

1. Gegenstand des Vertrages

1.1.

Die nachstehenden allgemeinen Geschäftsbedingungen gelten für alle Rechtsgeschäfte von K.-D. Richter mediaproductiv, 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 oder mündlicher Form zu vereinbaren.

1.3.

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

1.2.

Die Agentur erbringt Dienstleistungen aus den Bereichen Print und Mediadesign. Die detaillierte Beschreibung der zu erbringenden Dienstleistungen ergeben sich aus den Ausschreibungsunterlagen, Briefings, Projektverträgen, deren Anlagen und Leistungsbeschreibungen der Agentur.

2. Vertragsbestandteile und Änderungen des Vertrags

2.1.

Grundlage für die Agenturarbeit und Vertragsbestandteil ist neben 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 5 Werktagen nach der mündlichen oder fernmündlichen Mitteilung übergeben wird. Dieses Re-Briefing wird verbindlicher

Vertragsbestandteil, wenn der Kunde diesem Re-Briefing nicht innerhalb von 5 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 Honorar für die vertraglich vereinbarte Dauer und im vertraglich vereinbarten Umfang die einfachen Nutzungsrechte an allen von der Agentur im Rahmen dieses Auftrages gefertigten Arbeiten. Diese Übertragung der einfachen 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 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 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 10 Tagen nach Rechnungsstellung ohne jeden Abzug fällig. Bei Überschreitung der Zahlungstermine steht der Agentur ohne weitere Mahnung ein Anspruch auf Verzugszinsen in Höhe von 10% über dem Basiszinssatz nach § 1 des Diskontsatz-Überleitungsgesetzes 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 Auftrags 100%.

4.5.

Im Preis sind zwei Korrekturdurchläufe inklusive. Für jeder weitere Korrektur wird der Agenturstundensatz von 65 EUR /h netto innerhalb der Geschäftszeiten berechnet. Es gelten folgende Geschäftszeiten: Werktags Montag – Donnerstag 09.00 Uhr – 19.00 Uhr und Freitag 09.00 Uhr bis 14.00 Uhr . Für Express- bzw. Terminarbeiten außerhalb unserer Geschäftszeiten sowie an Wochenenden, werden auf den jeweiligen Preis Zuschläge in Höhe von 25% erhoben. Bei Stundenvergütung erhöht sich der Agenturstundensatz auf 80 EUR /h netto. Als Express- bzw. Terminarbeit gelten insbesondere auch Aufträge die während der regulären Geschäftszeiten erteilt und in der Terminausführung bzw. Abgabe ebenfalls in den Geschäftszeiten am folgenden Werktag enden und nicht während der regulären Geschäftszeit zu realisieren sind.

4.6.

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 der Agentur

6.1.

Die Agentur ist verpflichtet, alle Kenntnisse die sie aufgrund eines Auftrags 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.

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 verauslagt, 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 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.

10. Leistungen Dritter

10.1.

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.

11. Arbeitsunterlagen und elektronische Daten

11.1.

Alle Arbeitsunterlagen, elektronische Daten und Aufzeichnungen die im Rahmen der Auftragsbearbeitung 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, Entwürfen, Produktionsdaten etc.

12. Media-Planung und Media-Durchführung

12.1.

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.

12.2.

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.

12.3.

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

13. Vertragsdauer, Kündigungsfristen

13.1.

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.

14. Streitigkeiten

14.1.

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.

15. Schlussbestimmungen

15.1.

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

15.2.

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

15.3.

Es gilt das Recht der Bundesrepublik Deutschland. Erfüllungsort und Gerichtsstand ist *Gerichtsstand eintragen*.

15.4.

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.

Aktueller Stand 01.12.2021

AGB für die Durchführung von Kampagnen

§ 1 GELTUNGSBEREICH

(1) Für die Geschäftsbeziehungen zwischen der K.-D. Richter media productiv, im Folgenden „media productiv“ genannt und dem Geschäftspartner (im Folgenden „Kunde“) gelten die nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen (im Folgenden „AGB“) in ihrer im Zeitpunkt der Begründung der Zusammenarbeit gültigen Fassung.

(2) Geschäftsbedingungen des Kunden finden keine Anwendung, auch wenn ihrer Geltung im Einzelfall nicht ausdrücklich widersprochen wird.

(3) Grundlage der Geschäftsbeziehungen zwischen media productiv und dem Kunden bilden neben diesen AGB das Angebot von media productiv an den Kunden, im Rahmen dessen sich die Parteien auf die wesentlichen Merkmale der Leistungserbringung einigen. Von den vorliegenden AGB abweichende Regelungen im Angebot erhalten Geltungsvorrang vor diesen AGB.

§ 2 INHALT DER GESCHÄFTSBEZIEHUNG

(1) Der Kunde hat media productiv mit der Leistungserbringung in Bezug auf die Bewerbung, das Marketing und die Verkaufsförderung für u.a. eine Marke, ein Unternehmenskennzeichen, ein Produkt bzw. eine Dienstleistung (nachfolgend auch „Kampagne“) beauftragt.

(2) Die Tätigkeit von media productiv umfasst insbesondere die Konzeption und Durchführung konkreter Werbemaßnahmen sowie aller hiermit im Zusammenhang stehender und im Einzelfall mit dem Kunden vereinbarter verkaufsfördernder Maßnahmen unter Einbindung von Dritten (insbesondere Influencer). In der Wahl und der Implementierung werbe- und verkaufsfördernder Strategien und Maßnahmen ist media productiv grundsätzlich frei, es sei denn, der Kunde macht schriftlich (Textform ausreichend) ausdrückliche gestalterische und konzeptionelle Vorgaben.

(3) media productiv wird die Interessen des Kunden nach besten Kräften wahrnehmen. Der Kunde wird für das Gelingen einer erfolgreichen und vertrauensvollen Zusammenarbeit alle für die Leistungen von media productiv benötigten wesentlichen Informationen, Unterlagen und Daten zur Verfügung stellen.

(4) media productiv ist berechtigt, Leistungen und/oder Teilleistungen in einer Kampagne durch Subunternehmen (insbesondere durch die Beauftragung von dritten Unternehmen sowie Konzernunternehmen von media productiv) erbringen zu lassen, sofern der Kunde nicht ausdrücklich (Textform ausreichend) der Leistungserbringung durch die von media productiv gewählten Subunternehmen aus verständlichen und nachvollziehbaren Gründen widerspricht. Im letzteren Fall bleibt media productiv zur selbstständigen Leistungserbringung verpflichtet, ist jedoch berechtigt, die Geschäftsbeziehung zum Kunden gemäß § 12 Abs. 2 oder Abs. 3 dieser AGB zu kündigen.

§ 3 LEISTUNGEN VON media productiv

(1) Die Beratungsleistungen von media productiv können insbesondere folgende Leistungen umfassen:

- (a) Mitwirkung bei der (Fort-)Entwicklung der Werbestrategie und -taktik des Kunden;
- (b) Beratung zu internationaler, nationaler, regionaler und lokaler Schwerpunktbildung;
- (c) Beratung zur bestmöglichen Erreichung der Zielgruppen;
- (d) Beratung zur wirkungsvollen Einbeziehung von ausgewählten Dritten und Influencern zur bestmöglichen Bewerbung einer Marke, eines Unternehmenskennzeichens, eines Produkts bzw. einer Dienstleistung des Kunden.

(2) Die von media productiv zu erbringende Konzeptionsleistung kann insbesondere umfassen:

- (a) Die Erarbeitung eines Konzepts mit Festlegung von Marketingzielen, Zielgruppen und werblicher Positionierung;
- (b) Die Erarbeitung und Vorlage einer Werbeidee samt Erläuterung der gestalterischen Intention für Marketing und Verkaufsförderung;
- (c) Die Erstellung eines Maßnahmenkatalogs, basierend auf dem entwickelten Konzept;
- (d) Die Erstellung eines Anforderungsprofils für die im Rahmen der Kampagne einzusetzenden Dritten und Influencer;
- (e) Die Recherche geeigneter Dritter und Influencer basierend auf den qualitativen und quantitativen Kriterien des Kunden sowie auf Basis des für den Kunden zur bestmöglichen Vermarktung entworfenen Konzepts.

(3) Die von media productiv zu erbringenden Leistungen im Hinblick auf die Durchführung und Abwicklung der Kampagne können insbesondere umfassen:

(a) Die Kommunikation und Verhandlung mit Dritten und Influencern;

(b) Die Erstellung von Briefings und Verträgen zur Koordinierung des Einsatzes der Dritten und/oder Influencer;

(c) Die Führung von Vertragsgesprächen mit den Dritten und Influencern samt Vereinbarung ihrer Vergütung, den entsprechenden selbstständigen und eigenverantwortlichen Vertragsschluss mit den Dritten und Influencern im eigenen Namen unter Beachtung der Vorgaben des Kunden sowie die Abwicklung der Verträge mit den Dritten und Influencern;

(d) Das Monitoring der Beiträge der Dritten und Influencer im Rahmen der Kampagne. media productiv ist ausdrücklich nicht für die Rechtskonformität im Hinblick auf die korrekte Kenntlichmachung der werblichen Darstellung durch die Dritten und Influencer verantwortlich. media productiv wird die Dritten und Influencer jedoch darauf hinweisen, dass sie ihre Beiträge rechtskonform kennzeichnen;

(e) Die Erstellung von Zwischen- und Endreportings über Ablauf und Ergebnisse der Kampagne anhand von zwischen media productiv und dem Kunden festgelegter KPIs.

(4) Näheres zu den Leistungsinhalten von media productiv kann sich zudem aus Briefings ergeben, die im Einzelnen zwischen media productiv und dem Kunden vereinbart werden.

§ 4 LEISTUNGEN DES KUNDEN

(1) Der Kunde ist verpflichtet, media productiv alle für die Leistungserbringung erforderlichen Unterlagen, Daten, Informationen und Vorlagen rechtzeitig, ggf. innerhalb

von 48 Stunden nach entsprechender Anfrage durch media productiv, zur Verfügung zu stellen. Der Kunde versichert, zur Übergabe dieser Unterlagen, Daten und Informationen berechtigt zu sein.

(2) Diese AGB sind Bestandteil des von media productiv an den Kunden übersandten Angebots, aus dem sich die konkreten Eckdaten der Zusammenarbeit in der jeweiligen Kampagne ergeben. Der Kunde hat innerhalb von fünf (5) Werktagen nach Erhalt des Angebots gegenüber media productiv schriftlich (Textform ausreichend) mitzuteilen, ob er dieses annimmt oder Änderungen hieran wünscht. Der Kunde hat media productiv schriftlich (Textform ausreichend) über Änderungswünsche zu informieren.

(3) Der Kunde verpflichtet sich für die Dauer der Kampagne sowie für einen Zeitraum von 6 Monaten nach Abschluss der Kampagne dazu, nicht selbstständig und unter Umgehung von media productiv auf einen im Rahmen der Kampagne durch media productiv zur Leistungserbringung eingebundenen Influencer zuzugehen und mit ihm eine eigenständige Kooperation einzugehen.

§ 5 VERGÜTUNG

(1) media productiv erhält für die Erbringung der im Angebot und in den AGB beschriebenen Leistungen eine Vergütung in der im Angebot festgelegten Höhe.

(2) Sofern im Angebot nicht bereits ausdrücklich erwähnt, verstehen sich sämtliche Leistungen von media productiv hinsichtlich Vergütung, Auslagen und Reisekosten zuzüglich der gesetzlichen Umsatzsteuer, sofern und soweit diese anfällt.

(3) Zahlungen an media productiv sind sofort nach entsprechender Rechnungstellung ohne jeden Abzug fällig.

(4) media productiv ist jederzeit berechtigt, Teilzahlungen für jeweils in sich abgeschlossene Teile einer Kampagne vom Kunden zu fordern.

(5) In umfangreichen Kampagnen von längerer Dauer (länger als 3 Monate seit Annahme des Angebots) ist media productiv berechtigt, Teilzahlungen unabhängig von der Erledigung in sich abgeschlossener Teile der Kampagne vom Kunden zu fordern. Voraussetzung hierfür ist, dass die jeweils abgerechneten Leistungen von media productiv sich für den Kunden nachvollziehbar aus der jeweiligen Rechnung ergeben.

(6) Eine weitere, nicht im Angebot definierte Vergütung für sonstige Tätigkeiten von media productiv ist vom Kunden nur zu zahlen, wenn diese mit dem Kunden schriftlich (Textform ausreichend) vereinbart worden ist.

(7) Aufwändungsersatz für Auslagen und Reisekosten, die bei media productiv in Erfüllung der Aufgaben im Rahmen der Geschäftsbeziehungen mit dem Kunden anfallen und nicht bereits mit der Vergütung abgegolten sind, sind vom Kunden nach dessen vorheriger Zustimmung und nach Vorlage der Originalbelege zu erstatten.

§ 6 MARKENNUTZUNG

media productiv ist berechtigt, während der Geschäftsbeziehungen sowie darüber hinaus, ohne die Pflicht zur Zahlung einer gesonderten Vergütung an den Kunden, geschützte und ungeschützte Marken, Logos, Namen, Designs oder sonstige geschäftliche Kennzeichen des Kunden in jeder Form zu eigenen Vermarktungszwecken zu verwenden.

§ 7 NUTZUNGSRECHTE

(1) media productiv räumt dem Kunden zum Zeitpunkt ihres Erwerbs durch media productiv, alle übertragbaren Rechte, insbesondere urheberrechtlichen Nutzungsrechte, Rechte zur Markenmeldung und Namensrechte zur Verwertung der während der Kampagne erbrachten Leistungen ein.

(2) Vorgenannte Rechteeinräumung gilt ausdrücklich nur solange und soweit media productiv ihrerseits Inhaberin dieser Rechte und Nutzungsrechte ist oder aus sonstigen Gründen berechtigt war/ist, eine Rechteeinräumung vorzunehmen.

(3) Die Rechteeinräumung an den Kunden gilt ausdrücklich nicht exklusiv. Das Recht zur Weiterübertragung der eingeräumten Rechte ist dem Kunden allerdings gestattet. media productiv bleibt in jedem Fall berechtigt, die eingeräumten Rechte zeitlich und räumlich unbeschränkt nach eigenem Belieben zu nutzen, zu verwerten, weiter zu übertragen oder in sonst einer Form unbeschränkt damit umzugehen.

(4) Sollte media productiv Dritte und Influencer zur Erfüllung der Leistungspflichten aus der Geschäftsbeziehung mit dem Kunden heranziehen, wird media productiv sich darum

bemühen, sich deren Urhebernutzungsrechte sowie weitere an der Leistungserfüllung durch die Dritten und Influencer entstehenden Rechte einräumen, übertragen und/oder zur unbeschränkten sowie zeitlich und räumlich unbegrenzten Nutzung gewähren zu lassen. Hierzu ist media productiv jedoch nicht verpflichtet.

(5) media productiv ist berechtigt, sämtliche während der Geschäftsbeziehungen mit Kunden an diesen zur Vertragserfüllung erbrachten Leistungen, insbesondere Ideen, Entwürfe und Gestaltungen, Designs, Dateien etc. in abgeänderter Art und Weise im Rahmen von Geschäftsbeziehungen mit anderen Kunden zu verwenden.

§ 8 HAFTUNG

(1) media productiv verpflichtet sich, die ihr übertragenen Arbeiten mit fachlicher und kaufmännischer Sorgfalt nach bestem Wissen und Gewissen und unter Beachtung der allgemein anerkannten Grundsätze des Werbewesens durchzuführen.

(2) Für Schäden, die dem Kunden durch Mängel, Verzug oder Nichterfüllung der Verpflichtungen durch media productiv entstehen, haftet media productiv erst dann, wenn media productiv die beanstandeten Mängel auch nach schriftlicher und den Mangel, Verzug oder die Nichterfüllung spezifisch benennender Anzeige (Textform ausreichend) durch den Kunden unter Fristsetzung zu deren Behebung von mindestens zehn (10) Werktagen nicht beheben konnte. Die Schadensersatzpflicht umfasst in diesem Fall insbesondere die Kosten für eine neue Konzeption, Planung und Herstellung der Werbeleistung. Mangel, Verzug oder Nichterfüllung liegen insbesondere nicht schon darin,

dass media productiv und der Kunde mehrere Schleifen in Bezug auf die Veröffentlichung eines Bildes und/oder eines hiermit zusammenhängenden Textes drehen.

(3) Für alle weiteren Schäden, die dem Kunden durch schuldhaftes Verhalten von media productiv entstehen, haftet media productiv bei Vorsatz und grober Fahrlässigkeit unbegrenzt und bei leichter Fahrlässigkeit nur bei der Verletzung wesentlicher vertragstypischer Pflichten und begrenzt auf den bei Vertragsschluss typischerweise vorhersehbaren Schaden. Vorgenannte Einschränkung gilt nicht für die Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit sowie auch dann nicht, wenn eine Einschränkung der Haftung gegen zwingendes Gesetzesrecht verstoßen würde.

(4) Die Haftung von media productiv für mittelbare Schäden und Mangelfolgeschäden wird ausgeschlossen.

(5) media productiv haftet gegenüber dem Kunden ausdrücklich nicht für Schäden, die dem Kunden durch ein Fehlverhalten der zur Vertragserfüllung eingesetzten Dritten und Influencer (ausgenommen sind Subunternehmen) entstehen. Ein solches Fehlverhalten kann insbesondere in einer nicht ausreichenden Kenntlichmachung werblicher Inhalte von Veröffentlichungen in den Netzwerken der sozialen Medien im Internet sowie in sonst einem Medium zur Verbreitung von Werbebotschaften liegen. Für die ordnungsgemäße Kennzeichnung sind allein die eingesetzten Dritten und Influencer und/oder der Kunde verantwortlich. media productiv wird die eingesetzten Dritten/Influencer auf die Pflicht zur rechtmäßigen Kennzeichnung jedoch hinweisen.

(6) Im Übrigen gilt das gesetzliche Haftungsregime.

§ 9 VERTRAULICHKEIT

(1) Die Parteien verpflichten sich, alle ausgetauschten Geschäftsunterlagen mit Bezug zu den Geschäftsvorgängen streng vertraulich zu behandeln.

(2) Die Parteien verpflichten sich, die Pflicht zur vertraulichen Behandlung von Geschäftsunterlagen an ihre Mitarbeiter sowie an Dritte, die für die Leistungserbringung eingesetzt werden, weiterzugeben.

(3) Die Pflicht zur Geheimhaltung gilt für die Dauer der Geschäftsbeziehungen der Parteien sowie für zwei (2) Jahre darüber hinaus.

§ 10 AUFBEWAHRUNG

(1) media productiv wird alle ihr vom Kunden für die Leistungserbringung zur Verfügung gestellten Unterlagen, Dokumente, Daten, Dateien etc. während der Dauer der Geschäftsbeziehungen sowie für mindestens zwei (2) Jahre darüber hinaus aufbewahren bzw. speichern.

(2) Der Kunde ist berechtigt, jederzeit die Herausgabe dieser Unterlagen zu verlangen bzw. die Löschung von Daten und Dateien zu fordern.

§ 11 DATENSCHUTZHINWEISE

Zur Durchführung der Geschäftsbeziehung, zur Erfüllung der hieraus für media productiv resultierenden Verpflichtungen sowie aus berechtigtem Interesse verarbeitet media productiv personenbezogene Daten („pbD“) des Kunden und dessen Mitarbeiter. Mit den in diesem § 11 genannten Datenschutzhinweisen erfüllt media productiv ihre Pflichten aus Art. 13 DSGVO.

Die pbD des Kunden, die media productiv verarbeitet, sind insbesondere etwa der Name, die Adresse, die E-Mail-Adresse, die Telefonnummer, berufsbezogene Informationen der Ansprechperson des Kunden, pbD im Zusammenhang mit anderen personenbezogenen Merkmalen zur Ermittlung der geeigneten Kampagnenstrategie/Kooperationspartner sowie ggf. weitere pbD des Kunden, soweit sie auf eine natürliche Person im Sinne des Art. 4 Nr. 1 DSGVO bezogen sind. Die Zwecke, zu denen media productiv die pbD des Kunden verarbeitet, werden im Folgenden erläutert.

Zur optimalen Durchführung der Kampagne, zur Erfüllung sowie zur ordnungsgemäßen Abwicklung ihrer Verpflichtungen aus dem Vertrag erhebt, speichert und verarbeitet media productiv pbD des Kunden. Hiervon umfasst sind etwa Verarbeitungsschritte der internen Speicherung von pbD, der internen Weitergabe von pbD an den für den Kunden zuständigen Mitarbeiter bei media productiv oder der Aufnahme und Abwicklung der Kommunikation mit dem Influencer. Ferner sind im Zuge der Leistungserbringung Weitergaben der Daten an mit der Vertragserfüllung beauftragte Dritte, Subunternehmen, im erforderlichen Rahmen umfasst. Darunter fällt auch der zweckgerichtete Gebrauch der pbD des Kunden zum Zwecke der Kommunikation und Verhandlung mit Dritten und Influencern im Sinne der Kampagne/Leistungserbringung. Rechtsgrundlage dieser Verarbeitungsschritte ist Art. 6 Abs. 1 lit. b) DSGVO. Sämtliche zu den genannten

Zwecken erfolgende Verarbeitungsschritte sind zur Erfüllung des vorliegenden Vertrags notwendig.

Aus Gründen der erfolgreichen Zusammenführung des Kunden mit potentiellen Influencern sowie zur entsprechenden Anbahnung, Durchführung und Abwicklung von Kampagnen übermittelt media productiv pbD an Influencer. Der Kunde kann selbst mit dem Influencer in Kontakt treten, oder dies über media productiv tun. Rechtsgrundlage dieses Verarbeitungsschrittes ist Art. 6 Abs. 1 lit. b) DSGVO. Sämtliche zu den genannten Zwecken erfolgende Verarbeitungsschritte sind zur Erfüllung des vorliegenden Vertrages notwendig.

Die pbD des Kunden und seiner Mitarbeiter werden zur Erfüllung der genannten Zwecke grds. für die Dauer dieses Vertrags gespeichert sowie für einen angemessenen Zeitraum hierüber hinaus. Dieser Zeitraum bestimmt sich u.a. danach, ob ggf. noch nachvertragliche Ansprüche geltend gemacht werden müssen, spezifische Anforderungen & Anfragen, resultierend aus der Zusammenarbeit mit dem Kunden, dem Influencer und media productiv, bedient werden müssen bzw. auch danach, ob gesetzliche Aufbewahrungspflichten bestehen.

Der Kunde kann gegenüber media productiv die in Art. 15 ff. DSGVO genannten Betroffenenrechte, also insbesondere das Recht auf Auskunft (Art. 15 DSGVO), Berichtigung (Art. 16 DSGVO), Löschung (Art. 17 DSGVO), Einschränkung (Art. 18 DSGVO) von pbD sowie ggf. das Recht auf Datenübertragbarkeit (Art. 20 DSGVO) geltend machen. Darüber hinaus hat der Kunde das Recht nach Art. 77 DSGVO, sich bei der zuständigen Aufsichtsbehörde zu beschweren, wenn er der Ansicht ist, dass die Verarbeitung von pbD durch media productiv gegen die DSGVO verstößt.

§ 12 LAUFZEIT & KÜNDIGUNG

(1) Die Dauer der Geschäftsbeziehung zwischen media productiv und dem Kunden richtet sich nach der Dauer bzw. der Laufzeit der hierunter durchzuführenden Kampagne. Nach Abschluss der Kampagne und vollständiger Erbringung der jeweiligen vereinbarten Leistungspflichten, endet die Geschäftsbeziehung zwischen den Parteien.

(2) Während der Dauer einer Kampagne kann die Geschäftsbeziehung von media productiv unter Einhaltung einer Kündigungsfrist von einem (1) Monat zum Monatsende gekündigt werden. Der Kunde hat in diesem Fall kein Recht zur Geltendmachung von Schadensersatzansprüchen wegen der vorzeitigen Beendigung der Geschäftsbeziehung. Die bis zum Zeitpunkt des Wirksamwerdens der Kündigung erbrachten Leistungen sind ordnungsgemäß abzurechnen und zu vergüten.

(3) Beide Parteien haben das Recht, die Geschäftsbeziehung jederzeit aus wichtigem Grund fristlos zu beenden (zu kündigen).

(4) Im Falle der außerordentlichen Kündigung durch media productiv ist letztere berechtigt, das vereinbarte Honorar für die bis zum Wirksamwerden der Kündigung erbrachten Leistungen vom Kunden (ggf. anteilig) zu verlangen. Sollte die außerordentliche Kündigung auf einem Fehlverhalten oder einer wesentlichen Vertragsverletzung des Kunden beruhen, ist media productiv darüber hinaus berechtigt, die Schäden und die Aufwendungen ersetzt zu verlangen, die media productiv dadurch erleidet, dass sie auf den Fortbestand der Geschäftsbeziehungen vertraute.

§ 13 SONSTIGES

(1) media productiv ist berechtigt, nach vorheriger Einholung der Zustimmung des Kunden, die Rechte und Pflichten aus der Geschäftsbeziehung mit dem Kunden gesamt oder einzeln an Dritte abzutreten bzw. auf Dritte zu übertragen.

(2) Für die gesamte Geschäftsbeziehung zwischen media productiv und dem Kunden, insbesondere für die Regelungen dieser AGB und des Angebots, gilt ausschließlich das Recht der Bundesrepublik Deutschland. Die Anwendung des UN-Kaufrechts wird ausdrücklich ausgeschlossen.

(3) Gerichtsstand für alle Streitigkeiten aus und im Zusammenhang mit der Geschäftsbeziehung zwischen media productiv und dem Kunden, den AGB und/oder dem Angebot ist, sofern kein zwingendes Gesetzesrecht entgegensteht, Münster (Westf.), Deutschland bzw. nach Wunsch von media productiv, der Gerichtsstand des Kunden.

(4) Sollten eine oder mehrere Bestimmungen dieser AGB unwirksam sein oder werden, hat dies keinen Einfluss auf die Wirksamkeit der AGB im Übrigen. An die Stelle der unwirksamen Bestimmung tritt diejenige, die dem wirtschaftlichen Willen der Parteien in diesem Punkt am nächsten kommt.

5) Im Falle von Widersprüchen oder Abweichungen zwischen der deutschen und der englischen Version dieser AGB, gelten ausschließlich die Bestimmungen der deutschen Version dieser AGB.