

PRÄAMBEL

Ziel der AGBs ist die Schaffung einer Arbeitsgrundlage für alle Arbeiten, welche die Leuchtkraft GmbH, nachfolgend "die Agentur" genannt, für Kunden erbringt, insbesondere für Arbeiten zur Optimierung und Erweiterung des werblichen und kommunikativen Auftritts des Unternehmens des Kunden, die Optimierung und Erweiterung der Marketingaktivitäten des Kunden, sowie der Sichtbarmachung seiner Produkte und / oder Dienstleistungen im Markt. Zur Erreichung dieses Zieles sehen sich beide Vertragspartner in einem gegenseitigen Vertrauensverhältnis verbunden und vereinbaren Folgendes:

A. AUFTRAG

Der Kunde beauftragt die Agentur mit den in der Auftragsbestätigung beschriebenen Arbeiten. Bestandteil der Auftragsbestätigung sind die AGB in ihrer jeweils gültigen Fassung. Mit Unterzeichnung der Auftragsbestätigung durch den Kunden gelten diese AGB als für den Auftrag akzeptiert. Mit Unterzeichnung der Auftragsbestätigung nimmt die Agentur diesen Auftrag an und sichert dem Kunden engste Zusammenarbeit und jederzeitige Wahrung seiner Interessen zu. Mit Unterzeichnung der Auftragsbestätigung, also der Beauftragung der Agentur, gehen Kunde und Agentur eine rechtsverbindliche Vertragsbeziehung für die Dauer der beauftragten Arbeiten ein.

B. GRUNDSÄTZE DER ZUSAMMENARBEIT

1. Die Agentur erbringt die vertragsgegenständlichen Leistungen sach-, termin- und fachgerecht entsprechend der vereinbarten Anforderungen und Qualitätskriterien oder - sofern dazu nichts vereinbart ist - nach den Grundsätzen ordnungsgemäßer Berufsausübung.
2. Die Vertragsparteien verständigen sich in regelmäßigen Abständen über Fortschritte und Hindernisse bei der Durchführung der beauftragten Leistungen. Bei Abweichungen von dem vereinbarten Vorgehen oder Zweifeln an der Richtigkeit der Vorgehensweise des anderen unterrichten sie sich unverzüglich gegenseitig.
3. Termine für die Erbringung von Leistungen sind nur dann verbindlich, wenn sie ausdrücklich als solche bezeichnet werden. Ansonsten handelt es sich um Zieltermine, welche im Rahmen des Projektmanagements fortentwickelt werden. Bei Zielterminen darf der Kunde innerhalb einer angemessenen Frist nach Ablauf die Erbringung der ausstehenden Leistungen unter angemessener Fristsetzung schriftlich auffordern.
4. Eine rechtliche Prüfung der Leistungsergebnisse der Agentur, insbesondere nach dem Wettbewerbs-, Marken-, Datenschutz-, Urheber- und Persönlichkeitsrecht, ist ausdrücklich nicht Aufgabe der Agentur, es sei denn, dies wurde schriftlich anderslautend vereinbart. Dasselbe gilt für die Durchführung und die rechtliche Auswertung von markenrechtlichen Recherchen und/oder für die Prüfung der Eintragungsfähigkeit von Marken und Designs/Geschmacksmustern, es sei denn, dies wurde schriftlich anderslautend vereinbart. Die Agentur bemüht sich dennoch, im Rahmen ihrer Möglichkeiten rechtssichere Leistungsergebnisse zu erbringen.
5. Die Agentur setzt zu Erfüllung ihrer Leistungspflichten qualifiziertes und zuverlässiges Personal ein. Die Agentur entscheidet nach eigenem, pflichtgemäßem Ermessen, welche Mitarbeiter zu vertragsgemäßen Leistungserbringung eingesetzt oder ausgetauscht werden. Die Agentur behält sich die Möglichkeit vor, einen Mitarbeiter aus einem wichtigen oder berechtigten Grund durch einen anderen Mitarbeiter mit der notwendigen Qualifikation zu ersetzen. Sie ist gegenüber ihren Mitarbeitern unabhängig von deren Einsatzort ausschließlich weisungsbefugt. Mitarbeiter der Agentur werden nicht in den Betrieb des Kunden eingegliedert und treten in kein Arbeitsverhältnis zum Kunden.
6. Die Agentur ist hinsichtlich der Art der Durchführung der beauftragten Leistungen nach Zeit und Ort grundsätzlich.

C. ALLGEMEINE LEISTUNGEN DER AGENTUR

1. Marketing*- und Kommunikations-Consulting
2. Markenplanung, Markenführung- und Entwicklung, Implementierung beim Kunden
3. Markenthemenmanagement
4. Vertriebsorientierte, umfassende Marketingkonzeptionierung- und Planung sowie praktischer Marketing-Support nach dem SEVEN Prinzip
5. Konzeptionierung, Planung und Umsetzung von Kommunikationsmassnahmen
6. Konzeptionierung, Planung, Umsetzung und Fortentwicklung aller Arten von Print- und Webdesigns, sowie von Print- und Webprodukten, Werbemitteln, Merchandise Artikeln, inklusive aller Arten und Mittel der werblichen Kommunikation
7. Entwicklung CI / CD
8. Social Media Betreuung
9. Umfassende Betreuung, Konzeption und Kreation im Bereich Storytelling
10. Professionelle fotografische Bildproduktion, inkl. Konzeption und Bildsprachenkreation
11. Professionelle filmische Bildproduktion, inkl. Konzeption und Bildsprachenkreation
12. Konzeption und Produktion von 2D sowie 3D Grafiken und Bildern (Renderings)
13. Veranstaltungskonzeption, Planung und Umsetzung
14. Workshops und Trainings zu den Punkten 2-10
15. Marktstrategische, werbefachliche und werbetechnische Beratung in allen Fragen der klassischen, digitalen und crossmedialen werblichen Kommunikation

*Marketing wird gemäss der American Marketing Association AMA definiert als "Kommunikation komparativer Wettbewerbs- und Mitbewerbervorteile unter Verwendung geeigneter Kommunikationsmittel und Kanäle."

D. - entfällt -

E. MITWIRKUNG DES KUNDEN

1. Angaben zu Aktivitäten, Projekten und Budget

1.1 Der Kunde wird der Agentur alle für deren Arbeit erforderlichen oder dienlichen Daten und Informationen über Marketingziele, Märkte und Produkte unaufgefordert zur Verfügung stellen. Die Agentur verpflichtet sich zur streng vertraulichen Behandlung solcher nach 1.1. und 1.2 übermittelten Daten und Informationen.

2. Unterstützungspflicht /Genehmigungen

Der Kunde wird die Agentur bei Erfüllung ihrer vertraglich geschuldeten Leistung in angemessenem Umfang unterstützen. Dazu gehört insbesondere die rechtzeitige Zurverfügungstellung von Informationen, Datenmaterial sowie die Benennung von Ansprechpartnern innerhalb des Kunden soweit die Mitwirkungsleistungen des Kunden dies erfordern. Der Kunde wird Genehmigungen so rechtzeitig erteilen, dass der Arbeitsablauf der Agentur und damit die Realisierung aller Massnahmen und Aktivitäten nicht beeinträchtigt werden. Kann die Agentur die Leistungen wegen fehlender und unzureichender Mitwirkungsleistungen oder Beistellungen nicht oder nur mit Mehraufwendungen erbringen, ist sie berechtigt, hierdurch notwendige Mehraufwendungen gegenüber dem Kunden geltend zu machen. Durch fehlende Mitwirkung des Kunden nicht eingehaltene Termine können nicht der Agentur angelastet werden.

3. Verantwortlichkeit für Inhalte des Kunden

Sofern der Kunde der Agentur Materialien und/oder Inhalte (z.B. Markenlogos, Texte, Produkte, jedwedes Bildmaterial, jedwedes Bewegtbildmaterial, Grafiken, Designs) überlässt, sichert er zu, dass diese frei von Rechten Dritter sind und deren Nutzung bzw. Veröffentlichung nicht in irgendeiner Form gegen geltendes Recht verstossen. Zu den überlassenen Inhalten gehören auch solche Inhalte und deren Quellen, die der Kunde der Agentur im Hinblick auf die Durchführung der beauftragten Leistungen empfiehlt oder vorschlägt. Sollte die Agentur aufgrund solcher vom Kunden stammenden Inhalte von Dritten in Anspruch genommen werden, stellt der Kunde die Agentur von diesen Ansprüchen (inklusive der notwendigen Kosten für die Abwehr oder Durchsetzung allfälliger Rechtsansprüche) auf erstes Anfordern frei.

F. EINSATZ VON SUBUNTERNEHMERN, FREMD-LEISTUNGEN

1. Die Agentur hat das Recht, zur Erfüllung der beauftragten Leistungspflichten Subunternehmer oder freie Mitarbeiter (Dienstleister) einzusetzen. Diese gelten als Erfüllungsgehilfen der Agentur. Die von der Agentur beauftragten Dienstleister haben die in diesem Vertrag beschriebenen Verpflichtungen, die für die Agentur gelten, insbesondere die Geheimhaltung und den Datenschutz, ebenso einzuhalten und zu beachten.
2. Fremdleistungen Dritter (z.B. Produktion, Programmierung, Druck, Lektorat, Übersetzungen, rechtliche Beratung, Messebau) werden von der Agentur im Auftrag gegenüber dem Kunden gesondert ausgewiesen. Sofern nicht anders vereinbart, werden Fremdleistungen entweder im Namen und auf Rechnung des Kunden beauftragt oder im Namen der Agentur und auf Rechnung des Kunden.

G. VERGÜTUNG DER AGENTUR

Die Vergütung der Agentur erfolgt, wenn nichts anderes vereinbart wurde, gemäss der Liste "Zeitpreise und technische Kosten" der Agentur welche dem Kunden ausgehändigt werden kann. Davon abweichende Regelungen, wie z.B. Fixpreise für bestimmte Arten von Aufträgen, werden in der Auftragsbestätigung genannt. Mit Unterzeichnung der Auftragsbestätigung durch den Kunden gelten die entsprechenden Vergütungen gemäss Liste, und / oder Festpreise als akzeptiert und vereinbart.

1. Barauslagen, Rechtegebühren, Künstlerabgaben

- 1.1 Barauslagen und besondere Kosten, die der Agentur auf ausdrücklichen Wunsch des Kunden entstehen, werden zum Selbstkostenpreis berechnet. Hierzu zählen zum Beispiel außergewöhnliche Kommunikations-, Versand- oder Vervielfältigungskosten.
- 2.2 Rechte-Gebühren, Künstlerabgaben und Zollkosten und ähnliche Kosten werden dem Kunden netto in Rechnung gestellt, auch wenn sie erst nachträglich erhoben werden.

2. Reisekosten

Sofern die Agentur Leistungen im Einvernehmen mit dem Kunden außerhalb ihres Sitzes erbringt hat sie über die vereinbarte Vergütung hinaus Anspruch auf Erstattung der Reisekosten inklusive aller erforderlichen Auslagen, Aufwendungen und Spesen. Reisezeiten werden nach tatsächlichem Aufwand zum Stunden- bzw. Tagessatz abgerechnet. Zur Anwendung kommt die Liste "Zeitpreise und technische Kosten" der Agentur in ihrer jeweils gültigen Fassung. Reisekosten zum Firmensitz des Kunden werden im Rahmen der Kundenbetreuung im Zuge der Auftragsbefreiung nicht in Rechnung gestellt.

3. Umsatzsteuer

Sämtliche Vergütungen der Agentur verstehen sich zuzüglich der gesetzlich jeweils geltenden Umsatzsteuer. Bei Rechnungen an Leistungsempfänger ausserhalb der Schweiz wird keine Schweizer Umsatzsteuer berechnet und in den Rechnungen ausgewiesen.

4. Fälligkeit und Skonti

4.1 Die von der Agentur dem Kunden ausgestellten Rechnungen sind nach Erhalt und ohne Abzüge fällig.

4.2 Im Bereich der Werbemittelherstellung erstellt die Agentur nach Abschluss eines Auftrages die Abrechnung. Bei größeren Aufträgen oder solchen, die sich über einen längeren Zeitraum erstrecken, ist die Agentur berechtigt, Zwischenabrechnungen beziehungsweise Vorausrechnungen zu erstellen oder Akontozahlungen abzurufen.

4.3 Skonti auf Agenturvergütungen werden nicht gewährt.

5. Eigentumsvorbehalt

10.1 Alle gelieferten Waren (Konzepte, Ausarbeitungen, Pläne, Designs aller Art, Produkte und Waren, Bildmaterial jedweder Art, Bewegtbildmaterial jedweder Art) bleiben bis zur Erfüllung aller Forderungen aus dem Arbeitsvertrag im Eigentum der Agentur, im Falle, dass der Besteller eine juristische Person des öffentlichen Rechts, öffentlich-rechtliches Sondervermögen oder ein Unternehmer in Ausübung seiner gewerblichen oder selbstständigen beruflichen Tätigkeit ist, auch darüber hinaus aus der laufenden Geschäftsbeziehung bis zum Ausgleich aller Forderungen, die der Agentur im Zusammenhang mit dem Vertrag zustehen. Die definierten Nutzungsrechte des Kunden an den von der Agentur gelieferten Waren gilt erst nach Erfüllung aller Forderungen aus dem Vertrag an die Agentur.

10.2 Für Test-, Vorführ-, Auswahl- oder reine Sichtungszwecke gelieferte Waren (Konzepte, Ausarbeitungen, Pläne, Designs aller Art, Produkte und Waren, Bildmaterial jedweder Art, Bewegtbildmaterial jedweder Art) verbleiben im Eigentum der Agentur und dürfen vom Kunden nur für den beabsichtigten Test-, Vorführ-, Auswahl- oder Sichtungszweck genutzt werden und in keine anderweitige Nutzung übernommen werden. Ebenso ist die Übertragung von Nutzungsrechten an diesen Waren durch den Kunden an Dritte ohne Genehmigung durch die Agentur nicht gestattet. Die Waren dürfen vom Kunden nur aufgrund gesonderter schriftlicher Vereinbarung über den Test-, Vorführ-, Auswahl- oder Sichtungszweck hinaus genutzt werden.

11. Abbruch / Absage von beauftragten Arbeiten / Ausfallhonorar

Wenn der Kunde verbindlich gebuchte Aufträge gleich welcher Art abbricht oder storniert wird ein Ausfallhonorar fällig, welches sich nach der in der Offerte genannten Auftragsvergütung richtet. Dies können Fixpreise sein, oder zu erwartende Zeithonorare bei mittleren Aufwandsannahmen. Das Ausfallhonorar beträgt bei Stornierungen 48 Stunden oder kürzer vor Beginn der Leistungserbringung 50% der offerierten Auftragsvergütung. Bei Stornierungen, die längerfristig vor Beginn der Leistungserbringung erfolgen beträgt das Ausfallhonorar 20% der offerierten Auftragsvergütung. Wird ein verbindlich gebuchter Auftrag während der Leistungserbringung abgebrochen (Beispiel: Abbruch einer Filmproduktion während der Produktionsphase, Stornierung der Leistungserbringung im Zusammenhang mit Messen während der Aufbau- oder Durchführungsphase, Abbruch einer Designarbeit während die Arbeit bereits im Gange ist) hat das ein Ausfallhonorar i.H.v. 80% der Auftragsvergütung gem. Offerte zur Folge, sowie die Verpflichtung des Kunden der Agentur alle bislang im Zusammenhang mit dem Auftrag angefallenen Kosten zu ersetzen. In jedem Falle ist die Agentur vom Kunden von allen Verbindlichkeiten gegenüber Dritten freizustellen. Eine Auftragsverschiebung von mehr als 6 Monaten gilt nach diesen AGB als Stornierung. Wird ein stornierter Auftrag innerhalb von 6 Monaten erneut beauftragt, werden 10% des gezahlten Ausfallhonorars bei Ausstellung der Schlussrechnung in Abzug gebracht. Wird ein abgebrochener Auftrag innerhalb von 6 Monaten fortgesetzt erhöht sich das Auftragshonorar pauschal um 10%. Als verbindliche Buchung gilt die Annahme einer Offerte über das Online-Tool BEXIO, das Vorliegen einer verbindlichen Leistungsbestellung über BEXIO, sowie jede andere nach dem Rechtsprinzip von Treu und Glauben als verbindlich anzusehende schriftliche Bestellung einer Leistung, per Email, WhatsApp, iMessage, SMS o.ä. .

H. AUFTRAGSVERGABE

1. Briefing

Basis der Tätigkeit der Agentur bildet das Briefing durch den Kunden. Wird das Briefing mündlich erteilt, ist darüber ein Briefing-Protokoll von der Agentur zu fertigen. Dieses wird zur verbindlichen Arbeitsunterlage; insoweit gilt die Regelung über Besprechungsprotokolle in Ziffer 4 entsprechend. Das Briefing-Protokoll ist Bestandteil der Auftragsbestätigung.

2. Kostenvoranschläge

Vor Beginn jeder Kosten verursachenden Arbeit hat die Agentur dem Kunden einen Kostenvoranschlag in schriftlicher Form zu unterbreiten. Näheres (z.B. Benennung KVA-pflichtiger Tätigkeiten oder Vereinbarung von Budgetobergrenzen für Arbeiten für deren Überschreitung es einer schriftliche Genehmigung durch den Kunden bedarf) wird in der - geregelt.

3. Auftragserteilung

3.1 Der Kunde erteilt den Auftrag an die Agentur durch Unterzeichnung der Auftragsbestätigung. Die Genehmigung soll in der Regel schriftlich erfolgen. Erfolgt sie mündlich, so soll sie in einem Besprechungsprotokoll festgehalten werden. Mit Unterzeichnung der Auftragsbestätigung gilt der KVA, bzw. der in der Auftragsbestätigung genannte Preis als akzeptiert, auf Basis der im Briefingprotokoll aufgeführten Leistungen; ebenso gelten diese AGB als Bestandteil der Auftragsbestätigung als akzeptiert.

3.2 Kleinere Einzelaufträge bis maximal 500 CHF netto dürfen formlos erteilt werden; ebenso bedürfen Zusatz-Aufträge im Rahmen laufender Arbeiten wie zum Beispiel Zwischenaufnahmen, Satzkosten, Retuschen, Designfortentwicklungen, Texten und dergleichen nicht der Vorlage von Kostenvoranschlägen und formaler Auftragsbestätigungen. Es genügt die Textform in jedweder Art (Email, SMS, Messenger Nachrichten). Die Gültigkeit dieser AGB bleibt davon unberührt.

3.3 Produktionsaufträge werden von der Agentur nach Freigabe durch den Kunden in der Regel im Namen und auf Rechnung des Kunden erteilt. Die Agentur überwacht die Produktion und prüft das Produktionsergebnis.

4. Besprechungsprotokolle (Kontaktberichte)

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.

I. ÄNDERUNGEN VON ARBEITEN (CHANGE REQUEST)

1. Nachträgliche Änderungen der beauftragten Leistungen (Change Request) durch den Kunden sind der Agentur möglichst frühzeitig und hinreichend konkret mitzuteilen und benötigen zu deren Wirksamkeit einer ausdrücklichen Bestätigung durch die Agentur.
2. Ist bei Vorliegen einer nachträglichen Änderung der Auftragsbeschreibung die ursprünglich beauftragte Leistung nicht oder nur noch teilweise durchführbar, ist die Agentur berechtigt, die weitere Leistungserbringung einzustellen. Die Agentur wird dies dem Kunden mitteilen. Widerspricht der Kunde der Leistungseinstellung, so setzt die Agentur die ursprüngliche Leistungserbringung fort.
3. Sofern der Agentur durch den Change Request Mehrkosten entstehen, wird die Agentur den Kunden hierauf hinweisen. Die Agentur ist berechtigt, die Mehrleistungen dem Kunden in Rechnung zu stellen.

J. NUTZUNGSRECHTE; UMFANG UND VERGÜTUNG

1. Alle urheberrechtlichen und sonstigen Nutzungsrechte an den vom Kunde freigegebenen und bezahlten Arbeitsergebnissen der Agentur gehen auf den Kunden über in dem Umfang, wie es der von beiden Vertragspartnern zu Grunde gelegte Zweck des jeweiligen Auftrages gemäß H. dieses Vertrages erfordert. Im Zweifel erfüllt die Agentur ihre Verpflichtungen durch Einräumung ausschliesslicher Nutzungsrechte im Land in dem der Kunde seinen Sitz hat, für die von den Vertragsparteien jeweils in dem Auftrag vorgesehenen Medien und Einsatzdauer der Massnahmen. Jede darüberhinausgehende Nutzung der Arbeitsergebnisse der Agentur bedarf der gesonderten Zustimmung der Agentur.

2. Zieht die Agentur zur Vertragserfüllung Dritte heran, wird sie die Nutzungsrechte an deren Leistungen im Umfang der vorstehenden Regelung für den Kunden auf dessen Kosten erwerben und dementsprechend dem Kunden übertragen. Sollten diese Rechte im Einzelfall in diesem Umfang nicht erhältlich oder deren Erwerb nur mit unverhältnismässig hohen Kosten möglich sein, wird die Agentur den Kunden darauf hinweisen und nach seinen Weisungen verfahren. Dadurch entstehende Mehrkosten trägt der Kunde.

3. Der Kunde ist berechtigt, die Nutzungsrechte ganz oder teilweise auf Tochtergesellschaften oder verbundene Gesellschaften innerhalb eines Konzerns weiter zu übertragen.

4. Die Agentur ist - auch bei Übertragung ausschliesslicher Nutzungsrechte auf den Kunden - berechtigt, die Arbeitsergebnisse im Rahmen der Durchsetzung oder Abwehr von Rechtsansprüchen, sowie für ihre Eigenwerbung unentgeltlich zu verwenden unter Nennung des Kundennamens, auch nach Vertragsende, in allen Medien einschließlich Internet, Social Media und im Rahmen von Wettbewerben und Präsentationen, uneingeschränkt nach Medium, nach Zeit oder geografischem Gebiet. Abweichungen von dieser Regelung bedürfen der Schriftform und können höhere Vergütungs- und Honorarsätze als in der Liste "Zeitpreise und technische Kosten" nach sich ziehen.

5. Erstellt die Agentur im Rahmen ihrer vertraglichen Leistungen Software, so ist der jeweilige Sourcecode und die entsprechende Dokumentation nicht Gegenstand der Rechteeinräumung an den Kunden. Gleiches gilt für die so genannten "offenen Daten" von Printdesigns oder Rohmaterial von Bild- und Bewegtbildproduktionen. Sofern der Kunde eine Überlassung des Sourcecodes, der offenen Daten oder von Rohmaterial wünscht, muss dies gesondert und schriftlich mit der Agentur vereinbart werden. Die kann höhere Vergütungs- und Honorarsätze nach sich ziehen.

6. Nicht Gegenstand der Rechteübertragung auf den Kunden sind von diesem abgelehnte, abgebrochene oder nicht innerhalb von 6 Monaten nach Übergabe genutzte Leistungen der Agentur (Konzepte, Ideen, Entwürfe etc.). Diese Nutzungsrechte verbleiben bei der Agentur, ebenso die daran bestehenden Eigentums- und Nutzungsrechte.

7. Die in vorstehend Ziffer 1 Satz 1 und 2 genannten Nutzungsrechte sind mit der Bezahlung der in diesem Vertrag unter G vereinbarten Vergütung abgegolten. Eine Ausdehnung der Nutzung über Ende das eventuell vereinbarte Zeitlimit oder das Vertragsgebiet hinaus und/oder für den Einsatz in anderen als den im jeweiligen Auftrag genannten Nutzungsarten und/oder das Recht, die Arbeitsergebnisse der Agentur zu bearbeiten und zu verändern, bedarf der ausdrücklichen vorherigen Zustimmung der Agentur und muss gesondert vergütet werden.

8. Für die Verhandlung von Buyouts zur Verwendung der Arbeitsergebnisse Dritter ist vom Kunden eine Service-Fee von 15 % auf die Netto-Nutzungsvergütung des jeweiligen Dritten an die Agentur zu zahlen.

9. Die Agentur übernimmt keine Haftung für gesetzliche Ansprüche von Urhebern auf nachträgliche Vergütungserhöhung nach Urhebergesetz; von solchen Ansprüchen stellt der Kunde die Agentur auf

erstes Auffordern frei. Die Agentur weist den Kunden vorsorglich darauf hin, dass einem Urheber nach dem Urhebergesetz weitere gesetzliche Ansprüche gegenüber dem Inhaber von Nutzungsrechten zustehen können (z.B. auf Auskunft, Rechenschaft und Rückruf), die vertraglich nicht ausgeschlossen werden können.

K. HAFTUNG

1. Die Agentur haftet dem Kunden für die sorgfältige und fachkundige Auftragsausführung. 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 Leben, Leib und Gesundheit, bei Ansprüchen aus einer Garantie sowie 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 Massnahmen und Aktivitäten hinweisen. Die Agentur übernimmt keine eigene rechtliche Überprüfung der von ihr erbrachten Leistungen. Erachtet die Agentur für die Realisierung von Massnahmen und Aktivitäten des Kunden eine rechtliche (z.B. wettbewerbs- oder markenrechtliche) Prüfung durch eine besonders sachkundige Person oder Institution für erforderlich, so trägt der Kunde – nach Abstimmung – die Kosten.

4. Eine Haftung der Agentur ist ausgeschlossen, sofern und soweit die Agentur den Kunden schriftlich unter Darlegung der Gründe auf Bedenken hinsichtlich der Vereinbarkeit eines Auftrags, einer Massnahme oder einer Aktivität mit dem geltenden Recht – insbesondere Markenrecht, Datenschutzgesetzgebung, Persönlichkeitsrechte – hingewiesen hat und der Kunde sich trotz des Hinweises gegen eine Änderung der betreffenden vertragsgegenständlichen Leistungen entscheidet. Der Kunde stellt die Agentur in diesen Fällen von Ansprüchen Dritter auf erstes Anfordern frei. Hiervon umfasst sind auch die notwendigen Rechtsverfolgungskosten.

5. Ansprüche des Kunden verjähren in einem Jahr ab Erbringung der beauftragten Leistungen. Hiervon ausgenommen sind Ansprüche wegen der Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit und/oder wegen grob fahrlässig oder vorsätzlich verursachter Schäden sowie Ansprüche aus der Übernahme einer Garantie oder aus Produkthaftung – insoweit gelten die gesetzlichen Verjährungsfristen.

6. In keinem Fall haftet die Agentur für in Marketing-, Kommunikations- und Werbemaßnahmen und Aktivitäten durch den Kunden gemachte Sachaussagen über die Produkte.

L. EINSATZ VON FREMDLEISTUNGEN

1. Sind beim Einsatz von Fremdleistungen durch die Agentur im Rahmen der Leistungserfüllung gegenüber dem Kunden Sach- oder Rechtsmängel auf ein fehlerhaftes Erzeugnis eines Dritten zurückzuführen, der nicht Erfüllungsgehilfe der Agentur ist, und gibt die Agentur das Erzeugnis an den Kunden weiter, sind die Mängelansprüche des Kunden auf die Abtretung der Mängelansprüche von der Agentur gegenüber dem Dritten beschränkt (z.B. bei Verwendung von Open Source Software). Die Agentur hat den Mangel hingegen zu vertreten, wenn die Mangelursache durch die Agentur gesetzt wurde, d.h. der Mangel auf einer von der Agentur zu vertretenden unsachgemäßen Modifikation, Einbindung oder sonstigen Behandlung des Dritterzeugnisses beruht.

2. Die Agentur ist nicht verantwortlich, falls Dritterzeugnisse durch den Dritten eingeschränkt oder insgesamt eingestellt werden. Führt der Dritte eine Gebühr für die Zurverfügungstellung der Dritterzeugnisse ein, hat die Agentur das Recht die mit dem Kunden vereinbarte Vergütung dementsprechend anzupassen, sofern der Kunde die Nut-

zung der Dritterzeugnisse nach Rückfrage fortsetzen möchte und die Vergütung zu Lasten der Agentur gehen würde.

3. Die Weitergabe von Dritterzeugnissen gilt für den Kunden als deutlich erkennbar, wenn die Agentur auf sie im Rahmen der Auftragsbeschreibung oder der Auftragsabwicklung hinweist, diese sich aus dem Auftrag ergeben oder für den Kunden aufgrund der eigenen Sachkenntnis hätten erkennbar sein müssen.

M. GEHEIMHALTUNG / UNTERLAGEN DES KUNDEN

1. Schutz von vertraulichen Informationen

Die Agentur wird sämtliche Informationen, die sie über den Kunden im Zusammenhang mit der Zusammenarbeit und im Rahmen der Auftragserfüllung (nachfolgend: „vertrauliche Informationen“) erhält oder gewinnt auch über das Ende der vertraglichen Beziehungen hinaus vertraulich behandeln und nur im Rahmen der Vertragsbeziehung nutzen. Sie wird die vertraulichen Informationen vor dem Zugriff Dritter schützen und sie – soweit nicht zur Erreichung des Vertragszwecks geboten – weder aufzeichnen, noch Dritten zugänglich machen, noch verwerten.

Die Verpflichtung zur Vertraulichkeit gilt nicht für solche Informationen,

- die zum Zeitpunkt der Offenlegung öffentlich bekannt oder öffentlich zugänglich sind oder die zu einem späteren Zeitpunkt öffentlich bekannt oder öffentlich zugänglich werden, ohne dass dies die Agentur zu vertreten hätte;
- von denen die Agentur auf anderem Wege als durch den Kunden und ohne Verstoss gegen vertragliche oder gesetzliche Vertraulichkeitspflichten Kenntnis erlangt; oder
- die die Agentur ohne Rückgriff auf vertrauliche Informationen des Kunden selbständig entwickelt hat. Sie gilt ferner nicht, soweit die Agentur aufgrund gesetzlicher Verpflichtung oder auf bestands- oder rechtskräftige Anordnung einer Behörde oder eines Gerichts zur Offenlegung vertraulicher Informationen verpflichtet ist; sie hat dies dem Kunden, soweit zulässig und möglich, rechtzeitig vor Weitergabe mitzuteilen. Die Agentur darf die vertraulichen Informationen nur im erforderlichen Umfang herausgeben und hat, soweit möglich, deren Geheimhaltung durch den jeweiligen Empfänger sicherzustellen.

Im Übrigen dürfen vertrauliche Informationen von der Agentur nur mit vorheriger Zustimmung des Kunden Dritten gegenüber offengelegt werden. Keine Dritten in diesem Sinne sind die Berater und Dienstleister der Agentur, die entweder von Berufs wegen zur Verschwiegenheit verpflichtet sind oder die sich zuvor schriftlich gegenüber der Agentur zur Verschwiegenheit verpflichtet haben.

2. Unterlagen des Kunden

Die Agentur hat die von dem Kunden überlassenen Unterlagen einschließlich Schriftstücken, CD-ROMs, sonstigen Speichereinheiten und Ähnliches als Unterlagen des Kunden zu kennzeichnen, sie sorgsam aufzubewahren, durch geeignete Massnahmen gegen den Zugriff Unberechtigter zu schützen und gegen die nicht vertragsgemässe Nutzung, Vervielfältigung und Weitergabe zu sichern. Die vorstehenden Verpflichtungen gelten auch für Kopien von Unterlagen des Kunden.

3. Herausgabe bzw. Vernichtung der Unterlagen

Die Agentur ist verpflichtet, alle im Rahmen der Vertragsdurchführung erhaltenen oder von ihr erstellten Dokumente und Datenträger unverzüglich nach vertragsgemässer Benutzung, spätestens jedoch nach Beendigung dieses Rahmenvertrags oder des letzten auf seiner Grundlage geschlossenen Auftrages an den Kunden herauszugeben oder auf dessen Wunsch zu vernichten; gespeicherte Daten sind unwiederbringlich zu löschen. Ein Zurückbehaltungsrecht besteht nicht.

Die Bestimmungen dieses Absatzes gelten nicht, soweit der Herausgabe, Vernichtung oder Löschung zwingende gesetzliche Bestimmungen, insbesondere gesetzliche Aufbewahrungspflichten, entgegenstehen. Ferner besteht kein Anspruch auf Löschung von Daten, welche zur Durchsetzung von Honorarforderungen, zur Durchsetzung oder Abwehr von Rechtsansprüchen benötigt werden.

4. Verpflichtung der Erfüllungsgehilfen zur Vertraulichkeit

Die Verpflichtung zur Vertraulichkeit erstreckt sich auch auf die von der Agentur im Rahmen der Durchführung dieses Vertrags und der auf seiner Grundlage geschlossenen Agenturaufträge eingesetzten Erfüllungsgehilfen. Sie wird diesen entsprechende Geheimhaltungspflichten auferlegen und dies dem Kunden auf Verlangen nachweisen.

N. DATENSCHUTZ

1. Die Vertragspartner werden die gesetzlichen Vorschriften zum Datenschutz, inklusive der Regelungen der EU-DSGVO einhalten. Die EU-DSGVO ist durch Angemessenheitsbeschluss der EU-Kommission gem. Artikel 45 EU-DSGVO auch in der Schweiz sinngemäss einzuhalten. In Fällen, in welchen die Daten auf das Gebiet der EU gelangen, oder von EU Gebiet aus abrufbar sind, erlangt die EU-DSGVO quasi extraterritoriale Gültigkeit und ist zu beachten und einzuhalten.
2. Sofern zur Durchführung der vertraglichen Leistungen eine Übertragung bzw. Verarbeitung von personenbezogenen Daten erfolgt, schließen die Vertragspartner eine gesonderte Auftragsverarbeitungsvereinbarung (AVV). Werden durch die Agentur personenbezogene Daten, oder personenbezogenen Daten besonderer Kategorie im Rahmen eines Kundenauftrags durch die Agentur erhoben, wird dies nur bei Vorliegen eines Ausnahmetatbestandes gem. EU-DSGVO geschehen. Im Regelfall wird die Agentur dafür gesonderte Verträge mit den betroffenen Personen zur Herleitung eines Ausnahmetatbestandes abschliessen. Ordnet der Kunde eine Datenerhebung ohne Ausnahmetatbestand an, ist er über diesen Umstand von der Agentur zu informieren. Insistiert der Kunde auf die Datenerhebung, und kommt aus diesem Umstand heraus zu einer Geltendmachung von Rechtsansprüchen seitens der betroffenen Person gegen die Agentur, so stellt der Kunde die Agentur auf erste Aufforderung hin von der Haftung frei und übernimmt die Verantwortung und sämtliche rechtliche Konsequenzen die aus diesem Verstoß gegen die EU-DSGVO erwachsen können, inklusive aller Rechtsverfolgungskosten die der Agentur entstehen können.

O. entfällt-

P. Regelungen für das Vertragsende / Beendigung der Zusammenarbeit

1. Soweit die Agentur Verpflichtungen gegenüber Dritten im Rahmen ihrer Beauftragung durch den Kunden eingegangen ist (Festaufträge), erklärt sich der Kunde bereit, diese Verpflichtungen auch nach Vertragsende unter Einschaltung der Agentur zu erfüllen.
2. Die Agentur ist bereit, Reservierungen in tarifgebundenen Werbeträgern für die Zeit nach Vertragsende auf den Kunden oder von ihm benannte Dritte dann zu übertragen, wenn der Kunde oder der Dritte die bei der Agentur bereits entstandenen beziehungsweise verursachten Kosten übernimmt. Die Übertragung hat zur Voraussetzung, dass die Agentur aus jeglicher Haftung entlassen und vom Kunden auf erstes Anfordern gegenüber Dritten freigestellt wird.

Q. EXKLUSIVITÄT

1. Die Agentur verpflichtet sich, während der Auftragsbearbeitung für den Kunden in dem Vertragsgebiet keine ähnlichen Aufgaben, die Gegenstand der Beauftragung sind, für direkte Wettbewerber des Kunden für identische oder vergleichbare Produkte anzunehmen.

2. Der Kunde verpflichtet sich seinerseits, für die von der Agentur betreuten Produkte und/oder Dienstleistungen (vgl. Abschnitt A dieses Vertrages) keine andere Werbeagentur/Kommunikationsagentur im Vertragsgebiet während der Auftragsbearbeitung durch die Agentur zu beauftragen.

R. ÄNDERUNGEN, GERICHTSSTAND

1. Individuelle Änderungen und Ergänzungen dieser AGB bedürfen für ihre Wirksamkeit der Textform. Das gilt auch, wenn in diesen AGB oder in den zwischen den Parteien abgeschlossenen Aufträgen oder Verträgen eine „schriftliche“ Erklärung verlangt wird.
2. Der Kunde darf auf seiner Beauftragung oder diesen AGB beruhenden Ansprüche gegen die Agentur nur nach schriftlicher Zustimmung der Agentur auf Dritte übertragen bzw. abtreten.
3. Sollte eine Bestimmung dieser AGB 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 der ursprünglichen Regelung am nächsten kommt.
4. Im Falle von Streitigkeiten aus dem Abschluss, der Durchführung oder der Beendigung von Arbeiten auf Basis dieser AGB vereinbaren die Parteien als ausschliesslichen Gerichtsstand den Sitz der Agentur. Auf den Vertrag findet ausschliesslich Schweizer Recht Anwendung. Die Vorschriften des UN-Kaufrechts werden ausgeschlossen.
- 5.