, die eine Änderung, Ergänzung oder Konkretisierung des Vertrags bzw. dieser AGB beinhalten, sowie besondere Zusicherungen und Abmachungen, bedürfen der Schriftform analog § 126 b BGB oder der Textform analog § 126 b BGB. Dies gilt auch für eine Abänderung dieses Formerfordernisses.

6.2 Salvatorische Klausel

Sollten einzelne Bestimmungen des Vertrages oder dieser AGB unwirksam sein oder die Wirksamkeit durch einen später eintretenden Umstand verlieren, bleibt die Wirksamkeit des

AGB

FACTORY-C Agentur für Messen und Kommunikation GmbH

Vertrages im Übrigen unberührt. Anstelle der unwirksamen Bestimmung(en) tritt eine Regelung, die dem am nächsten kommt, was die Parteien gewollt hätten, sofern sie den betreffenden Punkt bedacht hätten. Entsprechendes gilt für Lücken des Vertrages.

6.3 Erfüllungsort; Gerichtsstand; anwendbares Recht

- (1) Erfüllungsort ist, Berlin, Deutschland.
- (2) Ausschließlicher Gerichtsstand für alle Streitigkeiten, die sich aus oder im Zusammenhang mit dem Vertrag ergeben, ist Berlin, Deutschland.
- (3) Es gilt deutsches Recht unter Ausschluss des Übereinkommens der Vereinten Nationen über Verträge über den Internationalen Warenkauf (CISG).