Die Allgemeinen Geschäftsbedingungen der ap35 Italien GmbH

§ 1 Gegenstand und Geltungsbereich

1. Gegenstand der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) sind sämtliche Ideen, Konzepte, Bilder, Texte, Gestaltungen und sonstige Arbeitsergebnisse, seien sie urheberrechtlich geschützt oder nicht, die von der ap35 Italien GmbH – nachfolgend „Agentur" genannt – für Kunden erbracht und/oder hergestellt beziehungsweise potenziellen Kunden im Rahmen eines Präsentationswettbewerbs (Pitch) vorgestellt 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 treffender vertraglicher Vereinbarung.
2. Das Leistungsspektrum der Agentur umfasst insbesondere die folgenden Beratungs-, Gestaltungs- und Produktionsleistungen:
   - Marktstrategische, werbefachliche und werbetechnische Beratung in allen Fragen der Unternehmenskommunikation und der Produktwerbung
   - Formulierung von Werbezielen auf Grundlage der mit dem Kunden abgestimmten Kommunikationsziele
   - Entwicklung von Texten und Gestaltung von Entwürfen (Roh-Layouts) für alle Printmedien (Anzeigen, Plakate, Broschüren, Kataloge, Folder und anderes)
   - Konzeption, Entwicklung, Gestaltung, Produktion und Projektmanagement für Werbemaßnahmen in digitalen Medien einschließlich Internet und Intra-Net
   - Konzeption, Entwicklung, Gestaltung, Produktion und Projektmanagement bei interaktiven 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 Briefing-Protokoll. Vor Beginn der Kosten verursachenden Arbeit unterbreitet die Agentur dem Kunden einen Kostenvoranschlag in schriftlicher Form.
2. Auftragserteilung:
   - 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 anschließend durch Unterschrift auf der Auftragsbestätigung schriftlich bestätigt werden.
   - 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 Die Agentur stellt die Leistungen wie folgt in Rechnung:

Soweit im Angebot und anschließender Auftragsbestätigung nicht anderweitig vertraglich vereinbart, gelten die unten aufgeführten Zahlungsmodalitäten.

1. Ein Drittel bei Auftragserteilung
2. Ein Drittel mit erster Konzept- bzw. Ergebnispräsentation
3. Ein Drittel nach Fertigstellung

§ 6 Vergütung der Agentur

1. Für alle Leistungen der Agentur wird das Honorar im Rahmen von vom Kunden genehmigten Kostenvoranschlägen vereinbart. Für genehmigte Kostenvoranschläge gilt eine Abweichung von +/– 10 Prozent als von der Genehmigung erfasst, sofern nicht etwas Abweichendes schriftlich vereinbart wird.
2. Alle anlässlich einer Leistungserbringung anfallenden Material-, Organisations- und sonstigen Fremdkosten werden unter Beifügung von Belegen an den Kunden ohne Berechnung einer Agenturprovision weiterberechnet, sofern nicht ausdrücklich etwas anderes vereinbart worden ist. Ferner gilt dies auch für Reisekosten, die mit 0,95€/km in Rechnung gestellt werden.
3. Wenn der Kunde in Auftrag gegebene Arbeiten außerhalb der laufenden

Betreuung ändert oder abbricht, wird er der Agentur bis dahin angefallene 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.

4. Sämtliche Vergütungen der Agentur verstehen sich zuzüglich der gesetzlich jeweils zum maßgeblichen Zeitpunkt der Leistungserbringung geltenden Umsatzsteuer.

§ 7 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 schriftliches Besprechungsprotokoll 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.
3. In gleicher Weise wird der Kunde Informationen, Unterlagen und Daten, die er von der Agentur erhält, sowie Ideen, Konzepte, Bilder, Texte und Gestaltungen, die ihm von der Agentur präsentiert werden und die nicht offenkundig sind, streng vertraulich behandeln.
4. Die Vertraulichkeitsverpflichtung gilt über die Dauer des jeweils abgeschlossenen Vertrages hinaus.

§ 8 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), Verletzung von Leib, Leben und Gesundheit, bei Ansprüchen aus einer Garantie oder aus dem Produkthaftungsgesetz.
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. In solchen Fällen stellt der Kunde die Agentur von Ansprüchen Dritter auf erstes Anfordern frei.

4. Die Verjährungsfrist für den Anspruch auf Schadensersatz beginnt zu dem Zeitpunkt, zu dem der Geschädigte bei Anwendung der üblichen Sorgfalt von der Nichterfüllung, dem Schaden und der kausalen Verknüpfung des einen mit dem anderen sowie von dem subjektiven Element des Vorsatzes oder Verschuldens, das diese Nichterfüllung kennzeichnet, Kenntnis nehmen konnte.

§ 9 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 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. Grundsätzlich erfolgt die Herausgabe von Daten gegenüber dem Kunden oder von ihm beauftragter Dritter nur in geschlossenen, nicht editierbaren Dateien. Sollte der Kunde die Herausgabe von offenen Dateien wünschen, bedarf dies einer schriftlichen Vereinbarung und einer gesonderten Vergütung. Ein Anspruch des Kunden auf Herausgabe von Quellcodes und der entsprechenden Dokumentationen besteht nicht; diese verbleiben bei der Agentur.

§ 10 Nutzungsrechte

1. Übertragung

    1. Alle Nutzungsrechte an den vom Kunden zur werblichen Verwendung freigegebenen und bezahlten Arbeitsergebnissen der Agentur, seien sie urheberrechtlich geschützt oder nicht, gehen auf den Kunden über in dem Umfang, wie es der Zweck des jeweiligen Auftrags gemäß § 4 dieser AGB erfordert. Die Agentur erfüllt ihre Verpflichtungen durch Einräumung ausschließlicher Nutzungsrechte im Vertragsgebiet für die von den Vertragsparteien jeweils in dem Auftrag vorgesehenen Medien und die Einsatzdauer der Werbemaßnahmen. Jede über die

vorstehende Regelung hinausgehende Nutzung bedarf der gesonderten Zustimmung der Agentur.

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.
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.
4. Erstellt die Agentur im Rahmen ihrer vertraglichen Leistungen elektronische Programme oder Programmteile, so ist der jeweilige Quellcode und die entsprechende Dokumentation nicht Gegenstand der Rechteeinräumung auf den Kunden.
5. Nicht Gegenstand der Rechteeinräumung auf den Kunden sind von diesem abgelehnte, abgebrochene oder nicht innerhalb von sechs Monaten nach Übergabe genutzte Leistungen der Agentur (Konzepte, Ideen, Entwürfe etc.). Diese Nutzungsrechte verbleiben bei der Agentur, ebenso wie die daran bestehenden Eigentumsrechte.
6. Erhält die Agentur nach erfolgter Präsentation, beispielsweise in einem Pitch, keinen Auftrag, so ist der andere Teil nicht befugt, die präsentierte Idee und die präsentierten Arbeitsergebnisse der Agentur, seien sie urheberrechtlich geschützt oder nicht, zu nutzen, weder ganz noch teilweise, weder selbst noch durch Überlassung an Dritte. In diesem Fall ist die Agentur zudem berechtigt, die präsentierte Idee und die konzeptionellen Arbeitsergebnisse ganz oder teilweise anderweitig zu verwerten.

2. Vergütung
    1. Die in § 9 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 § 6 der AGB genannten Vergütungen abgegolten.
    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.

§ 11 Eigenwerbung und Urhebernennung

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.

§ 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 Bozen. Auf die Verträge findet italienisches Recht Anwendung. Die Vorschriften des UN-Kaufrechts werden ausgeschlossen.

Meran, im Januar 2021