

allgemeine geschäftsbedingungen

1. allgemeines

1.1. Die nachstehenden allgemeinen Geschäftsbedingungen gelten für alle Rechtsgeschäfte sowohl von Frank Kirsch, Neutorstrasse 5, 64720 Michelstadt nachfolgend in Kurzform „smartline“ genannt, mit ihren Vertragspartnern, nachstehend in Kurzform „Kunde“ genannt. Von diesen Geschäftsbedingungen abweichende Bedingungen des Kunden werden von smartline nur nach gesonderter und schriftlicher Anerkennung akzeptiert.

1.2. Alle Vereinbarungen, die zwischen smartline und dem Kunden zwecks Ausführung eines Auftrages getroffen werden, sind in schriftlicher Form zu vereinbaren. Änderungen, Ergänzungen und Nebenabreden bedürfen zu ihrer Wirksamkeit der Schriftform.

1.3. Diese Geschäftsbedingungen gelten auch für alle künftigen Geschäftsbeziehungen mit dem Kunden, auch wenn sie nicht nochmals ausdrücklich vereinbart werden.

1.4. smartline erbringt Dienstleistungen aus den Bereichen Entwicklung, Gestaltung und Produktion von Werbemedien sowie Medien-Planung.

Die detaillierte Beschreibung der zu erbringenden Dienstleistungen ergeben sich aus den Ausschreibungsunterlagen, Briefings, Projektverträgen, deren Anlagen und Leistungsbeschreibungen von smartline.

2. vertragsbestandteile und änderungen des vertrages

2.1. Grundlage für die Agenturarbeit und Vertragsbestandteil ist neben dem Projektvertrag und seinen Anlagen das vom Kunden an smartline auszuhändigende Briefing. Wird smartline das Briefing vom Kunden mündlich oder fernmündlich mitgeteilt, so erstellt smartline über den Inhalt des Briefings ein Angebot, welches dem Kunden innerhalb von 5 Werktagen nach der mündlichen oder fernmündlichen Mitteilung übergeben wird.

2.2. Ereignisse höherer Gewalt berechtigen smartline, das vom Kunden beauftragte Projekt um die Dauer der Behinderung und einer angemessenen Anlaufzeit hinauszuschieben. Ein Schadensersatzanspruch vom Kunden gegen smartline 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.

3. urheber- und nutzungsrechte

3.1. Der Kunde erwirbt mit der vollständigen Zahlung des vereinbarten Honorars für die vertraglich vereinbarte Dauer und im vertraglich vereinbarten Umfang die Nutzungsrechte an allen von smartline im

Rahmen dieses Auftrages gefertigten Arbeiten. Diese Übertragung der Nutzungsrechte gelten, soweit eine Übertragung nach deutschem Recht möglich ist und gelten für die vereinbarte Nutzung im Gebiet der Bundesrepublik Deutschland. Nutzungen die über dieses Gebiet hinausgehen, bedürfen einer schriftlichen Vereinbarung im Rahmen des Auftrages oder einer gesonderten schriftlichen Nebenabrede. Nutzungsrechte an Arbeiten, die bei Beendigung des Vertrages noch nicht bezahlt sind, verbleiben vorbehaltlich anderweitig getroffener Abmachungen bei smartline.

3.2. Die im Rahmen des Auftrages erarbeiteten Leistungen und Produkte sind als persönliche geistige Schöpfungen durch das Urheberrechtsgesetz geschützt. Diese Regelung gilt auch dann als vereinbart, wenn die nach dem Urheberrechtsgesetz erforderliche Schöpfungshöhe nicht erreicht ist.

3.3. smartline darf die von ihr entwickelten Werbemittel angemessen und branchenüblich signieren und den erteilten Auftrag für Eigenwerbung publizieren. Diese Signierung und werbliche Verwendung kann durch eine entsprechende gesonderte Vereinbarung zwischen smartline und Kunde ausgeschlossen werden.

3.4. Die Arbeiten von smartline dürfen vom Kunden oder vom Kunden beauftragter Dritter weder im Original noch bei der Reproduktion geändert werden. Jede Nachahmung, auch die von Teilen des Werkes, ist unzulässig. Bei Zuwiderhandlung steht smartline vom Kunden ein zusätzliches Honorar in mindestens der 2,5-fachen Höhe des ursprünglich vereinbarten Honorars zu.

3.5. Die Übertragung eingeräumter Nutzungsrechte an Dritte und/oder Mehrfachnutzungen sind, soweit nicht im Erstauftrag geregelt, honorarpflichtig und bedürfen der Einwilligung von smartline.

3.6. Über den Umfang der Nutzung steht smartline ein Auskunftsanspruch zu.

4. vergütung

4.1. Es gilt die im Vertrag vereinbarte Vergütung. Zahlungen sind, wenn nicht anders vertraglich geregelt, innerhalb von 14 Tagen nach Rechnungsstellung ohne jeden Abzug fällig. Bei Überschreitung der Zahlungstermine steht smartline ohne weitere Mahnung ein Anspruch auf Verzugszinsen in Höhe von 5% über dem Basiszinssatz nach § 1 des Diskontsatz-Überleitungsgesetzes zu. Das Recht zur Geltendmachung eines darüberhinausgehenden Schadens bleibt von dieser Regelung unberührt.

4.2. Kosten für die Werbemittelvorbereitung oder Werbemittelproduktion, welche smartline auftragsbezogen auf eigene Rechnung einkauft, werden jeweils gesondert ausgewiesen und als verauslagte Kosten an den Kunden in tatsächlich entstandener Höhe zuzüglich Service-Fee berechnet. Diese Produktionskosten werden **per Vorkasse** berechnet.

4.3. Stellt der Hersteller die Rechnung für die Werbemittelproduktion auf den Namen des Kunden aus, wird diese vom Hersteller an smartline zur Prüfung weitergeleitet. smartline leitet die geprüften Rechnungen zur direkten Bezahlung an den Auftraggeber weiter. Das gleiche gilt für die Produktion von Lithographien, Fotos etc. Als Bearbeitungshonorar erhebt smartline 18% (mind. 9,- Euro) Service-Fee auf die Nettosumme dieser Fremdleistungen.

4.4. Erstreckt sich die Erarbeitung der vereinbarten Leistungen über einen längeren Zeitraum, so kann smartline dem Kunden Abschlagszahlungen über die bereits erbrachten Teilleistungen in Rechnung stellen. Diese Teilleistungen müssen nicht in einer für den Kunden nutzbaren Form vorliegen und können auch als reine Arbeitsgrundlage auf Seiten von smartline verfügbar sein.

4.5. Bei Änderungen oder Abbruch von Aufträgen, Arbeiten und Dergleichen durch den Kunden und/oder wenn sich Voraussetzungen für die Leistungserstellung ändern, werden die smartline dadurch anfallenden Kosten vom Kunden ersetzt und smartline von jeglichen Verbindlichkeiten gegenüber Dritten freigestellt.

4.6. Bei einem Rücktritt des Kunden vor Leistungsbeginn eines erteilten Auftrages kann smartline unabhängig von der Möglichkeit, einen tatsächlich höheren Schaden geltend zu machen, 15% des Verkaufspreises für die durch die Bearbeitung des Auftrages entstandenen Kosten und für entgangenen Gewinn fordern. Dem Besteller bleibt der Nachweis eines geringeren Schadens vorbehalten.

4.7. Alle in Angeboten und Aufträgen genannte Preise und die daraus resultierend zu zahlende Beträge verstehen sich zuzüglich der gesetzlich gültigen Umsatzsteuer in der jeweils geltenden Höhe.

5. zusatzleistungen

5.1. Unvorhersehbarer Mehraufwand bedarf der gegenseitigen Absprache und gegebenenfalls der Nachhonorierung.

6. geheimhaltungspflicht

6.1. smartline ist verpflichtet, alle Kenntnisse die sie aufgrund eines Auftrags vom Kunden erhält, zeitlich unbeschränkt streng vertraulich zu behandeln und sowohl ihre Mitarbeiter, als auch herangezogene Dritte ebenfalls in gleicher Weise zu absolutem Stillschweigen zu verpflichten.

7. pflichten des kunden

7.1. Der Kunde stellt smartline alle für die Durchführung des Projekts benötigten Daten und Unterlagen unentgeltlich zur Verfügung. Alle Arbeitsunterlagen werden von smartline sorgsam behandelt, vor dem Zugriff Dritter geschützt, nur zur Erarbeitung des jeweiligen Auftrages genutzt und werden nach Beendigung des Auftrages an den Kunden zurückgegeben.

7.2. Der Kunde wird im Zusammenhang mit einem beauftragten Projekt Auftragsvergaben an andere Agenturen oder Dienstleister nur nach Rücksprache und im Einvernehmen mit smartline erteilen.

8. sorgfaltspflicht

8.1 smartline wird die Interessen des Kunden im Rahmen des Vertrages mit der Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns treuhänderisch wahrnehmen. Dazu gehört, dass bei einer Auftragsvergabe durch die Agentur an Dritte in jedem Fall das Interesse des Auftraggebers vorgeht.

8.2 smartline verpflichtet sich, nur qualifizierte Mitarbeiter mit der termingerechten Durchführung der Aufträge und Aufgaben zu beauftragen. In diesem Sinne haftet die Agentur auch für die von ihr zur Mitarbeit herangezogenen freien Mitarbeiter.

9. gewährleistung und haftung

9.1. Das Risiko der rechtlichen Zulässigkeit der durch smartline erarbeiteten und durchgeführten Maßnahmen wird vom Kunden getragen. Das gilt insbesondere für den Fall, dass die Aktionen und Maßnahmen gegen Vorschriften des Wettbewerbsrechts, des Urheberrechts und spezieller Werberechtsgesetze verstoßen. smartline ist jedoch verpflichtet, auf rechtliche Risiken hinzuweisen, sofern diese bei der Tätigkeit bekannt werden. Der Kunde stellt smartline von Ansprüchen Dritter frei, wenn die Agentur auf ausdrücklichen Wunsch des Kunden gehandelt hat, obwohl sie dem Kunden Bedenken im Hinblick auf die Zulässigkeit der Maßnahmen mitgeteilt hat. Die Anmeldung solcher Bedenken durch smartline beim Kunden hat unverzüglich nach bekannt werden in schriftlicher Form zu erfolgen. Erachtet smartline für eine durchzuführende Maßnahme eine wettbewerbsrechtliche Prüfung durch eine besonders sachkundige Person oder Institution für erforderlich, so trägt nach Absprache die Kosten hierfür der Kunde.

9.2. smartline haftet in keinem Fall wegen der in den Werbemaßnahmen enthaltenen Sachaussagen über Produkte und Leistungen des Kunden. smartline haftet auch nicht für die patent-, urheber- und markenrechtliche Schutz- oder Eintragungsfähigkeit der im Rahmen des Auftrages gelieferten Ideen, Anregungen, Vorschläge, Konzeptionen und Entwürfe.

9.3. smartline haftet nur für Schäden, die sie oder ihre Erfüllungsgehilfen vorsätzlich oder grob fahrlässig herbeigeführt haben. Die Höhe der Haftung von smartline ist auf den einmaligen Ertrag der Agentur aus dem jeweiligen Auftrag beschränkt. Die Haftung von smartline für Mangelfolgeschäden aus dem Rechtsgrund der positiven Vertragsverletzung ist ausgeschlossen, wenn und in dem Maße, wie sich die Haftung der Agentur nicht aus einer Verletzung der für die Erfüllung des Vertragszweckes wesentlichen Pflichten ergibt.

10. verwertungsgesellschaften

10.1. Der Kunde verpflichtet sich, eventuell anfallende Gebühren an Verwertungsgesellschaften wie beispielsweise an die GEMA abzuführen. Werden diese Gebühren von smartline verauslagt, so verpflichtet sich der Kunde, diese gegen Nachweis smartline zu erstatten. Dies kann auch nach Beendigung des Vertragsverhältnisses erfolgen.

10.2. Der Kunde ist darüber informiert, dass bei der Auftragsvergabe im künstlerischen, konzeptionellen und werbeberaterischen Bereich an eine nicht-juristische Person eine Künstlersozialabgabe an die Künstlersozialkasse zu leisten ist. Diese Abgabe darf vom Kunden nicht von der Agenturrechnung in Abzug gebracht werden. Für die Einhaltung der Anmelde- und Abgabepflicht ist der Kunde zuständig und selbst verantwortlich.

11. Leistungen dritter

11.1. smartline ist berechtigt, die ihr übertragenden Aufgaben selbst auszuführen oder Dritte damit zu beauftragen.

11.2. Von smartline eingeschaltete Freie Mitarbeiter oder Dritte sind Erfüllungs- oder Verrichtungsgehilfen der Agentur. Der Kunde verpflichtet sich diese, im Rahmen der Auftragsdurchführung von smartline eingesetzten Mitarbeiter, im Laufe der auf den Abschluss des Auftrages folgenden 12 Monate ohne Mitwirkung von smartline weder unmittelbar noch mittelbar mit Projekten zu beauftragen.

12. arbeitsunterlagen und elektronische daten

12.1. Alle Arbeitsunterlagen, elektronische Daten und Aufzeichnungen die im Rahmen der Auftragserarbeitung auf Seiten von smartline angefertigt werden, verbleiben bei smartline. Die Herausgabe dieser Unterlagen und Daten kann vom Kunden nicht gefordert werden. Die Agentur schuldet mit der Bezahlung des vereinbarten Honorars die vereinbarte Leistung, nicht jedoch die zu diesem Ergebnis führenden Zwischenschritte in Form von Skizzen, Entwürfen, Produktionsdaten etc.

13. mediaplanung und mediadurchführung

13.1. Beauftragte Projekte im Bereich Media-Planung besorgt smartline nach bestem Wissen und Gewissen auf Basis der ihr zugänglichen Unterlagen der Medien und der allgemein zugänglichen Marktforschungsdaten. Ein bestimmter werblicher Erfolg schuldet smartline dem Kunden durch diese Leistungen nicht.

13.2. smartline verpflichtet sich, alle Vergünstigungen, Sonderkonditionen und Rabatte im Sinne des Auftraggebers bei der Media-Schaltung zu berücksichtigen und diese an den Kunden weiter zu geben.

13.3. Bei umfangreichen Media-Leistungen ist smartline nach Absprache berechtigt, einen bestimmten Anteil der Fremdkosten dem Kunden in Rechnung zu stellen und die Einbuchung bei den entsprechenden Medien erst nach Zahlungseingang vorzunehmen. Für eine eventuelle Nichteinhaltung eines Schalttermines durch einen verspäteten Zahlungseingang haftet smartline nicht. Ein Schadensersatzanspruch vom Kunden gegen smartline entsteht dadurch nicht.

14. vertragsdauer, kündigungsfristen

14.1. Der Vertrag tritt mit seiner Unterzeichnung oder auch per Mail in Kraft. Er wird für die im Vertrag genannte Vertragslaufzeit abgeschlossen. Ist der Vertrag auf unbestimmte Zeit geschlossen, kann dieser mit einer Frist von drei Monaten von beiden Seiten zum Monatsende gekündigt werden. Das Recht zur fristlosen Kündigung aus wichtigem Grund bleibt von dieser Regelung unberührt. Eine Kündigung bedarf der Schriftform.

15. streitigkeiten

15.1. 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 vom Kunden und smartline geteilt.

16. schlussbestimmungen

16.1. Der Kunde ist nicht dazu berechtigt, Ansprüche aus dem Vertrag abzutreten.

16.2. Eine Aufrechnung oder die Geltendmachung eines Zurückbehaltungsrechts durch den Kunden ist nur mit anerkannten oder rechtskräftig festgestellten Gegenansprüchen zulässig.

16.3. Es gilt ausschließlich das Recht der Bundesrepublik Deutschland, auch wenn der Kunde seinen Firmensitz im Ausland hat.

16.4. Erfüllungsort und Gerichtsstand ist der Firmensitz von smartline.

16.5. 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 wirtschaftlich dem am Nächsten kommt, was die Vertragsparteien gewollt hätten, wenn ihnen die Unwirksamkeit der Regelung bekannt gewesen wäre.

Stand: November 2018