

Allgemeine Geschäftsbedingungen

FARBE BLAU Creative Communication GmbH - Stand Juli 2026

1. Geltungsbereich und Vertragsschluss

- 1.1 Anwendungsbereich:** Diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen („AGB“) gelten für alle Rechtsgeschäfte der Farbe Blau GmbH („Agentur“) mit ihren Auftraggebern („Auftraggeber“). Sie gelten ausschließlich gegenüber Unternehmern im Sinne von § 14 BGB, juristischen Personen des öffentlichen Rechts und öffentlich-rechtlichen Sondervermögen. Maßgeblich ist die zum Zeitpunkt des Vertragsschlusses gültige Fassung.
- 1.2 Ausschließliche Geltung:** Diese AGB gelten ausschließlich, d.h. abweichende, entgegenstehende oder ergänzende Geschäftsbedingungen des Auftraggebers werden nicht Vertragsbestandteil, es sei denn, die Agentur hat ihrer Geltung ausdrücklich in Textform zugestimmt. Dies gilt auch dann, wenn die Agentur in Kenntnis entgegenstehender Bedingungen des Auftraggebers die Leistung vorbehaltlos ausführt.
- 1.3 Künftige Geschäftsbeziehungen:** Diese AGB gelten auch für alle künftigen Geschäftsbeziehungen mit dem Auftraggeber, auch wenn sie nicht nochmals ausdrücklich einbezogen werden.
- 1.4 Angebote:** Angebote der Agentur, die Preise enthalten, kann der Auftraggeber innerhalb von drei Wochen nach Zugang annehmen, soweit keine kürzere Frist angegeben ist. Nach Ablauf der Frist ist die Agentur an das Angebot nicht mehr gebunden. Ein bloßer Kostenvoranschlag stellt kein bindendes Angebot dar, sondern eine Aufforderung an den Auftraggeber zur Abgabe eines Angebots, das der Annahme durch die Agentur bedarf.
- 1.5 Vorrang von Individualabreden:** Individuelle Vereinbarungen im Einzelfall haben Vorrang vor diesen AGB.

2. Leistungsumfang, Leistungsänderungen

- 2.1 Leistungsbeschreibung:** Der Umfang der Leistungen ergibt sich aus der jeweiligen Leistungsbeschreibung im Angebot bzw. Auftrag sowie einem etwaigen Briefing des Auftraggebers. Wird das Briefing mündlich erteilt, stellt die Agentur ein Re-Briefing in Textform zur Verfügung, das mit Zustimmung des Auftraggebers verbindlicher Vertragsbestandteil wird.
- 2.2 Kontaktberichte:** Die Agentur kann über wesentliche Besprechungen mit dem Auftraggeber Kontaktberichte (Protokolle) in Textform erstellen und dem Auftraggeber übermitteln. Der Inhalt eines Kontaktberichts gilt als verbindliche Arbeitsgrundlage, wenn der Auftraggeber ihm nicht innerhalb von drei Arbeitstagen nach Zugang in Textform widerspricht. Konkrete Änderungen des vereinbarten Leistungsumfangs oder der Vergütung bedürfen demgegenüber der Vereinbarung nach Ziffer 2.4; die Fiktion nach Satz 2 erfasst diese nicht.
- 2.3 Leistungsgegenstand:** Die Agentur schuldet die vereinbarte Leistung, nicht jedoch die zu diesem Ergebnis führenden Zwischenschritte (z. B. Skizzen, Entwürfe, Produktionsdaten). Ein bestimmter wirtschaftlicher oder werblicher Erfolg wird nicht geschuldet, sofern er nicht ausdrücklich zugesichert ist. Bei Beratungsleistungen gibt die Agentur Handlungsempfehlungen; die Entscheidung über die unternehmerische Umsetzung obliegt dem Auftraggeber.
- 2.4 Leistungsänderungen:** Änderungen oder Erweiterungen des vereinbarten Leistungsumfangs bedürfen einer gesonderten Vereinbarung in Textform. Der daraus resultierende Mehraufwand wird nach den vereinbarten Sätzen, hilfsweise

nach der zum Zeitpunkt der Beauftragung gültigen Ratecard der Agentur vergütet.

- 2.5 Termine und Fristen:** Die für ein Projekt maßgeblichen Termine und Meilensteine sind im Auftrag festzulegen. Ist deren Einhaltung gefährdet, wird die Agentur den Auftraggeber unverzüglich in Textform informieren. Termine und Fristen sind nur verbindlich, wenn sie ausdrücklich in Textform als verbindlich vereinbart wurden und der Auftraggeber seine Mitwirkungspflichten rechtzeitig erfüllt hat.
- 2.6 Ethischer Vorbehalt:** Wünscht der Auftraggeber die Bearbeitung oder Veröffentlichung von Inhalten, die nach sachlicher Einschätzung der Agentur rechtswidrig oder ethisch nicht vertretbar sind oder dem Ansehen der Agentur schaden könnte, ist die Agentur berechtigt, die betreffende Leistung abzulehnen und den Vertrag aus wichtigem Grund zu kündigen; die bis dahin erbrachten Leistungen sind zu vergüten.
- 2.7 Höhere Gewalt:** Ereignisse höherer Gewalt (insbesondere z. B. Naturereignisse, Streik, behördliche Maßnahmen, Ausfälle von Kommunikationsnetzen, Pandemien) berechtigen die Agentur, betroffene Leistungen um die Dauer der Behinderung zuzüglich einer angemessenen Anlaufzeit hinauszuschieben. Ein Schadensersatzanspruch des Auftraggebers entsteht hierdurch nicht.

3. Mitwirkungspflichten des Auftraggebers

- 3.1 Informationen und Freigaben:** Der Auftraggeber stellt der Agentur alle für die Durchführung des Projekts erforderlichen Informationen, Daten und Unterlagen rechtzeitig und vollständig unentgeltlich zur Verfügung, auch ohne besondere Aufforderung, und prüft Entwürfe, Vorlagen und Freigaben zeitnah. Erteilte Freigaben sind verbindliche Ausgangsbasis für die weitere Leistungserbringung.
- 3.2 Richtigkeit der Angaben:** Die Agentur ist berechtigt, die vom Auftraggeber erteilten Auskünfte und übergebenen Unterlagen als richtig und vollständig anzusehen. Sie ist nicht verpflichtet, diese auf Richtigkeit oder Vollständigkeit zu überprüfen, sofern nicht ausdrücklich anders vereinbart.
- 3.3 Rechteclearing:** Der Auftraggeber stellt sicher, dass von ihm bereitgestellte Inhalte (insbesondere z. B. Texte, Bilder, Logos, Marken) frei von Rechten Dritter sind und für den vorgesehenen Zweck genutzt werden dürfen (Rechteclearing). Für die Richtigkeit und rechtliche Zulässigkeit der von ihm bereitgestellten oder freigegebenen Inhalte ist der Auftraggeber verantwortlich.
- 3.4 Freigabe- und Lektoratsverantwortung:** Mit der Freigabe von Entwürfen übernimmt der Auftraggeber die Verantwortung für die Richtigkeit von Inhalt, Text, Bild und Ton einschließlich Orthografie und Grammatik. Ein Lektorat ist von der Agentur nur geschuldet, wenn es ausdrücklich vereinbart ist; auch in diesem Fall wird für die inhaltliche Richtigkeit keine Gewähr übernommen.
- 3.5 Verzögerungen und Mehraufwand:** Verletzt der Auftraggeber Mitwirkungspflichten und kommt es dadurch zu Verzögerungen oder Mehraufwand, hat er den daraus entstehenden Mehraufwand zu ersetzen; vereinbarte Termine verschieben sich angemessen. Weitergehende rechtliche Ansprüche der Agentur bleiben unberührt.
- 3.6 IT-Infrastruktur:** Der Auftraggeber ist für die Einrichtung und Aufrechterhaltung seiner IT-Infrastruktur sowie für Hosting, Domain- und Access-Providing selbst verantwortlich; die Agentur übernimmt insoweit keine Systemverantwortung.

4. Fremdleistungen Dritter, Service-Fee, Abwerbverbot

- 4.1 Einschaltung Dritter:** Die Agentur ist berechtigt, Leistungen selbst zu erbringen oder sich zur Erfüllung sachkundiger Dritter als Erfüllungsgehilfen zu bedienen bzw. solche Leistungen zu substituieren („Fremdleistung“). Die Agentur wählt Dritte sorgfältig aus. Ein unmittelbares Vertragsverhältnis zwischen dem Dritten und dem Auftraggeber entsteht hierdurch nicht, sofern die Beauftragung im eigenen Namen der Agentur erfolgt.
- 4.2 Beauftragung und Weiterberechnung:** Die Beauftragung Dritter erfolgt im eigenen Namen der Agentur oder - nach vorheriger Information und Vereinbarung mit dem Auftraggeber - in dessen Namen und auf dessen Rechnung. Kostenverursachende Fremdleistungen, die nicht durch die vereinbarte Vergütung abgedeckt sind, werden dem Auftraggeber vor Auftragsauslösung in Textform zur Freigabe vorgelegt und nach Freigabe unter Bezugnahme auf die Originalbelege weiterberechnet.
- 4.3 Service-Fee:** Für Leistungen Dritter, derer sich die Agentur zur Erfüllung des Vertrags zulässigerweise bedient, berechnet die Agentur eine Service-Fee in Höhe von 15 Prozent des Nettobetrages der Rechnung des Dritten.
- 4.4 Sachkosten & Aufwendungen:** Sachkosten und Aufwendungen (insbesondere z. B. Kommunikations-, Versand- und Vervielfältigungskosten sowie Reisekosten, Drittlizenzen) berechnet die Agentur zum Selbstkostenpreis gegen Vorlage von Rechnungen.
- 4.5 Abwerbverbot:** Der Auftraggeber verpflichtet sich, von der Agentur im Rahmen der Auftragsdurchführung beauftragte Dritte während der Zusammenarbeit sowie für die Dauer von zwölf Monaten nach Beendigung des jeweiligen Auftrags nicht ohne Mitwirkung der Agentur unmittelbar zu beauftragen.

5. Vergütung und Zahlung

- 5.1 Vergütung:** Es gilt die im Auftrag bzw. Angebot vereinbarte Vergütung. Ist keine Vergütung bestimmt, gilt die zum Zeitpunkt der Beauftragung gültige Ratecard (Stunden- und/oder Tagesätze) der Agentur. Alle Preise sind Nettopreise zzgl. der jeweils geltenden gesetzlichen Umsatzsteuer.
- 5.2 Abgaben und Gebühren:** Künstlersozialabgabe, Gebühren von Verwertungsgesellschaften (insbesondere z. B. GEMA), Zölle und sonstige, auch nachträglich entstehende Abgaben werden an den Auftraggeber weiterberechnet. Für die Anmeldung und Abführung der Künstlersozialabgabe ist der Auftraggeber verantwortlich, soweit er abgabepflichtig ist.
- 5.3 Abschlagszahlungen:** Bei länger andauernden Projekten ist die Agentur berechtigt, Abschlagszahlungen für bereits erbrachte Teilleistungen in Rechnung zu stellen. Diese Teilleistungen müssen nicht in einer für den Auftraggeber unmittelbar nutzbaren Form vorliegen.
- 5.4 Fälligkeit:** Rechnungen sind, soweit nicht anders vereinbart, innerhalb von 14 Tagen nach Zugang einer ordnungsgemäßen Rechnung ohne Abzug zur Zahlung fällig. Die Agentur ist berechtigt, Rechnungen in elektronischer Form (z. B. per E-Mail) zu übermitteln.
- 5.5 Zahlungsverzug:** Gerät der Auftraggeber in Zahlungsverzug, ist die Agentur berechtigt, Verzugszinsen in gesetzlicher Höhe (bei Rechtsgeschäften ohne Verbraucherbeteiligung neun Prozentpunkte über dem Basiszinssatz, § 288 Abs. 2 BGB) sowie die Verzugskostenpauschale nach § 288 Abs. 5 BGB zu verlangen. Die Geltendmachung eines weitergehenden Verzugssschadens - einschließlich der zur zweckentsprechenden Rechtsverfolgung notwendigen und angemessenen Kosten (Rechtsanwalt, Inkasso) - bleibt vorbehalten.

5.6 Leistungsverweigerung bei Zahlungsverzug: Bei Zahlungsverzug, insbesondere bei Nichtzahlung fälliger Abschlagszahlungen, ist die Agentur berechtigt, laufende Arbeiten zurückzustellen und die Erbringung weiterer Leistungen bis zur vollständigen Zahlung zu verweigern sowie für künftige Leistungen Vorauszahlung oder Sicherheitsleistung zu verlangen. Die Verpflichtung des Auftraggebers zur Zahlung bleibt unberührt; hierdurch bedingte Verzögerungen hat die Agentur nicht zu vertreten.

5.7 Eigentumsvorbehalt: Gelieferte körperliche Gegenstände (insbesondere z. B. Druckerzeugnisse, Datenträger, Muster) bleiben bis zur vollständigen Zahlung aller Forderungen aus dem jeweiligen Auftrag im Eigentum der Agentur.

5.8 Storno fest terminierter Leistungen: Sagt der Auftraggeber eine fest vereinbarte, terminierte Leistung (insbesondere z. B. Foto- oder Videoproduktion, gebuchtes Studio, Location oder Modell, Workshop) ab oder verschiebt er sie aus Gründen, die die Agentur nicht zu vertreten hat, ist die Agentur berechtigt, folgende pauschale Stornoentschädigung zu berechnen: bei Absage ab 14 Tagen vor dem Termin 25 %, ab dem 7. Tag vor dem Termin 50 % und ab dem 2. Tag vor dem Termin 100 % der für die betroffene Leistung vereinbarten Nettovergütung. Bereits angefallene, nicht stornierbare Fremd- und Drittkosten (insbesondere z. B. Studio, Reise, Technik) sind zusätzlich in voller Höhe zu erstatten. Dem Auftraggeber bleibt der Nachweis vorbehalten, dass der Agentur kein oder ein wesentlich geringerer Schaden entstanden ist; der Agentur bleibt der Nachweis eines höheren Schadens vorbehalten.

5.9 Folgen der Kündigung eines Werkvertrags: Kündigt der Auftraggeber einen erteilten Werkvertrag vorzeitig oder bricht er ihn aus Gründen ab, die die Agentur nicht zu vertreten hat, behält die Agentur den Anspruch auf die vereinbarte Vergütung; sie muss sich lediglich anrechnen lassen, was sie infolge der Aufhebung des Vertrags an Aufwendungen erspart oder anderweitig erwirbt (§ 648 BGB).

5.10 Änderung und Abbruch durch den Auftraggeber: Ändert oder beendet der Auftraggeber einen Auftrag oder einzelne Leistungen außerhalb der laufenden Betreuung, ersetzt er der Agentur die bis dahin angefallenen Aufwendungen und stellt sie von Verbindlichkeiten frei, die die Agentur zur Auftragsdurchführung gegenüber Dritten wirksam eingegangen ist, soweit diese nicht mehr abgewendet werden können. Die Ziffern 5.8 und 5.9 bleiben unberührt.

5.11 Aufrechnung und Zurückbehaltung: Der Auftraggeber kann nur mit unbestrittenen oder rechtskräftig festgestellten Forderungen aufrechnen. Ein Zurückbehaltungsrecht steht ihm nur zu, soweit es auf demselben Vertragsverhältnis beruht.

6. Abnahme

6.1 Abnahmepflicht: Schuldet die Agentur ein abnahmefähiges Werk (insbesondere z. B. Entwurf, Website, Druckvorlage), ist der Auftraggeber zur Abnahme verpflichtet, sobald das Arbeitsergebnis im Wesentlichen den vertraglichen Vereinbarungen entspricht. Unwesentliche Mängel berechtigen nicht zur Verweigerung der Abnahme.

6.2 Abnahmefiktion: Das Arbeitsergebnis gilt als abgenommen, wenn der Auftraggeber die Abnahme nicht innerhalb von 10 Tagen nach Ablieferung bzw. Bereitstellung unter Angabe mindestens eines Mangels in Textform verweigert. Nimmt der Auftraggeber das Arbeitsergebnis in Gebrauch (insbesondere z. B. Veröffentlichung, produktive Nutzung), gilt es ebenfalls als abgenommen.

7. Nutzungsrechte

7.1 Urheberrechtlicher Schutz: Die von der Agentur oder durch von ihr beauftragte Dritte geschaffenen Arbeitsergebnisse sind urheberrechtlich geschützt, auch wenn im Einzelfall die erforderliche Schöpfungshöhe nicht erreicht wird; insoweit vereinbaren die Parteien, die Arbeitsergebnisse im Verhältnis zueinander wie urheberrechtlich geschützte Werke zu behandeln.

7.2 Umfang der Nutzungsrechte: Die Agentur räumt dem Auftraggeber die für den vertraglich vorgesehenen Zweck erforderlichen Nutzungsrechte an den freigegebenen und bezahlten Arbeitsergebnissen ein. Soweit nicht ausdrücklich etwas anderes vereinbart ist, handelt es sich um ein einfaches (nicht ausschließliches) Nutzungsrecht. Umfang, Medien, räumlicher und zeitlicher Geltungsbereich richten sich nach dem jeweiligen Auftrag; ohne abweichende Vereinbarung gilt das Gebiet der Bundesrepublik Deutschland. Sämtliche Nutzungsrechtseinräumungen stehen unter der aufschiebenden Bedingung der vollständigen Zahlung der vereinbarten Vergütung.

7.3 Vorbestehende Schutzrechte (Background IP): Rechte, Kenntnisse und Materialien, die bei der Agentur bereits vor dem Auftrag bestehen oder unabhängig von ihm entstehen, insbesondere Methoden, Verfahren, Konzepte, Know-how, Werkzeuge, Programmbibliotheken, Frameworks, Module, Vorlagen und sonstige wiederverwendbare Bestandteile („Hintergrundrechte“), verbleiben ausschließlich bei der Agentur. Die Rechteeinräumung nach Ziffer 7.2 umfasst keine Übertragung und keine ausschließliche Einräumung von Hintergrundrechten.

Soweit Hintergrundrechte in ein freigegebenes und bezahltes Arbeitsergebnis eingebettet und für dessen vertragsgemäße Nutzung erforderlich sind, räumt die Agentur dem Auftraggeber hieran nur ein einfaches, nicht ausschließliches, im Umfang von Ziffer 7.2 begrenztes Nutzungsrecht ein; Ziffer 7.4 (verbundene Unternehmen) gilt entsprechend. Weitergehende Rechte werden nicht eingeräumt.

Die Agentur bleibt berechtigt, ihre Hintergrundrechte sowie das bei der Leistungserbringung gewonnene allgemeine Erfahrungswissen (Ideen, Konzepte, Techniken, Fertigkeiten) uneingeschränkt und zeitlich unbegrenzt auch für andere Auftraggeber zu nutzen, soweit sie dabei keine als vertraulich gekennzeichneten Informationen des Auftraggebers offenbart.

Von der Rechteeinräumung ausgenommen bleiben Rechte Dritter (Ziffer 7.6) sowie Open-Source-Bestandteile; für Letztere gelten die jeweiligen Lizenzbedingungen, auf die die Agentur auf Verlangen hinweist.

7.4 Verbundene Unternehmen: Der Auftraggeber ist berechtigt, die eingeräumten Nutzungsrechte ganz oder teilweise auf mit ihm im Sinne der §§ 15 ff. AktG verbundene Unternehmen zu übertragen. Jede darüber hinausgehende Übertragung an Dritte oder Mehrfachnutzung bedarf der vorherigen Zustimmung der Agentur und ist, soweit nicht im Auftrag geregelt, gesondert zu vergüten.

7.5 Quellcodes und offene Dateien: Bei Internetdienstleistungen und Multimediaproduktionen ist die Herausgabe von Quellcodes und offenen (editierbaren) Dateien nicht Bestandteil des eingeräumten Nutzungsrechts. Sie bedarf einer gesonderten Vereinbarung und Vergütung. Eine Verpflichtung der Agentur zur Herausgabe von Zwischenergebnissen oder zur Archivierung von Arbeitsunterlagen besteht nicht.

7.6 Rechte Dritter: Werden Arbeitsergebnisse von Dritten (insbesondere z. B. Fotografen, Illustratoren, Modellen) geschaffen und/oder lizenziert, wird die Agentur die

erforderlichen Nutzungs- und Verwertungsrechte im vereinbarten Umfang einholen und dem Auftraggeber im erforderlichen Umfang verschaffen. Die Agentur beschafft die Drittrechte für den vereinbarten Nutzungsumfang gegen die vereinbarte Vergütung. Nachforderungen von Urhebern nach § 32a UrhG sowie Ansprüche, die aus einer über den vereinbarten Umfang hinausgehenden Nutzung durch den Auftraggeber resultieren, gehen zu dessen Lasten.

7.7 Nicht genutzte Entwürfe: Von der Agentur nicht ausgeführte, abgelehnte oder nicht innerhalb von sechs Monaten nach Übergabe genutzte Entwürfe, Konzepte und Ideen verbleiben mit allen Rechten bei der Agentur.

7.8 Eigenwerbung: Die Agentur ist berechtigt, die erstellten Arbeitsergebnisse sowie (Firmen-)Namen und Marke des Auftraggebers und eine allgemeine Projektbeschreibung in angemessener und branchenüblicher Weise zur Eigenwerbung (insbesondere Referenzliste, Portfolio, auch online sowie in Wettbewerben) zu nennen und darzustellen, sofern dadurch keine als vertraulich gekennzeichneten Informationen offenbart werden. Der Auftraggeber kann dieser Nutzung aus sachlichem Grund in Textform widersprechen.

8. Konzept- und Ideenschutz (Pitching)

8.1 Vorvertragliches Verhältnis: Lädt der Auftraggeber die Agentur vor Abschluss eines Hauptvertrags zur Erstellung eines Konzepts oder einer Präsentation ein und kommt die Agentur dieser Einladung nach, so gelten für dieses vorvertragliche Verhältnis die folgenden Regelungen vor dem Hintergrund, dass der Auftraggeber anerkennt, dass die Agentur bereits mit der Konzepterarbeitung kostenintensive Vorleistungen erbringt.

8.2 Verwertungsverbot: Die im Rahmen der Präsentation vorgestellten Konzepte, Entwürfe und Ideen in Text, Bild und/oder Ton dürfen vom Auftraggeber ohne Abschluss eines Hauptvertrags weder genutzt noch wirtschaftlich verwertet noch Dritten zugänglich gemacht werden. Dies gilt auch für werbliche Ideen, die keine urheberrechtliche Werkhöhe erreichen, soweit sie der Präsentation ihre charakteristische Prägung geben.

8.3 Vorbekannte Ideen: Ist der Auftraggeber der Auffassung, ihm sei eine bereits bekannte Idee präsentiert worden, hat er dies der Agentur binnen drei Tagen nach der Präsentation in Textform unter Angabe geeigneter Nachweise mitzuteilen. Andernfalls gilt die Idee als von der Agentur neu präsentiert.

9. Social-Media- und Online-Plattformen

9.1 Plattformbedingungen: Leistungen über Social-Media-Kanäle und sonstige Online-Plattformen (insbesondere z. B. Meta/Instagram, LinkedIn, YouTube, TikTok) erbringt die Agentur auf Grundlage der jeweils geltenden Nutzungsbedingungen dieser Anbieter, auf die die Agentur keinen Einfluss hat.

9.2 Plattformmaßnahmen: Der Auftraggeber erkennt an, dass die Anbieter sich vorbehalten, Inhalte und Werbeanzeigen aus eigenem Ermessen abzulehnen, zu sperren oder zu entfernen. Die Agentur kann daher nicht dafür einstehen, dass veröffentlichte Inhalte jederzeit abrufbar sind oder Kampagnen ununterbrochen laufen. Eine Haftung der Agentur für Maßnahmen der Plattformanbieter ist - vorbehaltlich Ziffer 12 - ausgeschlossen.

10. KI-Einsatz

10.1 Gestattung des KI-Einsatzes: Die Agentur ist berechtigt, bei der Leistungserbringung Anwendungen künstlicher Intelligenz (KI) einzusetzen. Mit Auftragserteilung gestattet der

Auftraggeber diesen Einsatz und die damit verbundene, zur Leistungserbringung erforderliche Weitergabe von Informationen an die jeweiligen Anbieter, soweit dem keine Vertraulichkeits- oder Datenschutzpflichten entgegenstehen.

10.2 Widerspruch: Widerspricht der Auftraggeber dem KI-Einsatz vor oder bei Auftragserteilung in Textform, prüft die Agentur, ob und inwieweit auf den Einsatz verzichtet werden kann. Ein Verzicht kann Auswirkungen auf Kalkulation, Timing und Durchführbarkeit haben; die Agentur ist dann berechtigt, ein angepasstes Angebot zu unterbreiten oder den Auftrag abzulehnen.

10.3 Rechte an KI-Inhalten: An KI-generierten Inhalten räumt die Agentur Nutzungsrechte nur insoweit ein, wie diese entstehen und übertragen werden können. Der Auftraggeber erkennt an, dass an rein KI-generierten Inhalten urheberrechtliche Nutzungsrechte nicht oder nur eingeschränkt übertragen werden können.

10.4 Freigabe- und Verwendungsverantwortung: Der Auftraggeber entscheidet im Rahmen seiner Freigabe- und Abnahmeverantwortung eigenverantwortlich über die Verwendung der Arbeitsergebnisse. Er prüft die Arbeitsergebnisse vor Freigabe, Abnahme und Nutzung mit der im Hinblick auf seinen konkreten Verwendungszweck angemessenen Sorgfalt auf inhaltliche Richtigkeit und Eignung. Der Auftraggeber ist für die Beurteilung verantwortlich, ob sich die Arbeitsergebnisse für seinen konkreten Einsatzzweck und sein konkretes Marktumfeld eignen. Ziffer 3.4 (Freigabe- und Lektoratsverantwortung) und Ziffer 6 (Abnahme) gelten entsprechend.

10.5 Grenzen KI-gestützter Leistungen: Die Agentur wählt KI-Anwendungen mit der gebotenen Sorgfalt aus und setzt sie fachgerecht ein. Die Agentur kann jedoch nicht gewährleisten, dass KI-generierte Inhalte frei von inhaltlichen Fehlern oder Verzerrungen sind oder Rechte Dritter nicht berühren; dies liegt in der Natur der eingesetzten Technologie. Ab der Abnahme trägt der Auftraggeber das Risiko der Verwendung KI-gestützter erstellter Arbeitsergebnisse, soweit er die Ergebnisse im Rahmen seiner Freigabe- und Abnahmeverantwortung freigegeben hat.

11. Gewährleistung, Verjährung

11.1 Untersuchungs- und Rügepflicht: Der Auftraggeber hat die erbrachten Leistungen unverzüglich nach Erhalt, in jedem Fall vor einer Nutzung, zu prüfen und Mängel unverzüglich in Textform zu rügen. Ist das Geschäft für beide Teile ein Handelsgeschäft, gilt die Untersuchungs- und Rügepflicht nach § 377 HGB.

11.2 Nacherfüllung bei Werkleistungen: Liegt ein von der Agentur zu vertretender Mangel vor, hat die Agentur nach ihrer Wahl das Recht zur Nacherfüllung (Nachbesserung oder Neuherstellung), im Falle der Nachbesserung zu zwei Versuchen innerhalb angemessener Frist. Schlägt die Nacherfüllung fehl, stehen dem Auftraggeber die gesetzlichen Rechte zu.

11.3 Gestaltungsfreiheit und Toleranzen: Im Rahmen jedes Auftrags besteht künstlerische bzw. gestalterische Gestaltungsfreiheit. Beanstandungen, die sich allein gegen die kreative Gestaltung richten (Geschmacksfragen), begründen keinen Mangel. Bei farbigen Reproduktionen sind geringfügige, nach dem Stand der Technik unvermeidbare Abweichungen sowie bei Druckerzeugnissen Mengenabweichungen bis 10 % nicht zu beanstanden.

11.4 Verjährung: Die Verjährungsfrist für Gewährleistungsansprüche beträgt ein Jahr ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn. Dies gilt nicht für Ansprüche

wegen Schäden aus der Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit, für Ansprüche aus Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit, für Ansprüche aus einer Garantie oder nach dem Produkthaftungsgesetz sowie in sonstigen Fällen zwingender gesetzlicher Haftung; insoweit gelten die gesetzlichen Fristen.

11.5 Dienstvertragliche Leistungen: Die Regelungen dieser Ziffer 11 gelten für werkvertragliche Leistungen, die auf ein abnahmefähiges Arbeitsergebnis gerichtet sind (§§ 631 ff. BGB). Auf Leistungen mit dienstvertraglichem Charakter (§§ 611 ff. BGB), die kein bestimmtes Ergebnis, sondern ein sorgfältiges Tätigwerden zum Gegenstand haben, finden die Ziffern 11.1 bis 11.4 keine Anwendung. Insoweit schuldet die Agentur eine fachgerechte Leistung nach den anerkannten Regeln ihres Fachs; Ansprüche des Auftraggebers wegen Pflichtverletzung richten sich nach den gesetzlichen Vorschriften (§§ 280 ff. BGB) und nach Ziffer 12 und verjähren nach den gesetzlichen Fristen.

12. Haftung

12.1 Unbeschränkte Haftung: Die Agentur haftet unbeschränkt für Schäden aus der Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit, die auf einer Pflichtverletzung der Agentur, ihrer gesetzlichen Vertreter oder Erfüllungsgehilfen beruhen, sowie für Schäden aus Vorsatz und grober Fahrlässigkeit, aus der Verletzung einer Garantie und nach dem Produkthaftungsgesetz.

12.2 Wesentliche Vertragspflichten: Bei leicht fahrlässiger Verletzung einer wesentlichen Vertragspflicht (Kardinalpflicht, d. h. einer Pflicht, deren Erfüllung die ordnungsgemäße Durchführung des Vertrags erst ermöglicht und auf deren Einhaltung der Auftraggeber regelmäßig vertrauen darf) haftet die Agentur der Höhe nach begrenzt auf den bei Vertragsschluss vorhersehbaren, vertragstypischen Schaden.

12.3 Haftungsausschluss im Übrigen: Im Übrigen ist die Haftung für leichte Fahrlässigkeit ausgeschlossen. Die vorstehenden Haftungsbeschränkungen gelten auch für die persönliche Haftung der gesetzlichen Vertreter und Erfüllungsgehilfen der Agentur.

12.4 Datenverlust: Die Haftung für Datenverlust ist auf den typischen Wiederherstellungsaufwand beschränkt, der bei regelmäßiger und gefahrensprechender Datensicherung durch den Auftraggeber eingetreten wäre; dies gilt nicht bei Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit. Der Auftraggeber bleibt für die regelmäßige Sicherung seiner Daten selbst verantwortlich.

12.5 Vorgaben des Auftraggebers: Das Risiko der rechtlichen Zulässigkeit der von der Agentur nach den Vorgaben des Auftraggebers erarbeiteten Maßnahmen trägt der Auftraggeber, insbesondere im Hinblick auf das Wettbewerbs-, Marken- und Urheberrecht. Die Agentur schuldet keine rechtliche Prüfung; sie wird den Auftraggeber jedoch auf etwaige ihr bekanntwerdende rechtliche Risiken hinweisen.

12.6 Freistellung: Der Auftraggeber stellt die Agentur, ihre gesetzlichen Vertreter und Erfüllungsgehilfen von sämtlichen Ansprüchen Dritter einschließlich behördlicher Verfahren frei, die beruhen auf (a) vom Auftraggeber bereitgestellten oder freigegebenen Inhalten, Materialien, Daten, Marken, Kennzeichen oder Weisungen, insbesondere wegen Verletzung von Urheber-, Marken-, Wettbewerbs-, Persönlichkeits- oder sonstigen Rechten Dritter; (b) der Verletzung von Zusicherungen oder Mitwirkungspflichten des Auftraggebers nach Ziffer 3, insbesondere des Rectecclearings nach Ziffer 3.3; (c) einer Leistung, die die Agentur auf ausdrücklichen Wunsch des Auftraggebers trotz eines Hinweises nach Ziffer 12.5 erbracht hat; (d) der Verarbeitung personenbezogener Daten, für die der Auftraggeber datenschutzrechtlich verantwortlich ist (Ziffer 14),

soweit der Anspruch auf Daten oder Weisungen des Auftraggebers beruht; sowie (e) öffentlich-rechtlichen Abgaben, für die der Auftraggeber einzustehen hat, insbesondere der Künstlersozialabgabe nach Ziffer 5.2.

Die Freistellung umfasst auch die angemessenen Kosten der außergerichtlichen und gerichtlichen Rechtsverteidigung sowie festgesetzte Bußgelder, soweit sie auf den vorstehend unter (a) bis (e) genannten Umständen beruhen.

Die Agentur informiert den Auftraggeber unverzüglich über einen geltend gemachten Anspruch, ermöglicht ihm - soweit rechtlich möglich - die Verteidigung und gibt ohne dessen Zustimmung kein Anerkenntnis ab; die Zustimmung darf nicht unbillig verweigert werden.

Die Freistellungsverpflichtung gilt nicht, soweit die Inanspruchnahme auf einer schuldhaften Pflichtverletzung der Agentur beruht.

13. Vertraulichkeit

13.1 Geheimhaltung: Die Vertragsparteien verpflichten sich, alle ihnen im Zusammenhang mit dem Vertragsverhältnis zugänglich werdenden, als vertraulich gekennzeichneten oder ihrer Natur nach vertraulichen Informationen und Geschäftsgeheimnisse geheim zu halten und nur zur Vertragsdurchführung zu verwenden. Dies gilt auch nach Beendigung des Vertrags und - auf Seiten des Auftraggebers - auch für im Rahmen einer Präsentation vorgestellte, nicht beauftragte und nicht vergütete Leistungen.

13.2 Erfüllungsgehilfen: Sofern die Agentur sich zur Leistungserbringung Erfüllungsgehilfen bedient, verpflichtet sie diese entsprechend zur Vertraulichkeit.

13.3 Ausnahmen: Die Vertraulichkeit gilt nicht für Informationen, die allgemein zugänglich sind, von der offenlegenden Partei selbst veröffentlicht wurden oder rechtmäßig von dritter Seite bekannt geworden sind. Die Beweislast trägt die Partei, die sich auf die Ausnahme beruft. Gesetzliche Offenlegungspflichten bleiben unberührt.

14. Datenschutz

14.1 Datenschutzvorgaben: Die Parteien beachten die jeweils geltenden datenschutzrechtlichen Vorschriften, insbesondere DSGVO und BDSG. Einzelheiten zur Verarbeitung personenbezogener Daten durch die Agentur ergeben sich aus ihrer Datenschutzerklärung.

14.2 Auftragsverarbeitung: Soweit die Agentur im Auftrag des Auftraggebers personenbezogene Daten im Sinne des Art. 28 DSGVO verarbeitet, schließen die Parteien einen gesonderten Vertrag zur Auftragsverarbeitung. Der Auftraggeber stellt sicher, dass er zur Übermittlung der von ihm bereitgestellten personenbezogenen Daten berechtigt ist und die hierfür erforderlichen Rechtsgrundlagen vorliegen.

15. Vertragslaufzeit und Kündigung

15.1 Projekt- und Werkverträge: Einzelne Projekt- und Werkverträge enden mit vollständiger Erbringung und Abnahme der Leistung sowie der entsprechenden Abrechnung, unbeschadet des Rechts zur freien Kündigung nach Ziffer 5.9 (§ 648 BGB).

15.2 Dauerschuldverhältnisse: Auf unbestimmte Zeit geschlossene, wiederkehrende Leistungen (insbesondere z. B. Social-Media-Betreuung, laufendes Monitoring und Reporting, Retainer) können von beiden Parteien mit einer Frist von drei Monaten zum Monatsende ordentlich in Textform gekündigt werden, soweit im Auftrag keine abweichende Laufzeit oder Frist vereinbart ist.

15.3 Außerordentliche Kündigung: Das Recht zur Kündigung aus wichtigem Grund (§ 314 BGB) bleibt unberührt. Ein wichtiger Grund liegt für die Agentur insbesondere vor, wenn der Auftraggeber wesentliche Vertragspflichten trotz Abmahnung verletzt, mit fälligen Zahlungen erheblich in Verzug gerät oder über sein Vermögen ein Insolvenzverfahren beantragt oder eröffnet wird.

15.4 Kündigungsform: Jede Kündigung bedarf der Textform. Bereits erbrachte Leistungen sind nach Ziffer 5 zu vergüten.

16. Schlussbestimmungen

16.1 Textform: Soweit in diesen AGB, im Auftrag oder in sonstigen vertraglichen Unterlagen „Schriftform“ oder „schriftlich“ verlangt wird, genügt - soweit gesetzlich zulässig - die Textform nach § 126b BGB (insbesondere z. B. E-Mail). Mündliche Nebenabreden bestehen nicht.

16.2 Abtretung: Der Auftraggeber darf Ansprüche aus diesem Vertrag nur mit vorheriger Zustimmung der Agentur in Textform an Dritte abtreten.

16.3 Anwendbares Recht: Es gilt ausschließlich das Recht der Bundesrepublik Deutschland unter Ausschluss des UN-Kaufrechts (CISG) und der Verweisungsnormen des deutschen Internationalen Privatrechts.

16.4 Erfüllungsort und Gerichtsstand: Erfüllungsort und - soweit der Auftraggeber Kaufmann, juristische Person des öffentlichen Rechts oder öffentlich-rechtliches Sondervermögen ist - ausschließlicher Gerichtsstand für alle Streitigkeiten aus und im Zusammenhang mit dem Vertragsverhältnis ist der Sitz der Agentur. Zwingende gesetzliche Gerichtsstände bleiben unberührt.

16.5 Überschriften: Überschriften und Stichworte dienen ausschließlich der Übersichtlichkeit und haben keine eigenständige rechtliche Bedeutung; für den Inhalt der Regelung ist allein der jeweilige Klauseltext maßgeblich.

16.6 Salvatorische Klausel: Sollte eine Bestimmung dieser AGB ganz oder teilweise unwirksam sein oder werden, bleibt die Wirksamkeit der übrigen Bestimmungen unberührt. An die Stelle der unwirksamen Bestimmung tritt die gesetzliche Regelung.