

Allgemeine Geschäftsbedingungen

der Zincrease Marketing & Events, Inhaber Dipl.-Kfm. (FH) Lars Thierling, Regentenstraße 202, 41061 Mönchengladbach

- nachfolgend die Agentur -

Die Agentur erbringt für den Kunden ausschließlich auf der Grundlage der nachstehenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen (nachfolgend: AGB) gegen Zahlung einer Vergütung die in diesen AGB im Einzelnen spezifizierten Leistungen oder Teile dieser Leistung.

§ 1 – Vertragsschluss

(1) Für sämtliche Geschäftsbeziehungen zwischen der Agentur und dem Kunden, denen die Erbringung von Leistungen durch die Agentur an den Kunden, zum Beispiel Kundenbetreuung, Konzeption, Organisation und Planung von Veranstaltungen, Vermittlungen von Leistungen Dritter, zu Grunde liegt, gelten ausschließlich diese AGB. Entgegenstehende AGB des Kunden sind nur dann wirksam, wenn sie von der Agentur ausdrücklich und schriftlich anerkannt werden. Von diesen AGB abweichende oder diese ergänzende Vereinbarungen bedürfen zu ihrer Wirksamkeit der Schriftform.

(2) Die Agentur unterbreitet dem Kunden ein Vertragsangebot, das entweder dem Kunden übergeben oder an diesen übersandt oder auf der Website der Agentur bereitgestellt wird.

Die Angebote der Agentur sind freibleibend und unverbindlich. Für Kunden, die Verbraucher im Sinne des Bürgerlichen Gesetzbuches sind, sind dem Angebot diese AGB beigefügt. Für Kunden, die nicht Verbraucher im Sinne des Bürgerlichen Gesetzbuches sind, wird in dem Angebot auf diese AGB hingewiesen und werden ihnen diese AGB auf Wunsch übersandt. Die AGB sind auch auf der Website der Agentur einsehbar. Bei Einstellung des Angebotes auf der Website der Agentur ist das Angebot mit den AGB verlinkt.

(3) Der Vertrag zwischen der Agentur und dem Kunden kann wie folgt zustande kommen:

- (i) der Kunde bestätigt schriftlich auf einer Kopie des Angebots die Annahme des Angebotes oder
- (ii) der Kunde erteilt den Auftrag schriftlich unter Bezugnahme auf das Angebot der Agentur oder
- (iii) die Agentur bestätigt einen durch den Kunden anderweitig erteilten Auftrag in Schriftform oder
- (iv) der Kunde klickt die jeweiligen Akzeptanzfelder auf der Website der Agentur unter Bestätigung der Kenntnisnahme der AGB an.

In jedem der vorstehend genannten Fälle des Zustandekommens des Vertrages erklärt der Kunde sein Einverständnis mit der Einbeziehung dieser AGB in das Vertragsverhältnis.

(4) Der Kunde erklärt sich bei erstmaliger Auftragserteilung damit einverstanden, dass diese AGB auch für Folgeaufträge gelten sollen, ohne dass es einer erneuten ausdrücklichen Einbeziehung bedarf.

(5) Die Agentur ist berechtigt, die AGB jederzeit zu ändern. Der Kunde wird hierüber schriftlich oder per E-Mail informiert. Zugleich wird der Kunde auf die Möglichkeit hingewiesen, binnen 1 Monats nach Mitteilung über die Änderungen der AGB diesen zu widersprechen. Nimmt der Kunde diese Möglichkeit nicht wahr, besteht das Vertragsverhältnis zu den geänderten Bedingungen fort. Widerspricht der Kunde den Änderungen, so besteht das Vertragsverhältnis fort, jedoch ist die Agentur berechtigt, das Vertragsverhältnis unter Einhaltung der entsprechenden Kündigungsfrist ordentlich zu kündigen.

§ 2 - Leistungsumfang

- (1) Der Umfang der Leistungsverpflichtung der Agentur ergibt sich aus dem vom Kunden bestätigten Angebot bzw. aus der Auftragsbestätigung, jeweils nebst Kostenvoranschlag, in dem alle vereinbarten Leistungen sowie die hierfür geschuldete Vergütung festgehalten sind.
- (2) Sofern im Einzelfall nichts Abweichendes vereinbart wird, schuldet die Agentur eine oder eine Mehrzahl von Dienstleistungen.
- (3) Die für die Durchführung der Dienstleistung erforderliche Beauftragung von Dritten erfolgt – soweit nichts anderes vereinbart ist – im Namen und für Rechnung der Agentur. Die Kosten des Dritten (Fremdkosten) werden dem Kunden weiterberechnet. Die Agentur ist nicht verpflichtet, dem Kunden über die von dem oder den Dritten erbrachten Leistungen Rechnung zu legen oder ihre Abrechnung mit dem oder den beauftragten Dritten offenzulegen. Etwas anderes gilt, wenn die Agentur zur Erfüllung ihrer Leistungspflicht vereinbarungsgemäß Dritte namens und in Vollmacht des Kunden beauftragt.
- (4) Bei der Erbringung der geschuldeten Leistungen behält sich die Agentur Änderungen oder Abweichungen hinsichtlich einzelner Teilleistungen vor, sofern dies nach Vertragsabschluss aus Gründen erforderlich wird, die von der Agentur nicht zu vertreten sind und soweit die Änderungen oder Abweichungen für die vom Kunden mit den bei der Agentur beauftragten Leistungen verfolgten Zwecke nicht so erheblich sind, dass der vom Kunden beabsichtigte Zweck nicht mehr erreicht werden kann.

§ 3 – Vergütung

- (1) Die Vergütung erfolgt auf der Grundlage des dem vom Kunden bestätigten Angebot bzw. der Auftragsbestätigung beigefügten Kostenvorschlags sowie der Aufstellung der gültigen Stundensätze. Die Verbindlichkeit des Kostenvorschlags sowie der Aufstellung der Stundensätze für die Erbringung der von der Agentur geschuldeten Leistungen hat der Kunde mit der Bestätigung des Angebotes bzw. der Entgegennahme der Auftragsbestätigung anerkannt.
- (2) Die Vergütung setzt sich – je nach erbrachter Leistung – zusammen aus der Vergütung für die Erstellung des Konzeptes, der Planung und Organisation von Veranstaltungen, der Vermittlung von Leistungen Dritter, der Betreuung des Kunden sowie der Vergütung für sonstige Leistungen, Kosten für Material und Organisation sowie – soweit erforderlich – Fremdkosten. Die Konzeptentwicklung, die Planung und die Organisation von Veranstaltungen, die Vermittlung von Leistungen Dritter sowie Fremdkosten sind jeweils gesondert vergütungspflichtige Teilleistungen, sofern nicht ausdrücklich etwas anderes vereinbart ist. Vorschläge des Kunden oder seiner Mitarbeiter haben keinen Einfluss auf die Höhe der Vergütung.
- (3) Bei den im Kostenvorschlag und in der Aufstellung über die Stundensätze genannten Beträgen handelt es sich um Nettobeträge ohne die jeweils gültige gesetzliche Umsatzsteuer. Die Agentur ist berechtigt, dem Kunden Abschlagsrechnungen bis zur Höhe von 50% der Gesamtvergütung sowie Teilrechnungen über Teilleistungen zu stellen.
- (4) Von der Agentur gestellte Rechnungen beinhalten den Nettobetrag der Vergütung und weisen die jeweils gültige gesetzliche Umsatzsteuer aus.
- (5) Reisekosten und Spesen rechnet die Agentur nach Aufwand ab. Flüge innerhalb Europas erfolgen in der Economy-Class, Intercontinentalflüge in der Business-Class. Bahnreisen erfolgen in der 1. Klasse. Fahrten mit dem Pkw werden mit € 0,45 je Kilometer berechnet.
- (6) Vom Leistungsumfang des Vertragsverhältnisses (§ 2 (1)) nicht mit umfasste Leistungen, die
 - auf zusätzlichen Wunsch des Kunden ausgeführt werden oder
 - auf Grund unrichtiger vorheriger Angaben des Kunden erforderlich werden oder
 - durch nicht von der Agentur zu vertretende Transportverzögerungen bedingt sind oder durch nicht termin- oder fachgerechte Vorleistungen Dritter, soweit diese nicht Erfüllungsgehilfen der Agentur sind, erforderlich werden oder
 - während der Durchführung einer Veranstaltung auf Grund kurzfristiger Veranlassung durch den Kunden erbracht werden

werden dem Kunden auf Grundlage der jeweils gültigen Vergütungssätze im Stundenhonorar in Rechnung gestellt.

- (7) Anfallende Gebühren, öffentlich rechtliche Abgaben und sonstige Kosten wie zum Beispiel GEMA-Gebühren, Beiträge zur Künstlersozialversicherung, Haftpflicht- und sonstige Schadensversicherungen, behördliche Anmeldungen, Energie-, Wasser- und Abfallentsorgungskosten etc. trägt der Kunde bzw. sind von diesem gegen Nachweis zu erstatten.
- (8) Überschreitungen des Kostenvorschlages um mehr als 20% hat die Agentur dem Kunden unverzüglich anzuzeigen, sobald die Überschreitung absehbar ist. In diesem Fall steht dem Kunden das Recht zur fristgerechten Kündigung des Vertragsverhältnisses zu. Macht der Kunde von seinem Kündigungsrecht Gebrauch, stehen ihm gegenüber der Agentur keinerlei Ansprüche zu, es sei denn, zwingende gesetzliche Vorschriften oder einzelne Regelungen des Dienstvertrages oder einzelne Bestimmungen dieser AGB sehen dies ausdrücklich vor. Macht der Kunde von seinem Kündigungsrecht keinen Gebrauch, sind die Parteien verpflichtet, eine neue Vereinbarung zu treffen, die im Hinblick auf die Überschreitung des Kostenvorschlages eine angemessene Erhöhung der Vergütung der Agentur zum Gegenstand hat.
- (9) Verzögert sich die Ausführung des Auftrages aus Gründen, die der Kunde zu vertreten hat, so kann die Agentur eine angemessene Erhöhung ihrer Vergütung verlangen. Bei Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit auf Seiten des Kunden kann die Agentur auch Schadenersatzansprüche geltend machen. Die Geltendmachung eines weitergehenden Verzugsschadens bleibt unberührt.
- (10) Kommt die Durchführung des Vertrages oder von Teilen der vereinbarten Leistungen aus Gründen nicht zustande, die – mit Ausnahme der zulässigen Kündigung – der Kunde zu vertreten hat, so behält die Agentur ihren vollen Vergütungsanspruch.

§ 4 – Fälligkeit der Vergütung; Verzug

- (1) Die Vergütung ist spätestens innerhalb von 7 Bankarbeitstagen nach Rechnungsdatum oder vereinbarter Fälligkeit zur Zahlung auf das Konto der Agentur fällig. Rechnungsbeträge sind ohne Abzug zahlbar. Werden Teilleistungen abgerechnet, so ist eine entsprechende Teilvergütung jeweils nach Erbringung der Teilleistung fällig.
- (2) Kommt der Kunde mit der Zahlung der Vergütung in Verzug, kann die Agentur Verzugszinsen in Höhe von 5 Prozentpunkten (Verbraucher) bzw. 8 Prozentpunkten (Unternehmer) über dem jeweils gültigen Basiszins p.a. verlangen. Die Geltendmachung eines nachgewiesenen höheren Verzugsschadens bleibt vorbehalten.
- (3) Dem Kunden steht hinsichtlich des fälligen Vergütungsanspruchs der Agentur weder ein Zurückbehaltungsrecht noch das Recht der Aufrechnung zu. Eine Aufrechnung gegen den Vergütungsanspruch ist nur mit einer unbestrittenen oder rechtskräftig festgestellten Forderung des Kunden zulässig.

§ 5 – Eigentumsvorbehalt

- (1) Die Agentur behält sich die ausschließlichen Eigentumsrechte an allen Entwürfen, Zeichnungen, Konzepten und sonstigen Leistungen bis zur vertragsgemäßen Zahlung der Vergütung vor. An Entwürfen und Konzepten werden nur Nutzungsrechte eingeräumt, nicht jedoch Eigentumsrechte übertragen.
- (2) Die Versendung von Daten auf Datenträgern oder als Dateien online und offline durch die Agentur erfolgt auf Gefahr und für Rechnung des Kunden.
- (3) Die in Erfüllung der Leistungspflichten der Agentur entstandenen Daten und Dateien verbleiben im Eigentum der Agentur. Diese ist nicht verpflichtet, Daten und Dateien an den Kunden herauszugeben. Wünscht der Kunde, dass die Agentur ihm Datenträger, Dateien und Daten zur Verfügung stellt, ist dies vorab schriftlich zu vereinbaren und vom Kunden gesondert zu vergüten. Hat die Agentur dem Kunden Datenträger, Dateien und Daten zur Verfügung gestellt, dürfen diese nur mit vorheriger Zustimmung der Agentur verändert werden.
- (4) Außer bei Vorsatz und grober Fahrlässigkeit haftet die Agentur nicht für Mängel an Datenträgern, Dateien und Daten. Für Fehlern an Datenträgern, Dateien und Daten, die beim Datenimport auf das System des Kunden an den Datenträgern, Dateien und Daten entstehen oder im System des Kunden Schäden verursachen, ist eine Haftung der Agentur ausgeschlossen.

§ 6 - Kundenpflichten

- (1) Der Kunde hat der Agentur alle Unterlagen und Informationen zur Verfügung zu stellen, die zur ordnungsgemäßen Erbringung des Leistungsumfangs der Agentur und der Durchführung des vom Kunden bezweckten Projektes erforderlich sind. Stellt der Kunde Flächen und Räumlichkeiten für die Durchführung eines Projektes zur Verfügung, ist er dafür verantwortlich, dass die für die Durchführung der Veranstaltung bzw. des Projektes bereitgestellten Flächen und Räumlichkeiten zu dem Veranstaltungs-/Projektzweck geeignet und behördlich zugelassen sind. Der Kunde ist verpflichtet, eventuell erforderliche behördliche Genehmigungen rechtzeitig vor Beginn der Leistungserbringung durch die Agentur einzuholen, Strecken und Flächen gegen allgemeine Gefahren zu sichern und mögliche Gefahrenquellen auszuschließen. Die Verkehrssicherungspflicht hinsichtlich der von ihm zur Verfügung gestellten Flächen und Räumlichkeiten trägt der Kunde. Der Kunde stellt die Agentur von jeglicher Haftung frei, die sich aus dem Fehlen einer behördlichen Genehmigung, aus einer Verletzung der Verkehrssicherungspflicht oder aus der Beschaffenheit oder der Lage der überlassenen Flächen und/oder Räumlichkeiten ergeben könnten.
- (2) Die Agentur kann vom Kunden den Abschluss und den Nachweis geeigneter und ausreichender Haftungs- und Schadensrisiken abdeckender Versicherungen verlangen.
- (3) Soweit die Agentur dem Kunden Gegenstände jeglicher Art vermietet oder verleiht, haftet der Kunde für Verlust oder Beschädigung der vermieteten bzw. verliehenen Sachen. Für Ersatzansprüche der Agentur ist der Wiederbeschaffungswert zu Grunde zu legen.

§ 7 – Urheber- und Nutzungsrechte

- (1) Die von der Agentur auftragsgemäß erbrachte Leistung, d.h. alle durch die Agentur entwickelten Konzepte, Ideen, Planungen und Entwürfe einschließlich Projektskizzen, Projektpapieren, Layouts und Präsentationen unterliegen als persönliche geistige Schöpfungen der Agentur und ihrer Inhaber dem Schutz des Urheberrechtsgesetzes (UrhG). Dessen Regelungen gelten auch dann als vereinbart, wenn die nach § 2 UrhG erforderliche Schöpfungshöhe nicht erreicht ist.
- (2) Die Agentur überträgt dem Kunden gegen Zahlung der vereinbarten Vergütung die für den jeweiligen, dem Vertragsverhältnis zu Grunde liegenden Verwendungszweck erforderlichen Nutzungsrechte. Das Nutzungsrecht geht erst nach vollständiger Zahlung der vereinbarten Vergütung über. Die Agentur bleibt in jedem Fall, auch wenn sie das ausschließliche Nutzungsrecht eingeräumt hat, berechtigt, ihre Entwürfe, Planungen, Konzepte, Ideen etc. im Rahmen der Eigenwerbung zu verwenden.
- (3) Soweit nichts anderes vereinbart ist, wird jeweils nur das einfache Nutzungsrecht übertragen. Die Ausführung ihrer Leistungen ist allein der Agentur vorbehalten. Die Bearbeitung, Verwertung, Vervielfältigung und gewerbsmäßige Verbreitung der Schöpfung der Agentur durch den Kunden oder durch Dritte bedürfen einer ausdrücklichen vorherigen Vereinbarung und der vorherigen Einwilligung der Agentur. Die Übertragung von dem Kunden eingeräumten Nutzungsrechten an Dritte bedarf ebenfalls der vorherigen schriftlichen Vereinbarung und der vorherigen Einwilligung der Agentur. An von Kunden vereinnahmten Nutzungsentgelten ist die Agentur angemessen zu beteiligen. Über den Umfang eingeräumter Nutzungsrechte und die Höhe vereinbarter Nutzungsentgelte steht der Agentur gegenüber dem Kunden ein Auskunftsanspruch zu.
- (4) Wiederholungen (Wiederverwendung) oder Mehrfachnutzungen (Weiterverwertung) der Schöpfung der Agentur durch den Kunden oder durch mit dem Kunden verbundene Personen oder Unternehmen sind vergütungspflichtig; sie bedürfen der vorherigen schriftlichen Einwilligung der Agentur.
- (5) Die Agentur hat das Recht, als Urheberin des Konzepts für das dem Vertragsverhältnis zu Grunde liegende Projekt auf entsprechenden Hinweisen auf das Projekt (Einladungen, Programmheften, Websites etc.) genannt zu werden. Verletzt der Kunde das Recht auf Namensnennung, verwirkt er eine Vertragsstrafe in Höhe von € 5.001,00. Das Recht der Agentur, bei konkreter Schadensberechnung einen höheren Schaden geltend zu machen bleibt unberührt.
- (6) Kommt es nach Unterbreitung eines Angebots durch die Agentur nicht zum Vertragsschluss, ist es dem Kunden untersagt, die im Rahmen der Präsentation durch die Agentur vorgeschlagenen Ideen, Konzepte, Layouts und Texte zu verwenden, zu verwerten oder Dritten zugänglich zu machen. Sofern die Agentur im Einzelfall darin einwilligt, dass der Kunde Schöpfungen der Agentur verwendet, verwertet oder Dritten zugänglich macht, bedarf es einer vorherigen schriftlichen Vereinbarung, auch über die hierfür vom Kunden zu leistende Vergütung.

- (7) Sofern der Kunde der Agentur für die Durchführung ihrer Leistung Inhalte zur Verfügung stellt, stellt der Kunde sicher und versichert mit Vertragsabschluss, dass er Inhaber der Nutzungs- und Besitzrechte an den von ihm für die Durchführung der Leistung durch die Agentur zur Verfügung gestellten Inhalten ist. Zu den Inhalten zählen insbesondere, aber nicht abschließend, Fotos, Filme, Animationen, Tonelemente, Grafiken, Texte, Logos etc.

§ 8 – Haftung

- (1) Eine Haftung für die wettbewerbs-, zeichen- und namensrechtliche Zulässigkeit ihrer Arbeit übernimmt die Agentur und deren Inhaber nicht. Gleiches gilt für die Schutzfähigkeit der erbrachten Leistungen.
- (2) Die Agentur verpflichtet sich, die von ihr geschuldete Leistung mit größtmöglicher Sorgfalt auszuführen. Für entstandene Schäden haftet sie nur bei Vorsatz und grober Fahrlässigkeit. Für Schäden aus der Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit haftet die Agentur auch bei leichter Fahrlässigkeit. Im Übrigen haftet sie für leichte Fahrlässigkeit nur, sofern sie Pflichten verletzt, deren Einhaltung für die Erreichung des Vertragszwecks von besonderer Bedeutung sind. Dasselbe gilt für Pflichtverletzungen durch Erfüllungsgehilfen der Agentur.
- (3) Sofern die Agentur auf Veranlassung des Kunden Fremdleistungen in dessen Namen und auf dessen Rechnungen in Auftrag gibt, haftet sie nicht für Leistungen und Arbeitsergebnisse der beauftragten Leistungserbringer. Die Agentur tritt in diesen Fällen lediglich als Vermittler auf. Die jeweiligen Auftragnehmer sind keine Erfüllungsgehilfen der Agentur. Die Agentur trifft lediglich ein Auswahlverschulden. Im Übrigen haftet sie nur für eigenes Verschulden und für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit.
- (4) Die Benutzung von Geräten und Gegenständen, die die Agentur dem Kunden zur Verfügung gestellt hat, geschieht auf eigene Gefahr.
- (5) Ereignisse höherer Gewalt, insbesondere, aber nicht abschließend, Regen, Hagel, Wind, Sturm, Erdbeben etc. oder öffentlich-rechtliche Hindernisse, insbesondere, aber nicht abschließend, fehlende oder zurückgenommene öffentlich-rechtliche Genehmigungen und Erlaubnisse, berechtigen die Agentur, die Erbringung ihrer Leistung für die Dauer des Hindernisses zu unterbrechen. Entsprechendes gilt, sollten sich Anhaltspunkte dafür ergeben, dass eine weitere Vertragserfüllung zu einer Gefährdung des Lebens oder der Gesundheit von Menschen führt oder führen könnte. In diesem Fall ist die Agentur verpflichtet, sich unverzüglich mit dem Kunden in Verbindung zu setzen und das weitere Vorgehen abzustimmen. Schadensersatzansprüche des Kunden werden hierdurch nicht ausgelöst. Dem Kunden steht jedoch das Recht zur Kündigung des Vertragsverhältnisses zu.

§ 9 – Mängelhaftung

- (1) Eine Mängelhaftung für einen vom Kunden seiner Veranstaltung zgedachten Erfolg, Publikums- oder Kundenzuspruch, Öffentlichkeitswirksamkeit, Medienresonanz etc. wird nicht übernommen.
- (2) Die Agentur haftet nicht für die Neuartigkeit, die Realisierbarkeit und die wirtschaftliche Verwertbarkeit ihrer Konzepte, Ideen, Planungen etc. Auch übernimmt sie keine Gewähr dafür, dass ihren Konzepten, Ideen, Planungen etc. keine Rechte Dritter entgegenstehen.
- (3) Mängelhaftungsansprüche bestehen nur insoweit, als das von der Agentur ausgearbeitete Konzept von den mit dem Kunden getroffenen Absprachen abweicht.
- (4) Der Kunde hat das Konzept, die Planung etc. unverzüglich nach Übermittlung durch die Agentur zu prüfen. Stellt er hierbei Mängel fest, hat er diese unverzüglich schriftlich unter genauer Bezeichnung der Mängel zu rügen. Mängel, die auch bei sorgfältiger Prüfung nicht unverzüglich entdeckt werden können, sind unverzüglich nach Entdeckung, spätestens jedoch am 3. Arbeitstag nach Übermittlung schriftlich zu rügen.
- (5) Bei auf einen längeren Zeitraum sich erstreckenden Kampagnen und Maßnahmen sind die Mängelhaftungsansprüche des Kunden auf Nacherfüllungsansprüche beschränkt. Die Agentur kann nach ihrer Wahl die Kampagne bzw. Maßnahme nachbessern oder ein neues Konzept für die Kampagne bzw. Maßnahme entwickeln. Ist für die von der Agentur zu erbringende Leistung im Vertrag ein Termin oder eine Frist bestimmt und ist für den

Kunden die Erbringung der Leistung nur bei deren Rechtzeitigkeit von Interesse, ist der Kunde berechtigt, ohne dass es einer Fristsetzung bedarf, vom Vertrag zurückzutreten.

§ 10 – Beginn, Dauer und Beendigung des Vertrages

- (1) Der Beginn des Vertragsverhältnisses, seine Dauer und seine Beendigung werden zwischen Agentur und Kunde in gemeinsamer Absprache festgelegt und werden Vertragsbestandteil.
- (2) Bei für einen längeren Zeitraum geplanten Kampagnen bzw. Maßnahmen kann der Kunde das Vertragsverhältnis nur in den durch das Gesetz oder gemäß den Regelungen dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen bestimmten Fällen kündigen.

Bei Veranstaltungen, deren Leistungszeit genau bestimmt ist und hinsichtlich derer das Leistungsinteresse des Kunden an die Rechtzeitigkeit der Leistung gebunden ist, ist der Kunde berechtigt, das Vertragsverhältnis ohne Einhaltung einer Kündigungsfrist bis zum Beginn der Veranstaltung zu kündigen. In diesem Fall ist die Agentur berechtigt, dem Kunden nachstehende Prozentsätze der vereinbarten Vergütung als Stornogebühr zu berechnen. Die Agentur ihrerseits ist in diesem Fall zu weiteren Leistungen nicht verpflichtet.

- bei einer Kündigung bis 15 Tage vor dem vereinbarten Tag der Veranstaltung:
50% der Vergütung
- bei einer Kündigung zwischen 4 und 10 Tagen vor dem vereinbarten Tag der Veranstaltung:
75% der Vergütung
- bei einer Kündigung zwischen 9 und 3 Tagen vor dem vereinbarten Tag der Veranstaltung:
90% der Vergütung
- bei einer Kündigung am vorletzten und letzten Tage vor dem vereinbarten Tag der Veranstaltung:
100% der Vergütung.

Darüber hinaus trägt der Kunde im Falle der Kündigung der Kosten der Herstellung oder des Erwerbs von Gegenständen und für die Beauftragung von Dienstleistungen bei Fremdlieferanten, die ausschließlich für den vertraglich vereinbarten Veranstaltungszweck erworben, hergestellt oder beauftragt wurden. Hinsichtlich der Kosten für von der Agentur bezogene Fremdleistungen gilt dies jedoch nur insoweit, als diese nicht mehr gekündigt werden können und sind im Fall einer möglichen Kündigung beschränkt auf die vom fremden Dienstleister geltend gemachten Schadenersatzansprüchen.

Zum Zeitpunkt der Kündigung bereits begonnene Leistungen werden auch dann als erbracht und abgeschlossen berechnet, wenn der Kunde darauf verzichtet, dass ihm die Teilleistung zur Verfügung gestellt wird bzw. darauf, diese zu nutzen.

Hinsichtlich der ganzen oder teilweisen Verwertung der bis zu einer vorzeitigen Kündigung durch den Kunden von der Agentur erarbeiteten Ideen, Konzepte, Entwürfe und Planungen durch den Kunden gilt § 7 Abs. (6) entsprechend.

- (3) Kommt die Durchführung des Vertrages oder von Teilen der vereinbarten Leistungen aus Gründen nicht zustande, die – mit Ausnahme der zulässigen Kündigung – der Kunde zu vertreten hat, so kann die Agentur vom Vertrag zurücktreten. Im übrigen gilt § 3 Abs. (10).
- (4) Kommt der Kunde seinen Verpflichtungen gemäß § 4 Abs. (1) Satz 1 oder Satz 2, § 6 Abs. (1) und (2) nicht – gegebenenfalls auch nicht nach angemessener Nachfristsetzung – nach, ist die Agentur berechtigt, vom Vertrag zurückzutreten.

Im Zusammenhang mit der Durchführung einer Veranstaltung, hinsichtlich derer die Einhaltung der Leistungszeit nach dem Zweck des Vertrages und der gegebenen Interessenlage für den Kunden derart wesentlich ist, dass eine verspätete Leistung keine Erfüllung mehr darstellt, bedarf es einer Nachfristsetzung durch die Agentur nicht.

- (5) In den Fällen des vorstehenden Abs. (4) wird die Agentur von ihrer Leistungspflicht frei. Stattdessen sieht der Agentur ein Anspruch auf Ersatz des ihr entstandenen Schadens zu, der sich nach dem Umfang der bislang für die Erbringung der vertraglich geschuldeten Leistung erforderlichen Zeitaufwandes unter Zugrundelegung der üblichen, gemäß Angebot bzw. Auftragsbestätigung bekannt gemachten Stundensätze richtet. Darüber hinaus kann die Agentur die für im Interesse des Kunden beauftragte Fremdleistungen erbrachte Aufwendungen geltend machen.

Von den vorstehenden Regelung unberührt bleibt das Recht beider Vertragsparteien zur außerordentlichen Kündigung.

§ 11 – Abwerbverbot; Verbot von Direktgeschäften

- (1) Die von der Agentur für die Durchführung des Vertragsgegenstandes eingesetzten Personen, Dienstleister und Unternehmen dürfen für die Dauer von bis zu 24 Monaten nach Abwicklung des Vertragsverhältnisses vom Kunden weder aushilfsweise, noch als festangestellter Arbeitnehmer noch als Subunternehmer beschäftigt bzw. beauftragt oder an Dritte vermittelt werden. Für jeden Fall des Verstoßes verurteilt der Kunde eine Vertragsstrafe in Höhe von € 5.001,00. Weitergehende Schadenersatzansprüche der Agentur bleiben hiervon unberührt.
- (2) Soweit die Agentur als Vermittler von Dienstleistungen, künstlerischen Darbietungen oder ähnlichem tätig wird, verpflichtet sich der Kunde sowie der vermittelte Künstler die von der Agentur hergestellten Kontakte für die Dauer von bis zu 24 Monaten nicht für den Abschluss von Direktgeschäften zwischen Kunde und Künstlern zu nutzen. Für jeden Fall des Verstoßes ist die Agentur so zu stellen, als wäre das unerlaubte Direktgeschäft durch sie vermittelt worden. Die Agentur hat in diesem Fall Anspruch auf Zahlung der üblichen Vermittlungsprovision, die der Kunde bzw. der Künstler für ein entsprechendes Vermittlungsgeschäft an die Agentur gezahlt hätte.

§ 12 – Erfüllungsort, Gerichtsstand

- (1) Erfüllungsort und Gerichtsstand ist das am Sitz der Agentur befindliche Gericht. Die Agentur ist berechtigt, auch das Gericht am Sitz des Kunden anzurufen.
- (2) Für alle Rechtsbeziehungen zwischen der Agentur und dem Kunden gilt das für die Rechtsbeziehung inländischer Parteien maßgebende Recht am Sitz der Agentur.

§ 13 – Schlussbestimmungen

Sollten einzelne Bestimmungen dieser AGB unwirksam sein oder werden lässt dies die Wirksamkeit der übrigen Bestimmungen unberührt. Unwirksame Bestimmungen sind durch wirksame zu ersetzen, die dem inhaltlichen und wirtschaftlichen Sinn der unwirksamen Bestimmungen möglichst nahe kommen.