

Allgemeine Geschäftsbedingungen der TEMA Technologie Marketing AG

I. Gegenstand und Geltungsbereich

1. Diese allgemeinen Geschäftsbedingungen (im Folgenden „AGB“) gelten vorbehaltlich abweichender Vereinbarungen für alle Lieferungen und Leistungen der TEMA Technologie Marketing AG (Agentur), gegenüber Unternehmer: innen im Sinne von § 14 BGB, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder öffentlich-rechtlichen Sondervermögen (i. F. „beauftragendes Unternehmen“; Agentur und beauftragendes Unternehmen i. F. gemeinsam „Parteien“) erbringt, insbesondere für Dienstleistungen oder Werke aus den Bereichen Werbung, Kommunikation, Digital, Social Media, Influencer- Vermittlung, Content Marketing, Redaktion, Produktion, PR und strategische und politische Beratung.
2. Diese AGB gelten auch für alle zukünftigen Geschäftsbeziehungen zwischen der Agentur und dem beauftragenden Unternehmen, ohne dass es einer erneuten ausdrücklichen Einbeziehung bedarf.
3. Geschäftsbedingungen des beauftragenden Unternehmens werden hiermit zurückgewiesen. Sie finden nur Anwendung, wenn die Agentur ihrer Geltung ausdrücklich schriftlich zustimmt.

II. Präsentationen und Pitches

1. Soweit die Agentur dem beauftragenden Unternehmen vor einer entsprechenden Beauftragung, Entwürfe, Konzepte oder Gestaltungen auf eigene Initiative oder im Rahmen von Pitches, Präsentationen oder vergleichbaren Formaten (i. F. „Präsentationen“) vorstellt, dient dies allein der Geschäftsanbahnung.
2. Jegliche Vervielfältigung und Weitergabe solcher Präsentationen bedürfen der Zustimmung der Agentur. Die Agentur überträgt dem beauftragenden Unternehmen kein Eigentum an im Rahmen von Präsentationen ausgehändigten Unterlagen, Mustern etc. und räumt ihm keinerlei Nutzungsrechte an den in der Präsentation enthaltenen bzw. verkörperten schutzfähigen Inhalten (etwa Werken, Marken, Designs) ein. Das beauftragende Unternehmen wird die in Präsentationen vorgestellten Entwürfe, Konzepte und Gestaltungen insbesondere nicht ohne Zustimmung der Agentur als Grundlage zur Herstellung eigenen Materials verwenden und nicht an Dritte weitergeben. Entscheidet sich das beauftragende Unternehmen gegen eine entsprechende Beauftragung der Agentur oder beauftragt es die Agentur nicht spätestens nach Ablauf von drei Monaten, wird es auf Anforderung der Agentur sämtliche in seinem Besitz befindlichen Kopien der Präsentationen löschen.

III. Angebote und Beauftragung

1. Auf Anforderung des beauftragenden Unternehmens unterbreitet die Agentur dem beauftragenden Unternehmen einen Kostenvorschlag oder ein Angebot, aus dem sich die von der Agentur zu erbringenden Leistungen, die Vergütung und die sonstigen Konditionen der Beauftragung ergeben (i. F. „Kostenvorschlag“). Sofern die im Kostenvorschlag ausgewiesene Vergütung der Agentur nach Zeitaufwand kalkuliert und es nicht anders angegeben ist, handelt es sich hierbei um eine unverbindliche Schätzung des erwarteten Aufwands.
2. Das beauftragende Unternehmen beauftragt die Agentur, indem es den Kostenvorschlag innerhalb der darin genannten Frist, in Ermangelung einer solchen binnen einer Woche nach Zugang freigibt.

IV. Leistungen der Agentur

1. Die Agentur erbringt ihre Leistungen zu ihren üblichen Geschäftszeiten (Montag bis Freitag jeweils zwischen 9.00 und 18.00 Uhr). Für Leistungen, die die Agentur in Absprache mit dem beauftragenden Unternehmen außerhalb der üblichen Geschäftszeiten erbringt, erhält sie einen Zuschlag in Höhe von 10 % der für die entsprechenden Leistungen vereinbarten Vergütung.
2. Die Agentur erbringt die vertragsgegenständlichen Leistungen unter Beachtung der allgemein anerkannten Grundsätze des Agenturwesens mit der insoweit üblichen Sorgfalt.
3. Die Prüfung von Rechtsfragen, insbesondere die Durchführung von Kennzeichenrecherchen, deren Auswertung, eine Prüfung möglicher Kollisionen mit vorbestehenden gewerblichen Schutzrechten (z. B. Marken, Designs oder Gebrauchsmuster) sowie eine wettbewerbsrechtliche (z. B. Werbevergleiche, Spitzenstellungswerbung, spezialgesetzliche Werbebeschränkungen), urheberrechtliche oder datenschutzrechtliche Prüfung ist nicht Teil der Leistungen der Agentur. Das beauftragende Unternehmen entscheidet eigenständig über die Durchführung entsprechender rechtlicher Prüfungen und führt diese auf eigene Kosten durch. Die Agentur wird das beauftragende Unternehmen jedoch auf für sie erkennbare rechtliche Risiken des Inhalts oder der Gestaltung geplanter Werbemaßnahmen hinweisen. Das beauftragende Unternehmen entscheidet in diesem Fall (ggf. nach Prüfung), ob die Werbemaßnahme dennoch durchgeführt oder geändert werden soll.
4. Ist Gegenstand der Leistung der Agentur die Entwicklung von Kennzeichen (Marken, Logos, Unternehmenskennzeichen, Slogans etc.) steht die Agentur dafür ein, dass ihr zum Zeitpunkt der Präsentation des ersten Entwurfs keine Rechte Dritter mit

Wirkung für das Gebiet der Bundesrepublik Deutschland bekannt sind, die durch die Verwendung der entwickelten Kennzeichen im geschäftlichen Verkehr für die Agentur erkennbar verletzt würden. Für die Schutz- und/oder Eintragungsfähigkeit der entwickelten Kennzeichen steht die Agentur nicht ein. Es obliegt dem beauftragenden Unternehmen, spätestens vor der Benutzungsaufnahme eine Kennzeichenrecherche in dem von der Benutzungsaufnahme betroffenen Gebiet durchzuführen, so dass mögliche Kollisionen und Rechtsverletzungen noch vor Benutzungsaufnahme erkannt und ggf. vermieden werden können.

5. Sofern Agenturleistungen Korrekturschleifen beinhalten, gilt Folgendes: Korrekturschleifen ermöglichen Änderungen an vertragsgemäß erbrachten Agenturleistungen, die dem beauftragenden Unternehmen von der Agentur als endgültige Arbeits- oder Zwischenergebnisse übermittelt werden. Gegenstand von Korrekturschleifen sind grundsätzlich Änderungswünsche, die eine Optimierung oder Feinabstimmung nicht bereits freigegebener Agenturleistungen darstellen. Änderungen der beauftragten Leistungen im Sinne einer Auftragsänderung oder -erweiterung (siehe dazu Ziffer V.5) sind im Rahmen von Korrekturschleifen nicht möglich. In der Vergütung inkludierte Korrekturschleifen sind im jeweiligen Einzelauftrag festgelegt. Sollte keine Festlegung im jeweiligen Einzelauftrag erfolgen, sind inkludierte Korrekturschleifen lediglich bis zum Gegenwert von insgesamt 5% des für die Gesamtleistung veranschlagten Agenturhonorars mit der vereinbarten Vergütung abgegolten. Darüberhinausgehender Aufwand ist gemäß der bei Beauftragung geltenden Stundensätze der Agentur zu vergüten.

V. Auftragsabwicklung

1. Liefertermine oder -fristen sind nur verbindlich, wenn sie von den Parteien ausdrücklich schriftlich als verbindlich gekennzeichnet oder bestätigt werden, ansonsten gelten sie als Zieltermine. Nach Erreichen eines Zieltermins kann das beauftragende Unternehmen die Agentur unter angemessener Fristsetzung schriftlich zur Erbringung der ausstehenden Leistungen auffordern; mit Ablauf dieser Frist ist der Anspruch des beauftragenden Unternehmens auf die Leistung fällig.
2. Nach Beauftragung bedarf die erstmalige Festlegung, Verkürzung oder Vorverlegung von Lieferfristen und -terminen der Zustimmung der Agentur. Die Agentur kann ihre Zustimmung insbesondere von der Zahlung eines angemessenen Zuschlags auf die vereinbarte Vergütung von bis zu 100% auf die von der Terminsetzung bzw. Verkürzung betroffenen Leistung abhängig machen.
3. Die Parteien werden Termine (Meetings etc.) mit einer Frist von mindestens 3 Werktagen absagen. Hält das beauftragende

Unternehmen diese Frist nicht ein, so ist die Agentur berechtigt, 25 % der für diesen Termin veranschlagten Vergütung in Rechnung zu stellen. Die Parteien werden Produktionstermine mit einer Frist von mindestens 10 Werktagen absagen. Hält das beauftragende Unternehmen diese Frist nicht ein, so ist die Agentur berechtigt, 50 % der für diesen Produktionstermin veranschlagten Vergütung in Rechnung zu stellen. Bei einer Absage von 5 oder weniger Werktagen im Voraus, fällt die gesamte für diesen Produktionstermin veranschlagte Vergütung an. Dem beauftragenden Unternehmen und der Agentur bleibt jeweils der Nachweis vorbehalten, dass der der Agentur durch die Absage konkret entstandene Schaden niedriger bzw. höher ausgefallen ist. In diesem Fall kann die Agentur den niedrigeren bzw. höheren nachgewiesenen Schaden ersetzt verlangen. Ansprüche der Agentur gemäß Ziffer VII.4 bleiben von den Regelungen dieses Absatzes unberührt.

4. Besprechungsprotokolle, die die Agentur erstellt und dem beauftragenden Unternehmen übermittelt, werden ihrem Inhalt nach verbindlich, wenn das beauftragende Unternehmen sie in Textform (z. B. E-Mail) bestätigt oder ihnen nicht binnen fünf Werktagen nach Erhalt in gleicher Form widerspricht.
5. Nachträgliche Änderungswünsche hinsichtlich beauftragter Leistungen (i. F. Änderungsantrag“) sind der Agentur von dem beauftragenden Unternehmen möglichst frühzeitig und hinreichend konkret mitzuteilen. Sie werden nur mit ausdrücklicher Bestätigung der Agentur wirksam. Ist aufgrund eines Änderungsantrags die ursprünglich beauftragte Leistung nicht oder nur noch teilweise durchführbar, so teilt die Agentur dies dem beauftragenden Unternehmen mit und stimmt mit ihm ab, ob die Leistungserbringung bis zur Klärung des Änderungsantrags ausgesetzt oder die ursprüngliche Leistungserbringung fortgesetzt werden soll. Termine und Fristen verschieben bzw. verlängern sich um den Zeitraum der Aussetzung. Sofern durch den Änderungsantrag Mehrkosten entstehen, wird die Agentur das beauftragende Unternehmen darauf hinweisen. Das beauftragende Unternehmen entscheidet dann, ob der Änderungsantrag gegen Zahlung der Mehrkosten durchgeführt werden soll oder es beim ursprünglichen Leistungsinhalt bleibt.
6. Entwürfe, Vorlagen, Dateien und sonstige Arbeitsmittel wie Negative, Modelle, Originalillustrationen u. Ä., die die Agentur erstellt oder erstellen lässt, um die nach dem Vertrag geschuldete Leistung zu erbringen, bleiben Eigentum der Agentur. Eine Herausgabepflicht besteht nicht.
7. Wird im Rahmen der Erfüllung dieses Vertrages technisches Knowhow wie z.B. Programmierung, Struktur und Funktionsweisen von Programmen und Software, sowie die Verknüpfung von Programmen, Daten, Datenbanken und Systemen, jeweils einschließlich der Quellcodes entwickelt, besteht ein Anspruch auf Herausgabe des Quellcodes nur, wenn dies ausdrücklich vereinbart oder zur Ausübung der dem

beauftragenden Unternehmen eingeräumten Nutzungsrechte erforderlich ist. Ist die Herausgabe des Quellcodes geschuldet und beinhaltet die Software Standardsoftware Dritter oder andere Software, die Lizenzbeschränkungen unterliegt, erfolgt die Quellcodeherausgabe unter Berücksichtigung solcher Lizenzbeschränkungen.

8. Die Agentur ist bei der Erstellung von Software zur Verwendung bzw. Integration von Open-Source-Software bzw. -Komponenten befugt. Sie muss dies dem beauftragenden Unternehmen unter Angabe der verwendeten Open-Source-Komponenten mitteilen. Die Verwendung von Open-Source-Komponenten, die unter einer Lizenz stehen, die einen sogenannten Copy-Left-Effekt verursachen würde, ist nur mit ausdrücklicher Zustimmung des beauftragenden Unternehmens zulässig.

VI. Mitwirkung des beauftragenden Unternehmens

1. Das beauftragende Unternehmen wird die Agentur bei Erbringung ihrer Leistungen in angemessenem Umfang unterstützen und ihr insbesondere Informationen und Datenmaterial so rechtzeitig zur Verfügung stellen und Freigaben oder Genehmigungen so rechtzeitig erteilen, dass die Arbeitsabläufe der Agentur und die Realisierung des Auftrags nicht beeinträchtigt werden. Kann die Agentur die Leistungen wegen fehlender und unzureichender Mitwirkungsleistungen oder Bereitstellungen nicht oder nur mit Mehraufwendungen erbringen, ist sie berechtigt, notwendige und vom beauftragenden Unternehmen freigegebene Mehraufwendungen gegenüber dem beauftragenden Unternehmen geltend zu machen. Termine und Fristen verschieben sich um die vom beauftragenden Unternehmen verursachte Verzögerung zuzüglich einer angemessenen Anlaufzeit von mindestens drei Werktagen.
2. Das beauftragende Unternehmen weist die Agentur auf für das beauftragende Unternehmen oder seine Branche geltende besondere Beschränkungen (z. B. gesetzliche Werbeverbote oder -beschränkungen) oder zu beachtende Anforderungen an Werbemaßnahmen (z. B. Verbraucherinformationen nach PKW-EnVKV, Lebensmittelinformations-VO) unaufgefordert hin und stellt der Agentur die zur Erfüllung solcher Anforderungen erforderlichen Angaben und Unterlagen rechtzeitig zur Verfügung.
3. Das beauftragende Unternehmen stellt sicher, dass der Agentur überlassene oder vorgeschlagene Materialien oder Inhalte (z.B. Markenlogos, Texte, Abbildungen) frei von Rechten Dritter sind und deren Nutzung nicht gegen geltendes Recht verstößt. Sollte die Agentur aufgrund solcher Inhalte von Dritten in Anspruch genommen werden, stellt das beauftragende Unternehmen die Agentur von diesen Ansprüchen (inklusive der notwendigen Rechtsverfolgungskosten) auf erstes Anfordern frei.

4. Das beauftragende Unternehmen wird Daten und Programme vor Übergabe an die Agentur sichern, um im Fall eines Datenverlusts die Wiederherstellung zu ermöglichen.

VII. Vergütung und Zahlungsbedingungen

1. Soweit nicht anders vereinbart, erhält die Agentur eine Vergütung nach Zeitaufwand auf Grundlage der bei Beauftragung jeweils geltenden Stundensätze der Agentur. Einzelverträge über Agenturleistungen im Bereich der Entwicklung von Marken, Unternehmenskennzeichen, Markenclaims oder vergleichbaren Kennzeichen zur umfassenden Verwendung in der Unternehmenskommunikation des beauftragenden Unternehmens schließt die Agentur regelmäßig nur gegen gesonderte Vergütung für die Nutzung der Arbeitsergebnisse ab, deren Höhe sich nach dem Umfang, der vom beauftragenden Unternehmen gewünschten Nutzungsrechte richtet.
2. Eine Überschreitung des in genehmigten Kostenvorschlägen ausgewiesenen Aufwands um bis zu 10 % ist von der Genehmigung des beauftragenden Unternehmens umfasst.
3. Die Agentur ist nach vollständiger Leistungserbringung und davor jeweils monatlich zum Ende des Monats berechtigt, erbrachte (Teil-)Leistungen nach Zeitaufwand bzw. nach Projektfortschritt abzurechnen.
4. GEMA-Gebühren, Künstlersozialversicherungsabgaben, Zollkosten und ähnliche Kosten sind vom beauftragenden Unternehmen zu tragen und werden im Fall der Zahlung durch die Agentur weiterberechnet, auch wenn sie erst nachträglich erhoben werden.
5. Alle Auslagen und Nebenkosten welche von der Agentur vorfinanziert und dann an den Auftraggeber weiterberechnet werden (wie Aufwendungen für Anzeigenschaltungen, Domainkosten, Reisekosten, Lizenzkosten, Spesen, Messematerial, Druckkosten, Kuriere u. ä.) **werden gegen Nachweis mit einer Handlingfee in Höhe von 20 % weiterberechnet.** Reisezeiten werden zu 50% abgerechnet.
6. Kündigt das beauftragende Unternehmen einen Auftrag vor vollständiger Erbringung der Leistung, ohne dass ein wichtiger Grund vorliegt, so ist die Agentur berechtigt, die vereinbarte Vergütung zu verlangen. Sie muss sich jedoch dasjenige anrechnen lassen, was sie infolge der Beendigung des Auftrags an Aufwendungen erspart oder durch anderweitige Verwendung ihrer Arbeitskraft erwirbt oder böswillig zu erwerben unterlässt. Es wird vermutet, dass der Agentur danach 60 % der auf den noch nicht erbrachten Teil ihrer Leistungen entfallenden vereinbarten Vergütung zustehen.
7. Alle Vergütungen und Auslagen der Agentur verstehen sich zuzüglich Umsatzsteuer in der jeweils gesetzlich geltenden Höhe.

8. Vergütung und Auslagen sind 14 Tage nach Rechnungstellung, Vorschussrechnungen sofort zahlbar.
9. Die Geltendmachung von Zurückbehaltungsrechten und die Aufrechnung mit Gegenforderungen ist nur wegen Ansprüchen bzw. Gegenforderungen aus demselben Vertragsverhältnis oder mit von der Agentur anerkannten oder rechtskräftig festgestellten Ansprüchen bzw. Gegenforderungen zulässig.

VIII. Subunternehmende und Fremdleistungen

1. Die Agentur ist berechtigt, die ihr übertragenen Arbeiten selbst auszuführen oder Subunternehmende – insbesondere andere mit der TEMA Technologie Marketing AG -verbundene Unternehmen – damit zu beauftragen.

2. Fremdleistungen

- 2.1. Die Agentur ist zudem berechtigt, Fremdleistungen zu beauftragen. Fremdleistungen sind Leistungen Dritter, die für das beauftragende Unternehmen erkennbar nicht als Erfüllungsgehilf:innen der Agentur tätig werden sollen (regelmäßig z.B. Filmproduktionen, Fotoshootings, Lieferung von Stock-Fotos, Testimonials, Influencer:innen, Darsteller:innen und Modelle, Produktion von Werbemitteln, Druck, Lektorat, Übersetzungen, Marktforschung, rechtliche Beratung und Messebau).
- 2.2. Fremdleistungen sind für das beauftragende Unternehmen stets als solche erkennbar, wenn die Agentur sie im Rahmen eines Kostenvoranschlags gesondert ausweist oder das beauftragende Unternehmen den Fremdleistungscharakter aufgrund eigener Sachkenntnis erkennen kann.
- 2.3. Übernimmt die Agentur im Rahmen ihrer Tätigkeit die Abwicklung von Verträgen über Fremdleistungen (z. B. Auswahl, Angebotseinholung, Verhandlungen, Koordination, Rechnungs- oder Zahlungsabwicklung), erhält sie hierfür eine zusätzliche Vergütung nach Zeitaufwand.
- 2.4. Die Agentur wird jeweils die Zustimmung des beauftragenden Unternehmens zur Beauftragung von Fremdleistungen einholen. Einer gesonderten Zustimmung bedarf es nicht, wenn die Kosten, die wesentlichen Bedingungen der Beauftragung und die Person der Dritten bereits im vom beauftragenden Unternehmen genehmigten Kostenvoranschlag ausgewiesen sind, insbesondere wenn dem Kostenvoranschlag bereits Drittangebote beigefügt ist. Sie ist ferner nicht erforderlich, wenn der Auftrag den Nettobetrag von EUR 5.000,00 voraussichtlich nicht überschreitet oder es sich um Folgeleistungen bereits einvernehmlich tätiger Lieferanten handelt.

- 2.5. Auftraggeber von Fremdleistungen ist das beauftragende Unternehmen. Unter den Voraussetzungen von Ziffer VIII.2.4 ist die Agentur bevollmächtigt, die Fremdleistungen im Namen und auf Rechnung des beauftragenden Unternehmens zu beauftragen.
- 2.6. Beauftragt die Agentur Dritte abweichend von Ziffer VIII.2.5 ausnahmsweise im eigenen Namen und auf eigene Rechnung, erfolgt dies auf Kosten und Risiko des beauftragenden Unternehmens. In diesem Fall finden die Regelungen über die Geschäftsbesorgung (§§ 675 ff. BGB einschließlich der entsprechenden Verweisung auf die Regelungen des Auftragsrechts) Anwendung. Die Agentur ist insbesondere berechtigt, Vorschuss zu verlangen und unbeschadet eigener Vergütungsansprüche (siehe Ziffer VIII.2.3) von ihr bezahlte oder verauslagte Vergütungen der Dritten zuzüglich eines Risikozuschlags **in Höhe von 20 %** weiterzubelasten. Ansprüche des beauftragenden Unternehmens wegen Mängeln von Fremdleistungen sind dem Inhalt und Umfang nach auf die Rechte beschränkt, die der Agentur gegenüber den Dritten zustehen.

IX. Nutzungsrechte, Rechte- und Eigentumsvorbehalt

1. Nutzungsrechte

- 1.1. Vorbehaltlich abweichender Vereinbarung räumt die Agentur dem beauftragenden Unternehmen mit vollständiger Zahlung der für den jeweiligen Auftrag geschuldeten Vergütung alle für die Verwendung der von ihr geschuldeten Arbeitsergebnisse (i. F. Agenturleistungen) erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungsrechte in dem zur Erreichung des von den Parteien vorausgesetzten Vertragszwecks erforderlichen Umfang ein. Im Zweifel erfüllt die Agentur ihre Verpflichtung durch Einräumung einfacher Nutzungsrechte für das Gebiet der Bundesrepublik Deutschland und die geplante Einsatzdauer der Arbeitsergebnisse. Jede darüber hinausgehende Nutzung, insbesondere die Bearbeitung und Veränderung, bedarf der vorherigen Zustimmung der Agentur in Schriftform. Gleiches gilt für die Übertragung der Nutzungsrechte vom beauftragenden Unternehmen auf Dritte und die Einräumung von Unterlizenzen.
- 1.2. Soweit die Agentur zur Vertragserfüllung Subunternehmende hinzuzieht, wird sie von diesen Nutzungsrechte im vereinbarten Umfang erwerben und auf das beauftragende Unternehmen übertragen bzw. übertragen lassen.
- 1.3. Bei Beauftragung von Fremdleistungen (siehe Ziffer VIII.2) richten sich die Nutzungsrechte nach der Vereinbarung zwischen dem beauftragenden Unternehmen und den

Dritten. Im Fall der Beauftragung von Fremdleistungen durch die Agentur wird diese Nutzungsrechte im gleichen Umfang wie für ihre Agenturleistungen vereinbaren. Ist das nicht oder nur unter wirtschaftlich unverhältnismäßig hohem Aufwand möglich, wird die Agentur das beauftragende Unternehmen darauf hinweisen und sich mit ihm über mögliche Alternativen (z. B. die Beauftragung anderer Dienstleistender, Erwerb eingeschränkter Nutzungsrechte o. ä.) abstimmen. Ein entsprechender Hinweis auf Einschränkungen der Nutzungsrechte im Kostenvoranschlag der Agentur oder der Dritten ist ausreichend.

- 1.4. Beauftragt die Agentur abweichend von Ziffer VIII.2.5 ausnahmsweise Fremdleistungen im eigenen Namen und auf eigene Rechnung, so gelten die Sätze 2 ff. der vorstehenden Ziffer IX.1.3 sinngemäß mit der Maßgabe, dass die Agentur nach ihrer Wahl die Nutzungsrechte von den Dritten erwirbt und dem beauftragenden Unternehmen im vereinbarten Umfang einräumt oder die Rechte direkt an das beauftragende Unternehmen einräumen lässt.
- 1.5. Die Agentur wird dem beauftragenden Unternehmen gelieferte Arbeitsergebnisse (vorbehaltlich Ziffer IX.2.2) nicht in gleicher oder nur unwesentlich abgeänderter Form für andere Auftraggeber verwenden.

2. Rechte- und Eigentumsvorbehalt

1. Die Einräumung von Nutzungsrechten durch die Agentur steht unter der aufschiebenden Bedingung, dass das beauftragende Unternehmen die für den Auftrag geschuldete Vergütung vollständig leistet. Bis zur vollständigen Zahlung wird die Nutzung bereits gelieferter Arbeitsergebnisse im Umfang gemäß Ziffer IX.1.1 lediglich jederzeit widerruflich gestattet. Die Gestattung erlischt, wenn das beauftragende Unternehmen in Verzug gerät und auch nach Ablauf einer angemessenen Nachfrist nicht zahlt.
2. Nutzungsrechte für vom beauftragenden Unternehmen abgelehnte oder nicht zur Ausführung freigegebene Agenturleistungen (Ideen, Entwürfe, etc.) verbleiben bei der Agentur und können von dieser frei verwendet werden.
3. Bis zur vollständigen Bezahlung der für den Auftrag geschuldeten Vergütung behält sich die Agentur das Eigentum an sämtlichen dem beauftragenden Unternehmen übergebenen Arbeitsergebnissen aus dem jeweiligen Auftrag vor.

4. Referenzwerbung

- 4.1. Die TEMA Technologie Marketing AG und andere mit dieser i. S. von § 15 ff. AktG verbundene Unternehmen sind – auch

bei Übertragung ausschließlicher Nutzungsrechte auf das beauftragende Unternehmen – berechtigt, die Beauftragung zu publizieren und in sachlich zutreffender Weise im Rahmen ihrer Eigenwerbung die Arbeitsergebnisse, den Namen und die Marken des beauftragenden Unternehmens unentgeltlich in allen Medien (einschließlich Internet und Social Media Kanälen (z. B. Instagram, Facebook, YouTube)) sowie im Rahmen von Wettbewerben und Präsentationen zu verwenden, auch nach Vertragsende.

- 4.2. Die Referenzwerbung ist ausgeschlossen, sofern ihr offensichtliche berechtigte Interessen des beauftragenden Unternehmens entgegenstehen. Das beauftragende Unternehmen hat zudem die Möglichkeit, der Eigenwerbung mit Wirkung für die Zukunft schriftlich zu widersprechen, sofern dies unter Berücksichtigung der beiderseitigen Interessen gerechtfertigt ist. Die Agentur wird die Referenzwerbung in diesem Fall innerhalb angemessener Frist entfernen. Bereits erstellte physische Medien (insbesondere Printmaterial) dürfen aufgebraucht werden.

X. Gewährleistung und Rechte Dritter

1. Sofern die Leistungen der Agentur gesetzlicher Gewährleistung unterliegen, gilt:
 - 1.1. Die von der Agentur erbrachten Arbeiten und Leistungen hat das beauftragende Unternehmen unverzüglich nach Erhalt, in jedem Falle aber vor einer Nutzung, zu überprüfen und Mängel unverzüglich nach Entdeckung zu rügen. Unterbleibt die unverzügliche Mängelrüge, bestehen keine Gewährleistungsansprüche bezüglich offensichtlicher Mängel, bekannter Mängel oder deren Folgemängel.
 - 1.2. Liegt ein Mangel vor, so kann die Agentur nach ihrer Wahl den Mangel beseitigen oder Ersatz liefern (Nacherfüllung).
 - 1.3. Die Gewährleistungspflicht der Agentur erlischt mit dem Ablauf eines Jahres nach Erhalt oder – sofern eine solche zu erfolgen hat – Abnahme der Agenturleistung durch das beauftragende Unternehmen.
2. Machen Dritte gegenüber dem beauftragenden Unternehmen Rechte in Bezug auf die Agenturleistung geltend, obliegt es dem beauftragenden Unternehmen, dies der Agentur unverzüglich anzuzeigen, ohne Zustimmung der Agentur die behauptete Verletzung nicht anzuerkennen und jegliche Auseinandersetzung, einschließlich etwaiger außergerichtlicher Regelungen, nur im Einvernehmen mit der Agentur zu führen bzw. zu treffen. Stellt das beauftragende Unternehmen die Nutzung der

Agenturleistungen aus Schadensminderungs- oder sonstigen wichtigen Gründen ein, obliegt ihm ferner, die Dritten darauf hinzuweisen, dass mit der Nutzungseinstellung kein Anerkenntnis der Schutzrechtsverletzung verbunden ist.

XI. Haftung

1. Die Agentur haftet uneingeschränkt nach den gesetzlichen Vorschriften für Schadenersatzansprüche des beauftragenden Unternehmens wegen a) Verletzungen von Körper, Leben oder Gesundheit, b) einer grob fahrlässigen oder vorsätzlichen Pflichtverletzung der Agentur, ihrer gesetzlichen Vertreter:innen oder Erfüllungsgehilf:innen, c) Verletzung einer übernommenen Garantie d) arglistig verschwiegener Mängel, e) nach dem Produkthaftungsgesetz oder f) nach §§ 44, 44a TKG.
2. In allen nicht von Ziffer XI.1 umfassten Fällen haftet die Agentur für auf einer leicht oder einfach fahrlässigen Pflichtverletzung der Agentur, ihrer gesetzlichen Vertreter:innen oder ihrer Erfüllungsgehilf:innen beruhenden Schäden nur, soweit es sich um die Verletzung wesentlicher Vertragspflichten (Kardinalpflichten) handelt. Kardinalpflichten sind solche, deren Erfüllung den Vertrag prägen, die ordnungsgemäße Durchführung des Vertrages überhaupt erst ermöglichen und auf deren Einhaltung das beauftragende Unternehmen regelmäßig vertrauen darf. Die Haftung ist in diesem Fall begrenzt auf den vertragstypischen und vorhersehbaren Schaden. Im Übrigen ist eine Haftung der Agentur für leicht oder einfach fahrlässig verursachte Schäden ausgeschlossen.
3. Soweit die Agentur nach vorstehender Ziffer XI.2 haftet, ist die Haftung der Höhe nach auf EUR 50.000,00 begrenzt. Droht ein höherer Schaden, macht das beauftragende Unternehmen die Agentur hierauf aufmerksam, damit die Parteien die Begrenzung anpassen können und die Agentur sich gegen solche Schäden versichern kann.
4. Eine Haftung der Agentur ist ausgeschlossen, sofern und soweit die Agentur das beauftragende Unternehmen gemäß Ziffer IV.3 auf Bedenken hingewiesen hat und das beauftragende Unternehmen sich trotz des Hinweises gegen eine Änderung der betreffenden vertragsgegenständlichen Leistungen entscheidet. Das beauftragende Unternehmen stellt die Agentur in diesen Fällen von Ansprüchen Dritter auf erstes Anfordern frei. Hiervon umfasst sind auch die notwendigen Rechtsverfolgungskosten.

XII. Vertraulichkeit

1. Die Parteien verpflichten sich hiermit gegenseitig, sämtliche ihnen im Zusammenhang mit dem Vertragsschluss zugänglichen oder übermittelten Informationen und Unterlagen der jeweils anderen Partei, die als vertraulich gekennzeichnet oder nach den sonstigen Umständen als

Geschäfts- oder Betriebsgeheimnis der jeweiligen Vertragspartei erkennbar sind, geheim zu halten und sie – soweit nicht zu Erreichung des Vertragszwecks geboten – nicht aufzuzeichnen, zu speichern, weiterzugeben, zu verwerten oder Unbefugten zugänglich zu machen. Eine Weitergabe durch die Agentur an TEMA Technologie Marketing AG oder andere mit dieser i. S. von § 15 ff. AktG verbundenen Unternehmen ist stets zulässig, sofern sich diese entsprechend dieser Regelung zur Vertraulichkeit verpflichten.

2. Haben die Parteien in Bezug auf vertrauliche Informationen eine gesonderte Vereinbarung geschlossen, so gelten deren Regelungen insoweit ausschließlich.

XIII. Datenschutz

1. Die Parteien werden die gesetzlichen Vorschriften zum Datenschutz, insbesondere die Regelungen der DSGVO und des BDSG-neu beachten und ihre Mitarbeitenden entsprechend verpflichten.
2. Sofern zur Durchführung der vertraglichen Leistungen eine Übertragung bzw. Verarbeitung von personenbezogenen Daten erfolgt, schließen die Parteien eine gesonderte Auftragsverarbeitungsvereinbarung (AVV).

XIV. Schlussbestimmungen

1. Erfüllungsort für Leistungen und Zahlung sowie Gerichtsstand für alle Streitigkeiten zwischen den Vertragsparteien ist der Sitz der Agentur. Die Agentur ist berechtigt, das beauftragende Unternehmen daneben auch an seinem allgemeinen Gerichtsstand zu verklagen.
2. Es gilt das Recht der Bundesrepublik Deutschland unter Ausschluss der Vorschriften des internationalen Privatrechts sowie des UN-Kaufrechts (CISG)

TEMA Technologie Marketing AG

Burtscheider Markt 24
52066 Aachen, Germany
Tel. +49 241 88970-0
Fax +49 241 92780890
info@tema.de
www.tema.de

Aachen, 01.12.2024