

## **Allgemeine Geschäftsbedingungen** (Stand: 01.11.2005)

### **§ 1 Allgemeines**

(1) Für sämtliche Geschäfte zwischen Kunde und eBizz-concept, eBusiness- und Kommunikationsberatung, Höhenkirchen-Siegertsbrunn (Inhaberin: Andrea Baring), im Folgenden Agentur genannt, gelten ausschließlich diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen (im Folgenden AGB genannt). Entgegenstehende Geschäftsbedingungen des Kunden sind nur dann wirksam, wenn sie von der Agentur ausdrücklich und schriftlich anerkannt werden.

(2) Von diesen AGB abweichende oder diese ergänzende Vereinbarungen bedürfen der Schriftform.

(3) Sollten einzelne Bestimmungen dieser 'AGB' unwirksam sein, so berührt dies die Verbindlichkeit der übrigen Bestimmungen und der unter ihrer Zugrundelegung geschlossenen Verträge nicht. Die unwirksame Bestimmung ist durch eine wirksame, die ihr dem Sinn und Zweck am nächsten kommt, zu ersetzen.

### **§ 2 Vertragsabschluss**

(1) Grundlage der Geschäftsbeziehungen ist der jeweilige PR-Beratungsvertrag, in dem alle vereinbarten Dienstleistungen (Leistungsumfang) sowie die Vergütung festgehalten werden.

(2) Die Angebote der Agentur sind freibleibend. Der Kunde ist an seinen Auftrag zwei Wochen nach Zugang bei der Agentur gebunden. Aufträge des Kunden gelten erst durch schriftliche Auftragsbestätigung der Agentur als angenommen, sofern die Agentur nicht – etwa durch Tätigwerden auf Grund des Auftrages – zu erkennen gibt, dass sie den Auftrag annimmt.

### **§ 3 Leistung und Honorar**

(1) Wenn nicht anderes vereinbart ist, entsteht der Honoraranspruch der Agentur für jede einzelne Leistung, sobald diese erbracht wurde. Die Agentur ist berechtigt, zur Deckung ihres Aufwandes Vorschüsse zu verlangen.

(2) Alle Leistungen der Agentur, die nicht ausdrücklich durch das vereinbarte Honorar abgegolten sind, werden gesondert entlohnt.

Das gilt insbesondere für alle Nebenleistungen der Agentur.

(3) Alle der Agentur im Zusammenhang mit der Leistungserbringung entstandenen Barauslagen sind vom Kunden zu ersetzen.

(4) Kostenvoranschläge der Agentur sind unverbindlich. Wenn abzusehen ist, dass die tatsächlichen Kosten die veranschlagten um mehr als 20 Prozent übersteigen, wird die Agentur den Kunden auf die höheren Kosten hinweisen. Die Kostenüberschreitung gilt als vom Kunden genehmigt, wenn der Kunde nicht binnen drei Tagen nach diesem Hinweis schriftlich widerspricht und gleichzeitig kostengünstigere Alternativen bekannt gibt.

(5) Für alle Arbeiten der Agentur, die aus welchem Grund auch immer nicht zur Ausführung gelangen, gebührt der Agentur eine angemessene Vergütung. Mit der Bezahlung dieser Vergütung erwirbt der Kunde an diesen Arbeiten keinerlei Rechte; nicht ausgeführte Konzepte, Entwürfe u. dgl. sind vielmehr unverzüglich der Agentur zurückzustellen.

### **§ 4 Präsentation**

(1) Für die Teilnahme an Präsentationen steht der Agentur ein angemessenes Honorar zu, das zumindest den gesamten Personal- und Sachaufwand der Agentur für die Präsentation sowie die Kosten sämtlicher Fremdleistungen deckt. Erhält die Agentur nach der Präsentation keinen Auftrag, so bleiben alle Leistungen der Agentur, insbesondere die Präsentationsunterlagen und deren Inhalt im Eigentum der Agentur; der Kunde ist nicht berechtigt, diese – in welcher Form immer – weiter zu nutzen; die Unterlagen sind vielmehr unverzüglich der Agentur auf Wunsch zurückzustellen.

(2) Führt die Präsentation zu einem Auftrag, so ist das Präsentationshonorar anzurechnen.

### **§ 5 Verpflichtung zur Verschwiegenheit**

(1) Die PR-Agentur wie auch hinzugezogene Dritte verpflichten sich, über alle Angelegenheiten, die ihnen im Zusammenhang mit ihrer Tätigkeit für den Auftraggeber bekannt werden, Stillschweigen zu bewahren. Diese Schweigepflicht bezieht sich sowohl auf den Auftraggeber als auch auf dessen Geschäftsverbindungen.

(2) Nur der Auftraggeber selbst, nicht aber dessen Erfüllungsgehilfen, kann die PR-Agentur schriftlich von dieser Schweigepflicht entbinden.

(3) Diese Verpflichtung gilt auch nach Beendigung des Vertrages.

## § 6 Eigentumsrecht und Urheberschutz

(1) Alle Leistungen der Agentur (z.B. Ideen, Konzepte, konkrete PR-Maßnahmen etc.), auch einzelne Teile daraus, bleiben im Eigentum der Agentur. Der Kunde erwirbt durch Zahlung des Honorars nur das Recht der Nutzung (einschließlich Vervielfältigung) zum vereinbarten Zweck und im vereinbarten Nutzungsumfang. Ohne gegenteilige Vereinbarung mit der Agentur darf der Kunde die Leistungen der Agentur nur selbst und nur für die Dauer des Vertrages nutzen.

(2) Änderungen von Leistungen der Agentur durch den Kunden sind nur mit ausdrücklicher Zustimmung der Agentur und – soweit die Leistungen urheberrechtlich geschützt sind – des Urhebers zulässig.

(3) Für die Nutzung von Leistungen der Agentur, die über den ursprünglich vereinbarten Zweck und Nutzungsumfang hinausgeht, ist – unabhängig davon, ob diese Leistung urheberrechtlich geschützt ist – die Zustimmung der Agentur erforderlich. Dafür steht dem Berater/der Agentur und dem Urheber eine gesondert zu vereinbarende, angemessene Vergütung zu.

## § 7 Kennzeichnung

Die Agentur ist berechtigt, auf allen Informationsmitteln und bei allen Maßnahmen auf die Agentur und allenfalls auf den Urheber hinzuweisen, ohne das dem Kunden dafür ein Entgeltanspruch zusteht.

## § 8 Genehmigung

(1) Alle vorgeschlagenen bzw. durchzuführenden PR-Leistungen der Agentur sind vom Kunden zu überprüfen und binnen drei Tagen freizugeben. Bei nicht rechtzeitiger Freigabe gelten sie als vom Kunden genehmigt.

(2) Der Kunde wird insbesondere die rechtliche, vor allem die wettbewerbs- und kennzeichenrechtliche Zulässigkeit der Agenturleistungen überprüfen lassen. Die Agentur veranlasst eine externe rechtliche Prüfung nur auf schriftlichen Wunsch des Kunden; die damit verbundenen Kosten hat der Kunde zu tragen.

## § 9 Termine

Die Agentur bemüht sich, die vereinbarten Termine einzuhalten. Die Nichteinhaltung der Termine berechtigt den Kunden allerdings erst dann zur Geltendmachung der ihm gesetzlich zuständigen Rechte, wenn er der Agentur eine angemessene Nachfrist gewährt hat. Diese Frist beginnt mit dem Zugang eines Mahnschreibens an die Agentur. Eine Verpflichtung zur Leistung von Schadenersatz aus dem Titel des Verzugs besteht nur bei Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit der Agentur. Unabwendbare oder unvorhersehbare Ereignisse – insbesondere Verzögerungen bei Auftragnehmern der Agentur – entbinden die Agentur jedenfalls von der Einhaltung des vereinbarten Liefertermins.

## § 10 Zahlung

(1) Rechnungen der Agentur sind sofort nach Rechnungseingang ohne Abzug fällig. Bei verspäteter Zahlung gelten Verzugszinsen in der Höhe von 5 % über dem jeweiligen Basissatz der Europäischen Zentralbank p.a. als vereinbart. Gelieferte Waren bleiben bis zur vollständigen Bezahlung Eigentum der Agentur.

(2) Der Kunde darf nur mit unbestrittenen oder rechtskräftig festgestellten Forderungen aufrechnen oder ein Zurückbehaltungsrecht geltend machen.

## § 11 Mitwirkungs- und Aufklärungspflichten

(1) Der Kunde hat sämtliche für die Durchführung der Vereinbarung notwendigen Mitwirkungshandlungen vorzunehmen und die Agentur zu unterstützen. Diese Mitwirkungspflicht gilt insbesondere für termingebundene Projekte, bei denen zur Einhaltung bestimmter Fristen die Mitwirkung des Kunden unerlässlich ist. Der Kunde sorgt dafür dass der Agentur alle für die Durchführung der Vereinbarung notwendigen Unterlagen rechtzeitig und ohne besondere Aufforderung vorgelegt werden und setzt die Agentur unverzüglich von allen Vorgängen in Kenntnis, die für die Ausführung der Vereinbarung von Bedeutung sein können.

(2) Die Agentur ist berechtigt, die Vereinbarung nach angemessener Fristsetzung und Kündigungsandrohung zu kündigen, wenn der Kunde mit seiner Mitwirkungshandlung oder der Annahme der angebotenen Leistung in Verzug kommt. Unberührt hiervon bleibt der Ersatz der hierdurch entstandenen Mehraufwendungen und Schäden.

## § 12 Gewährleistung und Schadenersatz

(1) Die Agentur gewährleistet die ordnungsgemäße und termingerechte Durchführung der übertragenen Public Relations Agenden. Der Kunde hat

allfällige Reklamationen innerhalb von drei Tagen nach Leistung durch die Agentur schriftlich geltend zu machen und zu begründen. Im Fall berechtigter und rechtzeitiger Reklamationen steht dem Kunden das Recht auf Nachbesserung der Leistung durch die Agentur zu. Im Falle der Gewährleistung hat Nachbesserung jedenfalls Vorrang vor Preisminderung oder Wandlung. Bei gerechtfertigter Mängelrüge werden die Mängel in angemessener Zeit behoben.

(2) Ersatzansprüche und allfällige Mängelrügen können nur während der Dauer des Durchführungszeitraumes geltend gemacht werden. Somit ist die Gewährleistungsfrist auf den Durchführungszeitraum beschränkt. Festgestellte Mängel sind unverzüglich nach Erbringung der vereinbarten Leistung und deren Abnahme schriftlich dokumentiert bekannt zu geben. Mängelrügen werden nur anerkannt, wenn sie reproduzierbare Mängel betreffen.

(3) Die Beweislastumkehr gemäß § 476 BGB ist ausgeschlossen, das Vorliegen des Mangels im Übergabezeitpunkt ist vom Auftraggeber zu beweisen.

(4) Schadenersatzansprüche des Kunden, insbesondere wegen Verzugs, Unmöglichkeit der Leistung, positiver Forderungsverletzung, Verschuldens bei Vertragsabschluß, mangelhafter oder unvollständiger Leistung, Mängel- folgeschadens oder wegen unerlaubter Handlungen sind ausgeschlossen, soweit sie nicht auf Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit der Agentur beruhen.

## **§ 13 Haftung und Folgeschäden**

(1) Für die Einhaltung der gesetzlichen, insbesondere der wettbewerbsrechtlichen Vorschriften bei den von der Agentur vorgeschlagenen Kommunikationsmaßnahmen ist ausdrücklich der Kunde verantwortlich. Insbesondere wird der Kunde eine von der Agentur vorgeschlagene PR-Maßnahme erst dann freigeben, wenn er sich selbst von der wettbewerbsrechtlichen Unbedenklichkeit vergewissert hat oder wenn er bereit ist, das mit der Durchführung der PR-Maßnahme verbundene Risiko selbst zu tragen.

(2) Jegliche Haftung der Agentur für Ansprüche, die auf Grund der PR-Maßnahme gegen den Kunden erhoben werden, wird ausdrücklich ausgeschlossen; insbesondere haftet die Agentur nicht für Prozesskosten, eigene Anwaltskosten des Kunden oder Kosten von Urteilsveröffentlichungen sowie für allfällige Schadenersatzforderungen oder ähnliche Ansprüche Dritter.

(3) Für den Fall, dass wegen der Durchführung einer PR-Maßnahme die Agentur selbst in Anspruch genommen wird, hält der Kunde die Agentur schad- und klaglos. Der Kunde hat der Agentur somit sämtliche finanziellen und sonstigen Nachteile (einschließlich immaterieller Schäden) zu ersetzen, die der Agentur daraus Schaden entstehen, so ist der Kunde verpflichtet, Schadenersatz zu leisten.

(4) Die Geltendmachung von Folgeschäden gilt als ausgeschlossen, ausgenommen den Fall vorsätzlicher oder grob fahrlässiger Fehlleistungen durch den Auftragnehmer im Rahmen der gesetzlichen Vorschriften. Eine Haftung für einen bestimmten Werbeerfolg wird ausgeschlossen. Die Haftung für leichte Fahrlässigkeit ist ausgeschlossen. Das Vorliegen von grober Fahrlässigkeit hat der Geschädigte zu beweisen.

## **§ 14 Anzuwendendes Recht**

Auf die Rechtsbeziehungen zwischen Kunde und Agentur und auf die Frage eines gültig zustande gekommenen Vertrages sowie seiner Vor- und Nachwirkungen ist ausschließlich das Recht der Bundesrepublik Deutschland anzuwenden.

## **§ 15 Erfüllungsort und Gerichtsstand**

(1) Erfüllungsort ist Höhenkirchen-Siegersbrunn.

(2) Als Gerichtsstand für alle sich mittelbar oder unmittelbar zwischen der Agentur und dem Kunden ergebenden Streitigkeiten wird das für den Sitz der Agentur örtlich und sachlich zuständige deutsche Gericht vereinbart. Die Agentur ist jedoch auch berechtigt, ein anderes, für den Kunden zuständiges Gericht anzurufen.

eBizz-concept, eBusiness- und Kommunikationsberatung (Inhaberin: Andrea Baring),  
November 2005  
Alle Rechte vorbehalten