



Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB)

1. Gegenstand des Vertrages

- 1.1. Die nachstehenden allgemeinen Geschäftsbedingungen gelten für alle Rechtsgeschäfte der Firma U wie Urlaub, Inhaber: Markus Liedke, nachfolgend in Kurzform „Agentur“ genannt, mit ihren Vertragspartnern, nachstehend in Kurzform „Kunde“ genannt. Von diesen Geschäftsbedingungen abweichende Bedingungen des Kunden werden von der Agentur nur nach gesonderter und schriftlicher Anerkennung akzeptiert.
- 1.2. Alle Vereinbarungen, die zwischen der Agentur und dem Kunde zwecks Ausführung eines Auftrages getroffen werden, sind in schriftlicher Form zu vereinbaren. Änderungen, Ergänzungen und Nebenabreden bedürfen zu ihrer Wirksamkeit der Schriftform. Der Auftrag gilt als beiderseitig angenommen, sobald die Agentur Ihre Arbeit beginnt.
- 1.3. Diese Geschäftsbedingungen gelten auch für alle künftigen Geschäftsbeziehungen mit dem Kunden, auch wenn sie nicht nochmals ausdrücklich vereinbart werden.
- 1.4. Die Agentur erbringt Dienstleistungen aus dem Bereich Public Relations (PR). Die detaillierte Beschreibung der zu erbringenden Dienstleistungen ergeben sich aus den Angebots- bzw. Auftragsunterlagen, Briefings, Projektverträgen, deren Anlagen und Leistungsbeschreibungen der Agentur.

2. Vertragsbestandteile und Änderungen des Vertrags

- 2.1. Grundlage für die Agenturarbeit und Vertragsbestandteil ist neben den Auftragsunterlagen bzw. dem Projektvertrag und seinen Anlagen das vom Kunden der Agentur auszuhändigende Briefing. Wird das Briefing vom Kunden der Agentur mündlich oder fernmündlich mitgeteilt, so erstellt die Agentur über den Inhalt des Briefings ein Re-Briefing, welches dem Kunden innerhalb von 3 Werktagen nach der mündlichen oder fernmündlichen Mitteilung übergeben wird. Dieses Re-Briefing wird verbindlicher Vertragsbestandteil, wenn der Kunde diesem Re-Briefing nicht innerhalb von 3 Werktagen Tagen widerspricht.
- 2.2. Jede Änderung und/oder Ergänzung des Vertrages und/oder seiner Bestandteile bedarf der Schriftform. Dadurch entstehende Mehrkosten hat der Kunde zu tragen.
- 2.3. Ereignisse höherer Gewalt berechtigen die Agentur, das vom Kunden beauftragte Projekt um die Dauer der Behinderung und einer angemessenen Anlaufzeit hinauszuschieben. Ein Schadensersatzanspruch vom 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.

3. Urheber- und Nutzungsrechte

- 3.1. Der Kunde erwirbt mit der vollständigen Zahlung des vereinbarten Honorars bzw. des Projektpreises für die vertraglich vereinbarte Dauer und im vertraglich vereinbarten Umfang die Nutzungsrechte an allen von der Agentur im Rahmen dieses Auftrages gefertigten Arbeiten. Diese Übertragung der Nutzungsrechte gilt, soweit eine Übertragung nach deutschem Recht möglich ist und gilt 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 der Agentur.
- 3.2. Die im Rahmen des Auftrages erarbeiteten Leistungen 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. Die Agentur 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 Agentur und Kunde ausgeschlossen werden.
- 3.4. Die Arbeiten der Agentur 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 der Agentur vom Kunden ein zusätzliches Honorar in mindestens der 2,5 fachen Höhe des ursprünglich vereinbarten Honorars bzw. Projektpreises zu.
- 3.5. Die Übertragung eingeräumter Nutzungsrechte an Dritte und/oder Mehrfachnutzungen sind, soweit nicht im Erstauftrag geregelt, honorarpflichtig und bedürfen der Einwilligung der Agentur.
- 3.6. Über den Umfang der Nutzung steht der Agentur 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 Zahlungsstermine steht der Agentur ohne weitere Mahnung ein Anspruch auf Verzugszinsen in Höhe von 9% über dem Basiszinssatz (BGB §288 II nF) zu. Das Recht zur Geltendmachung eines darüber hinausgehenden Schadens bleibt von dieser Regelung unberührt.
- 4.2. Erstreckt sich die Erarbeitung der vereinbarten Leistungen über einen längeren Zeitraum, 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 und können auch als reine Arbeitsgrundlage auf Seiten der Agentur verfügbar sein.
- 4.3. Bei Änderungen oder Abbruch von Aufträgen, Arbeiten und Dergleichen durch den Kunden und/oder wenn sich die Voraussetzungen für die Leistungserstellung ändert, werden der der Agentur alle dadurch anfallenden Kosten ersetzt und die Agentur von jeglichen Verbindlichkeiten gegenüber Dritten freigestellt.
- 4.4. Bei einem Rücktritt des Kunden von einem Auftrag vor Beginn des Projektes, berechnet die Agentur dem Kunden folgende Prozentsätze vom ursprünglich vertraglich geregelten Honorar als Stornogebühr: bis sechs Monate vor Beginn des Auftrages 10%, ab sechs Monate bis drei Monate vor Beginn des Auftrages 25%, ab drei Monate bis vier Wochen vor Beginn des Auftrages 50%, ab vier Wochen bis zwei Wochen vor Beginn des Auftrages 80%, ab zwei Wochen vor Beginn des Auftrages 100%.
- 4.5. 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.
- 4.6. Die Agentur ist berechtigt hinsichtlich der Zahlungsfähigkeit des Kunden, vor und während des Projekts, Informationen über Drittanbieter anhand deren Scoring einzuholen.

5. Zusatzleistungen

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

6. Geheimhaltungspflicht der Agentur

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

7. Pflichten des Kunden

- 7.1. Der Kunde stellt der Agentur alle für die Durchführung des Projekts benötigten Daten und Unterlagen unentgeltlich zur Verfügung.

Alle Arbeitsunterlagen werden von der Agentur sorgsam behandelt, vor dem Zugriff Dritter geschützt, nur zur Erarbeitung des jeweiligen Auftrages genutzt und werden nach Beendigung des Auftrages an den Kunden zurück gegeben.

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

8. Gewährleistung und Haftung der Agentur

8.1. Das Risiko der rechtlichen Zulässigkeit der durch die Agentur 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 der speziellen Werberechtsgesetze verstoßen. Die Agentur ist jedoch verpflichtet, auf rechtliche Risiken hinzuweisen, sofern ihr diese bei ihrer Tätigkeit bekannt werden. Der Kunde stellt die Agentur 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 die Agentur beim Kunden hat unverzüglich nach bekannt werden in schriftlicher Form zu erfolgen. Erachtet die Agentur für eine durchzuführenden Maßnahmen eine wettbewerbsrechtliche Prüfung durch eine besonders sachkundige Person oder Institution für erforderlich, so trägt nach Absprache mit der Agentur die Kosten hierfür der Kunde.

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

8.3. Die Agentur haftet nur für Schäden, die sie oder ihre Erfüllungsgehilfen vorsätzlich oder grob fahrlässig herbeigeführt haben. Die Haftung der Agentur wird in der Höhe beschränkt auf den einmaligen Ertrag der Agentur, der sich aus dem jeweiligen Auftrag ergibt. Die Haftung der Agentur 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.

8.4. Der Kunde stellt der Agentur überlassene Bildmotive, Logo/s, Textvorlagen, Videos u.ä. von allen Rechten Dritter frei.

9. Verwertungsgesellschaften

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

9.2. Der Kunde ist darüber informiert, dass bei der Auftragsvergabe im künstlerischen, konzeptionellen und werberaterischen 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.

10. Abnahme von Werken

10.1. Nach Leistungserbringung erhält der Kunden von der Agentur das gefertigte Werk zur Abnahme als Korrekturabzug. Die Agentur teilt dem Kunden einen damit verbundenen Rückmeldetermin mit, bis zu welchem Änderungen am Werk möglich sind. Überschreitet der Kunde diesen Termin ohne Rückmeldung, so ist das Werk als abgenommen erklärt. Gleiches gilt auch, wenn der Kunde eine Rückmeldung gänzlich unterlässt. Für mündlich oder fernmündlich aufgegebene Änderungen kann keine Haftung übernommen werden. Für die Korrekturläufe sind, gleiche wie bei unseren Onlinedienstleistungen, drei Korrekturphasen mit der vereinbarten Vergütung abgegolten.

11. Leistungen Dritter

11.1. Von der Agentur eingeschaltete Freie Mitarbeiter oder Dritte sind Erfüllungs- oder Verrichtungsgehilfen der Agentur. Der Kunde verpflichtet sich diese, im Rahmen der Auftragsdurchführung von der Agentur eingesetzte Mitarbeiter, im Laufe der auf den Abschluss des Auftrages folgenden 12 Monate ohne Mitwirkung der Agentur 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 der Agentur angefertigt werden, verbleiben bei der Agentur. 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, Texten, Entwürfen, Produktionsdaten etc.

13. Media-Planung und Media-Durchführung

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

13.2. Die Agentur 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 die Agentur 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 Schalltermins durch einen verspäteten Zahlungseingang haftet die Agentur nicht. Ein Schadensersatzanspruch vom Kunden gegen die Agentur entsteht dadurch nicht.

14. Dienstleistungen im Onlinebereich

14.1. Die Verantwortung für den Inhalt der Homepage / Banner / Online-Aktion liegen beim Kunden. Weitere Bestimmungen siehe Position 8. der hiesigen Geschäftsbedingungen.

14.2. Bei Bannergestaltung sowie jeglichem Online-Content sind bis zu drei Korrekturabzüge, bei Homepagegestaltung bis zu drei Designvorschläge in der vereinbarten Vergütung enthalten. Weitere Zusatzleistungen entsprechend der Position 5. der hiesigen Geschäftsbedingungen.

14.3. Die genauen Leistungsinhalte des Onlineprojekts werden innerhalb der Vertragsunterlagen zwischen dem Kunden und der Agentur festgehalten. Die Impressum-Seite einer Homepage muss vom Kunden immer gesondert freigegeben werden.

14.4. Bei Suchmaschinenoptimierung gilt die Leistung der Agentur als vollständig erbracht, wenn mindestens drei Keywords in Verbindung mit einem Ort (z.B. Wellnesshotel Saarland) die Top 10 in der Suchmaschine Google erreicht haben. Die Agentur wird dem Kunden die Erfüllung der Fälligkeitvoraussetzungen nachweisen. Die Aufrechterhaltung des Leistungserfolgs wird durch Übersendung von regelmäßigen (mindestens einmal pro Quartal) Auswertungsberichten erbracht. Suchmaschinen verändert ständig Ihre Kriterien in Bezug auf das Ranking einer Homepage. Deshalb ist die Suchmaschinenoptimierung als regelmäßiger Wartungsvertrag zu schließen. Der Kunde erteilt der Agentur die Genehmigung, den Quelltext zu ändern sowie Keywords und interne / externe Links in seine Homepage einzubauen. In Ausnahmefällen ist es notwendig, die Homepage des Auftraggebers nachzubauen bzw. neu zu erstellen. Das ist der Fall, wenn sich nach Auftragserteilung herausstellt, dass die Homepage des Auftraggebers nicht vertragskonform zu optimieren ist. In einem solchen Fall ist vor Tätigkeitsbeginn die Vergütung neu zu verhandeln. Der Kunde ist verpflichtet, der Agentur die notwendigen Zugangsdaten zu seiner Homepage zu liefern (Kennung und Passwort).

14.5. Mit Beendigung der Vertragsbeziehung sind alle auf die Agentur verweisende Links (z.B. Datenbanken) aus der Homepage des Kunden zu entfernen. Der Auftraggeber weist dies durch ein entsprechendes Protokoll nach. Sollten die Links einen Monat nach Beendigung des Vertrages nicht entfernt bzw. die Entfernung durch ein Protokoll nachgewiesen sein, so hat die Agentur Anspruch auf Zahlung der ursprünglich vereinbarten Vergütung für jeden angefangenen Monat der Zuwiderhandlung gegen diese Verpflichtung.

14.6. Bei einer Homepagegestaltung erhält der Kunde nach Auftragserteilung eine Rechnung, die in Höhe von 50% der vereinbarten Vergütung sofort zur Zahlung fällig ist. Eine Zweitrechnung ist gleicher Höhe folgt nach Abnahme des Werks. Vor Zahlung der gesamten Vergütung besteht gegenüber der Agentur keine Verpflichtung zur Online-Stellung der Homepage.

14.7. Bei Bannerschaltung und Suchmaschinenoptimierung sind die Monatsbeiträge im Lastschriftverfahren zu vergüten und werden zum Ersten des Monats, in dem die Vergütung fällig wird, vom Konto des Kunden im Lastschriftverfahren eingezogen. Gerät der Kunde mit Zahlung von zwei Monatsraten in Rückstand, wird der gesamte Restbetrag bis zum Ende der vereinbarten Laufzeit sofort in einer Summe fällig.

15. Vertragsdauer, Kündigungsfristen

15.1. Der Vertrag tritt mit seiner Unterzeichnung 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.

16. Abwicklung von Gewinn Gutscheinen

16.1. Im Zuge der Projektabwicklung wird die Agentur entsprechend der Vertragsunterlagen vom Kunden mit der Organisation von Freiaufenthaltsgutscheinen in der jeweiligen Destination beauftragt. Diese Zusatzleistung ist für den Kunden unentgeltlich, insofern keine anderen Vereinbarungen innerhalb der Vertragsunterlagen getroffen ist. Die Agentur hat das Recht, ohne Einschränkungen, zur Erfüllung sämtliche Hotel- bzw. Unterkunftsbetriebe in der Destination eigens zu akquirieren. Sollte der Kunde hier Einschränkungen haben bzw. Sonderwünsche äußern, so sind diese zwischen den Parteien innerhalb der Vertragsunterlagen oder innerhalb des Briefings des Kunden an die Agentur festzuhalten. Die Agentur ist bei derartigen Akquisitionsarbeiten berechtigt ohne Einschränkungen auf ihren Kunden zu verweisen sowie zu dem von ihm geplanten Projekt Auskünfte zu erteilen, insofern diese nicht gegen Position 6.1. der hiesigen Geschäftsbedingungen verstoßen. Genannt werden dürfen in jedem Fall neben dem Namen des Kunden, das Medium/die Aktion, der Zeitpunkt/die Laufzeit, die werbliche Darstellung, die Integration des Hotel- bzw. Unterkunftsbetriebs in diese Maßnahme sowie die offiziellen Media-Informationen.

16.2. Sponsoren, i.d.R. Hotel- und Unterkunftsbetriebe, erhalten von der Agentur bei Sponsoring-Zusage separate Vertragsunterlagen. Hierin sind ebenfalls alle Vereinbarungen schriftlich festgehalten. Auch hier gilt der Auftrag als beiderseitig angenommen, sobald die Agentur Ihre Arbeit beginnt.

16.3. Bereitzustellende Freiaufenthaltsgutscheine sind vom Sponsor vor Veröffentlichung im Original an die Agentur zu leiten. Alternativ bietet die Agentur dem Sponsor ein Vordruck innerhalb ihrer Vertragsunterlagen kostenfrei an, den er mit den notwendigen Angaben versehen, gegengezeichnet an die Agentur überlassen kann. Sollten die Freigutscheine nicht bei Veröffentlichung vorliegen, so ist die Agentur auf Grundlage der Vertragsvereinbarung mit dem Sponsor berechtigt die Freigutscheine in Ihrem Namen auszustellen, ggf. auf die Gewinner/innen zu personalisieren, und eine Kopie dieser Gutscheine an den Sponsor weiterzureichen.

16.4. Die Gültigkeit von Freigutscheinen lautet prinzipiell, sofern es keine anderweitigen Vereinbarungen gibt, auf einen Zeitraum von einem (1) Jahr ab dem Tag der Ausstellung des Freigutscheins. Die Freigutscheine sind einlösbar zu allen verfügbaren Terminen, nach Rücksprache und im Einvernehmen mit dem Sponsor. Die Freigutscheine sind nicht übertragbar, nicht gegen bar auszahlbar. An- und Reisekosten gehen zu Lasten der Gewinner/innen. Der Rechtsweg ist für Gewinner/innen ausgeschlossen.

16.5. Auch für Sponsoren gelten überdies weiter die hiesigen allgemeinen Geschäftsbedingungen in der Funktion als „Kunde“.

17. Streitigkeiten

17.1. 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 von Kunden und Agentur geteilt.

18. Schlussbestimmungen

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

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

18.3. Es gilt das Recht der Bundesrepublik Deutschland. Erfüllungsort und Gerichtsstand ist Saarlouis.

18.4. 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.

AGB gelesen und akzeptiert.