

# **Allgemeine Geschäftsbedingungen Travel Marketeers GmbH**

## **1. Gegenstand und Geltungsbereich**

- 1.1 Die nachstehenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) gelten für alle Rechtsgeschäfte der Travel Marketeers GmbH, nachstehend kurz „Agentur“ genannt, mit ihren Vertragspartnern, nachstehend in Kurzform „Kunde“ genannt, insbesondere für Dienstleistungen und/oder Werke auf dem Gebiet des Marketings, der Werbung und der Kommunikation.
- 1.2 Diese AGB sind Bestandteil jedes geschlossenen Vertrages, soweit nicht im Einzelnen Abweichendes vereinbart ist.
- 1.3 Diese AGB gelten auch für alle zukünftigen Geschäftsbeziehungen mit dem Kunden, ohne dass eine erneute ausdrückliche Einbeziehung erforderlich ist.
- 1.4 Von diesen AGB abweichende Geschäftsbedingungen des Kunden sowie Änderungen und Ergänzungen dieser AGB sind nur gültig, soweit sie von der Agentur schriftlich anerkannt sind. Dies gilt auch, wenn den Geschäfts- und/oder Lieferbedingungen des Kunden nicht ausdrücklich widersprochen worden ist.

## **2. Vergütung, Kostenvoranschläge**

- 2.1 Die Abrechnung erfolgt, soweit nichts anderes ausdrücklich vereinbart, nach tatsächlichem Aufwand auf der Grundlage der Stunden- und Tagessätze der Agentur, die sich aus der jeweils gültigen Preisübersicht ergeben.
- 2.2 Kostenvoranschläge und Kalkulationen sind nicht verbindlich. Überschreitungen von mehr als 10% werden dem Kunden angezeigt.

## **3. Präsentationen**

- 3.1 Die Entwicklung konzeptioneller und gestalterischer Vorschläge durch die Agentur sowie deren Vorstellung erfolgt, sofern keine andere Vereinbarung getroffen worden ist, gegen Zahlung eines gesonderten Präsentationshonorars.
- 3.2 Wird nach einer Präsentation kein Auftrag erteilt, so bleiben alle Leistungen, insbesondere die Präsentationsunterlagen und die darin enthaltenen Entwürfe, Ideen etc., Eigentum der Agentur. Der Kunde ist nicht berechtigt, dieses Material – sei es urheberrechtlich geschützt oder nicht – gleich in welcher Form, zu nutzen, zu bearbeiten oder als Grundlage zur Herstellung eigenen Materials zu nutzen. Falls es nicht zur Auftragserteilung kommt, hat der Kunde alle in seinem Besitz befindlichen Präsentationsunterlagen unverzüglich an die Agentur zurückzugeben.
- 3.3 Die Weitergabe von Präsentationsunterlagen und Angeboten an Dritte sowie deren Veröffentlichung, Vervielfältigung, Verbreitung oder sonstige Nutzung durch den Kunden oder seine Bevollmächtigten

verpflichten den Kunden zur Honorarzahlung in Höhe der betreffenden Leistung. Diese orientiert sich an dem Angebot der Agentur oder, sofern diese noch nicht vorliegt, an den marktüblichen Konditionen. Sämtliche Urheberrechte an den von der Agentur im Rahmen der Präsentation vorgelegten Arbeiten verbleiben bei der Agentur, sofern die Parteien nichts Abweichendes schriftlich vereinbart haben.

#### **4. Fremdleistungen**

- 4.1 Fremdleistungen- und Nebenkosten wie die Kosten für die Einschaltung von Fotografen, Stylisten etc. sowie Aufwendungen für Telefon, Fax, Farbkopien, Kurier, Reisespesen u.Ä. sind gegen Nachweis gesondert zu vergüten, wenn keine andere Vereinbarung getroffen wurde.
- 4.2 Die Agentur ist berechtigt, alle zur Auftragserfüllung erforderlichen Fremdleistungen im Namen und auf Rechnung des Kunden zu vergeben. Die Agentur ist in diesem Fall lediglich Vertreter und reicht die Rechnungen nach Prüfung auf sachliche und rechnerische Richtigkeit an den Kunden zur Bezahlung weiter.
- 4.3 Für die Koordination von Fremdleistungen berechnet die Agentur eine Provision von 15% auf sämtliche Fremdleistungen, sofern nichts Abweichendes vereinbart wurde.
- 4.4 Von der Agentur eingeschaltete freie Mitarbeiter oder Dritte sind Erfüllungs- oder Verrichtungsgehilfen der Agentur. Der Kunde verpflichtet sich, diese Mitarbeiter im Laufe der auf den Abschluss des Projektes folgenden 12 Monate weder unmittelbar noch mittelbar mit Projekten zu beauftragen.

#### **5. Urheber- und Nutzungsrechte, Eigentum**

- 5.1 Sämtliche von der Agentur angefertigten Entwürfe, Zeichnungen, Druckvorlagen, Konzepte, Ideen etc. sind urheberrechtlich geschützte Werke i.S.d. § 2 UrhG, und zwar selbst dann, wenn diese nicht den Erfordernissen des §2 UrhG genügen. Sämtliche Leistungen der Agentur dürfen deshalb nicht ohne Zustimmung der Agentur genutzt, bearbeitet oder geändert werden. Jede Nachahmung, auch die von Teilen von Entwürfen, Zeichnungen, Druckvorlagen, Konzepten, Ideen etc., ist unzulässig. Bei Zuwiderhandlung verpflichtet sich der Kunde, der Agentur ein branchenübliches Honorar zu zahlen. Darüber hinausgehende Ansprüche bleiben unberührt. Sofern die Parteien nichts Abweichendes vereinbart haben, gilt überdies für das erste Nutzungsjahr ein Copyright-Honorar von 15 % auf die Schaltkosten oder den Einsatzwert der Werbemittel als vereinbart.
- 5.2 Im Falle einer Rechteübertragung richtet sich deren Umfang in räumlicher, zeitlicher und inhaltlicher Hinsicht ausschließlich nach den vertraglichen Vereinbarungen bzw. dem Vertragszweck. Die Rechte gehen erst mit vollständiger Zahlung des Gesamtauftrages auf den Kunden über. Die Übertragung eingeräumter Nutzungsrechte an Dritte und/oder Mehrfachnutzungen sind, soweit nicht anderweitig geregelt, honorarpflichtig und bedürfen der Einwilligung der Agentur.

- 5.3 Beabsichtigt der Kunde, die von der Agentur gestalteten Werbemittel im Ausland zu nutzen, so wird der Kunde mit der Agentur hierfür ein Sonderhonorar vereinbaren. Kommt diese Vereinbarung nicht zustande, so gilt im ersten Jahr der Nutzung ein Copyright von 15 % auf die Schaltkosten oder den Einsatzwert der Werbemittel.
- 5.4 Eine gesonderte Honorarabsprache ist zu treffen, wenn der Kunde Werbeideen, die eine geistige, künstlerische oder sonstige werbetechnische Schöpfung der Agentur oder von ihr beauftragter Dritter darstellen bzw. enthalten, außerhalb oder nach Beendigung dieses Vertrages nutzt. Kommt diese Vereinbarung nicht zustande, so gilt ein zusätzliches Copyright-Honorar im ersten Jahr der Nutzung von 15 % auf die Netto-Schaltkosten oder den Einsatzwert der Werbemittel, je nachdem was höher ist, als vereinbart.
- 5.5 Über Umfang der Nutzung steht der Agentur ein Auskunftsanspruch zu.
- 5.6 Bei Veröffentlichungen wird die Agentur in üblicher Form als Urheber genannt. Die Agentur darf die von ihr entwickelten Werbemittel angemessen und branchenüblich signieren und den erteilten Auftrag für Eigenwerbung publizieren.
- 5.7 Das Eigentum an den Arbeitsergebnissen der Agentur geht erst mit vollständiger Bezahlung des Auftrages auf den Kunden über.

## **6. Verwertungsgesellschaften**

- 6.1 Der Kunde ist verpflichtet, bestehende Ansprüche von Verwertungsgesellschaften (z.B. GEMA) zu tragen. Werden diese Ansprüche von der Agentur für den Kunden verauslagt, hat der Kunde der Agentur die verauslagten Zahlungen zu erstatten.

## **7. Rechnungen, Aufrechnungen**

- 7.1 Die Agentur ist berechtigt, dem Kunden Abschlagszahlungen über bereits erbrachte Teilleistungen in Rechnung zu stellen. In der Regel ist das Agenturhonorar wie folgt fällig: ein Drittel zu Auftragsbeginn, ein Drittel nach 4 Wochen, ein Drittel nach Abschluss der Arbeiten.
- 7.2 Die der Agentur vom Kunden benannten Ansprechpartner müssen im Hinblick auf die Freigabe von Etats, Kostenvoranschlägen, Texten und sonstigen Abstimmungsvorgängen zeichnungsberechtigt sein. Einschränkungen der Zeichnungsberechtigung müssen vom Kunden rechtzeitig schriftlich mitgeteilt werden.
- 7.3 Die vereinbarten Preise verstehen sich jeweils zuzüglich gesetzlicher Umsatzsteuer in der jeweils geltenden Höhe.
- 7.4 Rechnungen sind innerhalb von 14 Tagen nach Rechnungsdatum ohne jeden Abzug zahlbar. Nach Ablauf von 14 Tagen werden nach Rechnungsdatum Zinsen in Höhe von 8% berechnet. Bei Banküberweisungen gilt der Tag, an dem der Geldeingang verzeichnet wird.
- 7.5 Einwendungen gegen Rechnungen von der Agentur sind sofort nach Rechnungserhalt, spätestens jedoch 2 Wochen nach Rechnungsdatum, ohne dass hierdurch aber die Fälligkeit berührt wird, zu erheben. Die Unterlassung rechtzeitiger Einwendungen gilt als Genehmigung.

- 7.6 Die Aufrechnung mit Gegenansprüchen oder Geltendmachung eines Zurückbehaltungsrechtes ist nur zulässig, wenn die Ansprüche des Kunden nicht bestritten werden oder rechtskräftig festgestellt sind.

## **8. Lieferung, Lieferfristen**

- 8.1 Lieferfristen bzw. -termine sind nur verbindlich, wenn der Kunde etwaige Mitwirkungspflichten (z.B. Bereitstellen von Informationen bzw. Unterlagen, Erstellung von Leistungskatalogen, Freigaben) ordnungsgemäß erfüllt hat und die Termine von der Agentur schriftlich bestätigt worden sind.
- 8.2 Falls die Agentur mit ihren Leistungen in Verzug gerät, ist ihr zunächst eine angemessene Nachfrist zu setzen. Erst nach fruchtlosem Ablauf dieser Nachfrist kann der Kunde vom Vertrag zurücktreten. Der Kunde kann Ersatz des Verzugschadens nur bis zur Höhe des Auftragswertes (Eigenleistung ausschließlich Vorleistung und Material) verlangen.
- 8.3 Bei Eintritt unvorhergesehener Hindernisse, die außerhalb des Machtbereichs der Agentur liegen, verlängert sich die Lieferfrist, soweit die Hindernisse auf die Lieferung der Leistungen von erheblichem Einfluss sind. Die Lieferfrist verlängert sich entsprechend der Dauer solcher Maßnahmen und Hindernisse. Die Agentur wird dem Kunden den Eintritt und das voraussichtliche Ende derartiger Hindernisse unverzüglich mitteilen. Ein Schadensersatzanspruch des Kunden gegenüber der Agentur wird dadurch nicht begründet.
- 8.4 Kommt der Kunde mit der Annahme der Leistung in Verzug oder unterlässt bzw. verzögert der Kunde eine ihm obliegende Mitwirkung, so kann die Agentur den entstandenen Leistungsausfall nach Maßgabe der jeweils gültigen Preisliste in Rechnung stellen.

## **9. Haftung und Versand**

- 9.1 Wegen Verletzung vertraglicher und außervertraglicher Pflichten, insbesondere wegen Unmöglichkeit, Verzug, Verschulden bei Vertragsanbahnung und unerlaubter Handlung haftet die Agentur auch für ihre Angestellten und Erfüllungsgehilfen nur in Fällen des Vorsatzes und der groben Fahrlässigkeit. Diese Beschränkungen gelten nicht bei schuldhaftem Verstoß gegen wesentliche Vertragspflichten (Kardinalpflichten), beim Fehlen zugesicherter Eigenschaften sowie bei Verletzung des Körpers, des Lebens oder der Gesundheit.
- 9.2 Die Prüfung von Rechtsfragen ist nicht Aufgabe der Agentur. Die Agentur haftet deshalb nicht für die rechtliche Zulässigkeit des Inhalts und/oder der Gestaltung der Arbeitsergebnisse. Die Agentur haftet auch nicht für die in der Werbung enthaltenen Sachaussagen über Produkte und Leistungen des Kunden.
- 9.3 Wird die Agentur von Dritten aufgrund der Gestaltung und/oder des Inhalts auf Unterlassung oder Schadensersatz u.Ä. in Anspruch genommen, stellt der Kunde die Agentur von der Haftung frei.
- 9.4 Der Versand von Unterlagen erfolgt auf eigene Gefahr des Kunden. Dies gilt auch dann, wenn die Versendung innerhalb des gleichen Ortes

oder durch Mitarbeiter bzw. Fahrzeuge von der Agentur erfolgt. Transportversicherungen werden nur auf ausdrückliche Anweisung des Kunden abgeschlossen.

## **10. Schlussbestimmungen**

- 10.1 Erfüllungsort für Lieferung und Zahlung sowie Gerichtsstand für alle Streitigkeiten zwischen den Vertragsparteien ist der Geschäftssitz der Agentur.
- 10.2 Änderungen oder Ergänzungen von Aufträgen sowie dieser AGB bedürfen der Schriftform. Dies gilt auch für die Aufhebung dieses Schriftformerfordernisses.
- 10.3 Sollte eine Bestimmung dieser AGB ganz oder teilweise unwirksam sein oder ihre Rechtswirksamkeit zu einem späteren Zeitpunkt verlieren, wird hierdurch die Gültigkeit der übrigen Bestimmungen nicht berührt.
- 10.4 Soweit nicht anders vereinbart, ist auch auf Vertragsverhältnisse mit ausländischen Kunden deutsches Recht anwendbar.
- 10.5 Die Agentur ist befugt, die ihr im Rahmen der Zweckbestimmung des Vertrages anvertrauten Daten unter Beachtung der Datenschutzbestimmungen zu verarbeiten oder durch Dritte verarbeiten zu lassen.

Stand 2017