

Allgemeine Geschäftsbedingungen

der PRH Hamburg Kommunikation GmbH

§ 1 Gegenstand und Geltungsbereich

1. Gegenstand der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) sind Dienstleistungen und/oder Werke, die von der PRH Hamburg Kommunikation GmbH – nachfolgend „Agentur“ genannt – für Kunden im Bereich Corporate Publishing erbracht und/oder hergestellt werden.
2. Die AGB sind wesentlicher Bestandteil jedes mit dem Kunden abgeschlossenen Vertrages, soweit nicht im Einzelfall etwas anderes schriftlich vereinbart ist.
3. Abweichende Geschäftsbedingungen des Kunden werden nur Vertragsbestandteil, wenn sie von der Agentur schriftlich anerkannt worden sind. Dies gilt auch, wenn den Geschäfts- und/oder Lieferbedingungen des Auftraggebers nicht ausdrücklich widersprochen worden ist.

§ 2 Leistungen der Agentur

1. Die Agentur erbringt ihre Leistungen auf Basis einer mit dem Kunden jeweils gesondert zu treffenden vertraglichen Vereinbarung.
2. Das Leistungsspektrum der Agentur umfasst insbesondere die folgenden Beratungs-, Gestaltungs- und Produktionsleistungen:
 - Marken-/marktstrategische, kommunikationsfachliche und -technische Beratung in Fragen des Corporate Publishing
 - Formulierung der Ziele des Corporate Publishing auf Grundlage der mit dem Kunden abgestimmten Kommunikationsziele
 - Entwicklung von Texten und Gestaltung von Entwürfen (Roh-Layouts) für Unternehmenspublikationen sowie Mitarbeiter- und Kundenmedien im Printbereich
 - Konzeption, Entwicklung und Gestaltung von Maßnahmen der Unternehmenskommunikation in digitalen und Online-Medien
 - Ermittlung der wirtschaftlichsten Herstellungsverfahren und -methoden
 - Auswahl geeigneter Lieferanten und Spezialisten
 - Auftragserteilung nach Genehmigung durch den Kunden; Koordination und Überwachung der sach- und termingerechten Ausführung; Rechnungskontrolle und Zahlungsabwicklung

§ 3 Leistungen des Kunden

1. Der Kunde stellt der Agentur alle für deren Arbeit erforderlichen oder dienlichen Daten und Informationen über Marketingziele, Märkte, Produkte und Dienstleistungen unaufgefordert zur Verfügung.
Die Agentur verpflichtet sich zur streng vertraulichen Behandlung solcher Daten und Informationen.
2. Der Kunde erteilt Genehmigungen so rechtzeitig, dass der Arbeitsablauf der Agentur und ihrer Lieferanten und damit die vertragsgemäße Realisierung der Kommunikationsmaßnahme nicht beeinträchtigt wird; die durch nicht rechtzeitig erteilte oder verweigerte Genehmigung eventuell entstehenden Mehrkosten und/oder ein dadurch entstehendes Qualitätsrisiko trägt der Kunde.
3. Der Kunde versichert, dass sämtliche Materialien, die er der Agentur im Rahmen der Leistungserbringung zur auftragsgemäßen Verwendung zur Verfügung stellt, frei von Rechten Dritter sind.

§ 4 Auftragsvergabe

1. Basis der Tätigkeit der Agentur bildet das Briefing durch den Kunden. Wird das Briefing mündlich erteilt, fertigt die Agentur darüber ein Briefingprotokoll. Dieses wird zur verbindlichen Arbeitsunterlage; insoweit gilt die Regelung über Besprechungsprotokolle in § 5 Absatz 1 entsprechend.
2. Vor Beginn jeder Kosten verursachenden Arbeit unterbreitet die Agentur dem Kunden einen Kostenvoranschlag in schriftlicher Form.
3. Auftragserteilung
- 3.1 Der Kunde erteilt den Auftrag an die Agentur durch Genehmigung des Kostenvoranschlags. Die Genehmigung soll in der Regel schriftlich erfolgen. Erfolgt sie mündlich, so soll sie in einem Besprechungsprotokoll festgehalten werden.
- 3.2 Die Agentur vergibt Produktionsaufträge an Dritte im eigenen Namen und auf eigene Rechnung nach Freigabe durch den Kunden. Die Agentur überwacht die Produktion und prüft das Produktionsergebnis.

§ 5 Vergütung der Agentur

1. Für alle Leistungen der Agentur wird das Honorar im Rahmen von vom Kunden genehmigten Kostenvoranschlägen vereinbart.
Als Kalkulationsgrundlage gelten die zum Zeitpunkt der Leistung aktuellen Vergütungssätze der Agenturpreisliste. Für genehmigte Kosten-voranschläge gilt eine Abweichung von +/- 10 Prozent als von der Genehmigung erfasst.
2. Alle anlässlich einer Leistungserbringung anfallenden Material-, Organisations- und sonstige Fremdkosten werden unter Beifügung von Belegen an den Kunden ohne Berechnung einer Agenturprovision weiterberechnet, sofern nicht ausdrücklich etwas anderes vereinbart worden ist.
3. Wenn der Kunde in Auftrag gegebene Arbeiten außerhalb der laufenden Betreuung ändert oder abbricht, wird er der Agentur die bis dahin angefallenen Honorare und/oder Zeitaufwand vergüten und alle angefallenen Kosten einschließlich ausfallender Honorare und/oder Provisionen erstatten und die Agentur von eventuell entstehenden Ansprüchen Dritter, insbesondere von Auftragnehmern der Agentur, freistellen.
Wenn die Änderung oder der Abbruch der Arbeiten durch eine Pflichtverletzung der Agentur oder ihrer Erfüllungsgehilfen begründet ist, werden ausfallende Honorare und Provisionen nicht erstattet.
4. Sämtliche Vergütungen der Agentur verstehen sich zuzüglich der gesetzlich jeweils zum maßgeblichen Zeitpunkt der Leistungserbringung geltenden Umsatzsteuer.
Bei Rechnungen an Leistungsempfänger außerhalb der Bundesrepublik Deutschland wird keine deutsche Umsatzsteuer berechnet und in den Rechnungen ausgewiesen. Auf diesen Rechnungen ist die jeweilige der Agentur vom Kunden zu benennende VAT-Nummer des Leistungsempfängers anzugeben.
5. Die von der Agentur dem Kunden auf Basis eines genehmigten Kostenvoranschlags ausgestellten Rechnungen sind nach Erhalt und ohne Abzüge fällig.

§ 6 Mitwirkung und Geheimhaltung

1. Die der Agentur übertragenen Arbeiten bedürfen typischerweise beständigen Kontakts und der Abstimmung mit dem Kunden. Über derartige Besprechungen wird die Agentur jeweils ein Besprechungsprotokoll schriftlich erstellen und dem Kunden unverzüglich übermitteln. Diese Protokolle gelten als kaufmännische Bestätigungsschreiben. Darin enthaltene Absprachen und Aufträge und der sonstige Inhalt sind verbindlich, wenn und soweit der Kunde nicht binnen drei Werktagen schriftlich widerspricht.
2. Die Agentur wird alle ihr im Rahmen der Zusammenarbeit mit dem Kunden zur Kenntnis gelangenden Informationen und Unterlagen, die nicht zur Weitergabe an Dritte bestimmt sind, streng vertraulich behandeln.
Sie wird Angestellte und Dritte, die solche Informationen oder Unterlagen zur Durchführung von Arbeiten im Rahmen eines Vertrages erhalten, zu gleicher Verschwiegenheit verpflichten.
Die Vertraulichkeitsverpflichtung gilt über die Dauer des jeweils abgeschlossenen Vertrages hinaus.

§ 7 Haftung und Gewährleistung

1. Die Agentur haftet dem Kunden im Rahmen des abgeschlossenen Vertrages für die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmannes. Die Haftung der Agentur und ihrer Vertreter und Erfüllungsgehilfen für leicht fahrlässige Pflichtverletzungen wird ausgeschlossen - mit Ausnahme der Verletzung wesentlicher Vertragspflichten (sogenannter Kardinalspflichten).
2. Soweit die Agentur, ihre Vertreter und Erfüllungsgehilfen nach der vorstehenden Bestimmung in Absatz 1 haften, beschränkt sich die Haftung auf den Ausgleich des nach Art der Leistung vorhersehbaren und vertragstypischen Schadens.
3. Die Agentur wird den Kunden rechtzeitig auf für sie erkennbare rechtliche Risiken des Inhalts oder der Gestaltung geplanter Kommunikationsmaßnahmen hinweisen.
Erachtet die Agentur für die Realisierung der Maßnahmen eine rechtliche Prüfung durch eine besonders sachkundige Person oder Institution für erforderlich, so trägt der Kunde nach Abstimmung die Kosten.
Hat die Agentur auf Bedenken hingewiesen und besteht der Kunde gleichwohl auf der Realisierung der Kommunikationsmaßnahme, so haftet die Agentur nicht für daraus resultierende Nachteile und Risiken. Der Kunde stellt die Agentur von Ansprüchen Dritter auf erstes Anfordern frei.
4. Schadensersatzansprüche des Kunden verjähren in einem Jahr. Die Verjährung beginnt mit der Entstehung des jeweiligen Schadensersatzanspruchs und der Kenntnis oder grob fahrlässigen Unkenntnis des Kunden von den Anspruchsgründen und der Person des Verletzers; ohne Rücksicht darauf verjährt der Anspruch auf Schadensersatz in 3 Jahren seit der Verletzungshandlung.

§ 8 Aufbewahrung, Archivierung und Herausgabe von Daten und Unterlagen

1. Alle von der Agentur für den Kunden hergestellten Berichte, Druckunterlagen, Filme und Illustrationen sind von der Agentur ohne gesonderte Vergütung für einen Zeitraum von einem Jahr, beginnend mit der Beendigung der betreffenden Kommunikationsmaßnahme, sachgemäß aufzubewahren und während dieser Zeit auf Wunsch dem Kunden auszuhändigen.
Nach Ablauf der Aufbewahrungsfrist oder bei Vertragsende vor Ablauf dieser Frist werden die Unterlagen dem Kunden auf dessen Anforderung ausgehändigt, andernfalls vernichtet. Die vorgenannten Unterlagen können auch in digitaler Form aufbewahrt werden.
Die Kosten der Zusammenstellung von Daten, der Versendung, Verpackung, der Aufbewahrung über die vereinbarte Frist hinaus sowie gegebenenfalls die Kosten des Abtransports und der Vernichtung sowie der damit im Zusammenhang stehenden Tätigkeiten und Versicherungen trägt der Kunde.
2. Nicht mehr benötigte Unterlagen wie Manuskripte, Skizzen, Entwürfe nicht realisierter Werbemaßnahmen oder Ähnliches kann die Agentur sofort vernichten.
3. Die Herausgabe von Daten hat durch Übergabe eines die Daten enthaltenden üblichen Datenträgers zu erfolgen und in der Form, dass eine Bearbeitung durch den Kunden oder seinen Beauftragten zum Zwecke der Aktualisierung der jeweils in den Daten verkörperten Kommunikationsmaßnahme möglich ist.

§ 9 Nutzungsrechte

1. Übertragung
 - 1.1 Alle Nutzungsrechte an den vom Kunden freigegebenen und bezahlten Arbeitsergebnissen der Agentur, seien sie urheberrechtlich geschützt oder nicht, gehen exklusiv auf den Kunden für alle im Rahmen des vereinbarten Verwendungszwecks erforderlichen Nutzungsarten zeitlich und inhaltlich unbeschränkt über.
 - 1.2 Die Nutzungsrechte an freigegebenen und bezahlten Arbeitsergebnissen Dritter, zum Beispiel an Fotografien, sowie die Leistungsschutzrechte Dritter, zum Beispiel von Models, wird die Agentur in dem Umfang auf den Kunden übertragen, wie es für die Durchführung der vertraglich vereinbarten Kommunikationsmaßnahmen erforderlich ist.
Sollten diese Rechte im Einzelfall zeitlich, räumlich, inhaltlich und im Hinblick auf die Nutzungsarten beschränkt und dadurch die Übertragung in dem vorgenannten Umfang nicht möglich sein, wird die Agentur den Kunden darauf hinweisen und nach dessen weiteren Weisungen verfahren; dadurch eventuell entstehende Mehrkosten trägt der Kunde.
Die Agentur übernimmt keine Haftung für gesetzliche Ansprüche von Urhebern auf nachträgliche Vergütungserhöhung nach §§ 32, 32a UrhG; von solchen Ansprüchen stellt der Kunde die Agentur auf erstes Anfordern frei.
 - 1.3 Die Weiterübertragung oder Lizenzierung der Nutzungsrechte durch den Kunden an Dritte bedarf zu ihrer Wirksamkeit der vorherigen schriftlichen Zustimmung durch die Agentur. Ausgenommen hiervon ist die Abtretung oder Lizenzierung an Tochter-Gesellschaften oder verbundene Unternehmen innerhalb eines Konzerns.
2. Vergütung
 - 2.1 Die in § 7 Abschnitt 1.1 genannten Nutzungsrechte an den Arbeitsergebnissen der Agentur sind für die Dauer des jeweils abgeschlossenen Vertrages und für das Vertragsgebiet mit der Bezahlung der in § 4 der AGB genannten Vergütungen abgegolten.
 - 2.2 Für die Nutzung über das jeweilige Vertragsende und/oder das Vertragsgebiet hinaus und/oder für den Einsatz in anderen als den vertraglich vorgesehenen Nutzungsarten und/oder Werbeträgern ist ein Nutzungshonorar mit der Agentur gesondert zu vereinbaren.

§ 10 Eigenwerbung und Urheberbenennung

1. Der Agentur ist es gestattet, ihre Arbeitsergebnisse oder Ausschnitte daraus zum Zwecke der Eigenwerbung – auch nach Beendigung der Vertragszeit – unentgeltlich zu nutzen.
2. Der Agentur verbleibt das Recht zur Urheberbenennung; sie ist berechtigt, ihren Namenszug oder ihr Logo oder sonstige geschäftlich übliche Bezeichnung auf den Werbemitteln des Kunden dezent und nach Abstimmung mit dem Kunden über die Form vorzunehmen, wenn sie von dem Recht Gebrauch machen will.

§ 11 Konkurrenzausschluss

1. Die Agentur verpflichtet sich, während der jeweiligen Vertragsdauer in dem Vertragsgebiet keine Aufgaben, die Gegenstand des betreffenden Vertrages sind, für direkte Wettbewerber des Kunden für identische oder vergleichbare Produkte / Dienstleistungen anzunehmen.
2. Der Kunde verpflichtet sich, für die jeweiligen Vertragsprodukte und/oder -dienstleistungen keine andere Kommunikationsagentur im Vertragsgebiet während der Laufzeit eines Vertrages zu beauftragen.
Im Falle der Kündigung kann jedoch der Kunde während der Dauer der letzten beiden Monate der Kündigungsfrist eine neue Agentur mit Arbeiten beauftragen, wenn dies erforderlich ist, um laufende Projekte nach Beendigung des Vertrages reibungslos fortführen zu können.

§ 12 Schlussbestimmungen

1. Alle Änderungen und Ergänzungen sowie die Kündigung vertraglicher Vereinbarungen bedürfen für ihre Wirksamkeit der Schriftform.
2. Sollte eine Bestimmung dieser AGB ganz oder teilweise unwirksam sein oder werden, so wird die Gültigkeit der AGB im Übrigen hiervon nicht berührt. An die Stelle der unwirksamen Bestimmung soll eine Regelung treten, die im Rahmen des rechtlich Möglichen dem Willen der Parteien am nächsten kommt.
3. Im Falle von Streitigkeiten aus dem Abschluss, der Durchführung oder der Beendigung von jeweils abgeschlossenen Verträgen vereinbaren die Parteien als ausschließlichen Gerichtsstand Hamburg.
Auf die Verträge findet - unter Ausschluss des Internationalen Privatrechts und des UN-Kaufrechts - deutsches Recht Anwendung

Hamburg, im Dezember 2006