

MARKENRAUM Design GmbH & Co. KG

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Leistungen an Auftraggeber

1. Geltungsbereich

- 1.1 Für alle Leistungen und Lieferungen der Agentur an ihre Auftraggeber als Unternehmer im Sinne von § 14 BGB gelten ausschließlich die nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen. Entgegenstehende AGB des Auftraggebers werden nicht Vertragsinhalt.
- 1.2 Den AGB gehen diejenigen Regelungen der Vertragspartner vor, die diese im Auftrag oder in sonstigen Vereinbarungen oder Absprachen abweichend von diesen AGB regeln.
- 1.3 Die AGB gelten auch für alle zukünftigen, der ersten Einbeziehung dieser AGB folgenden Aufträge des Auftraggebers an die Agentur, auch wenn bei diesen Folgeaufträgen nicht nochmals ausdrücklich auf die Geltung der AGB hingewiesen wird.

2. Abwicklung von Aufträgen

- 2.1 Angebote der Agentur an den Auftraggeber, die Preise enthalten, kann der Auftraggeber innerhalb von drei Wochen nach Zugang annehmen. Nach Ablauf der Frist ist die Agentur an dieses Angebot nicht mehr gebunden.
- 2.2 Erstellt die Agentur einen bloßen Kostenvoranschlag, so ist darin lediglich die Aufforderung zur Abgabe eines Angebots durch den Auftraggeber an die Agentur zu sehen, das der Annahme durch die Agentur bedarf.
- 2.3 Der Umfang der Leistungen ergibt sich aus der jeweils bei Erteilung des Auftrags vorgenommenen Produkt-/Leistungsbeschreibung. Zusätzliche und/oder nachträgliche Veränderungen der Produkt-/Leistungsbeschreibung bedürfen der Schriftform.
- 2.4 Besprechungsprotokolle, die die Agentur fertigt und dem Auftraggeber übermittelt, werden als kaufmännische Bestätigungsschreiben von den Vertragspartnern angesehen. Wenn der Auftraggeber nicht binnen drei Werktagen in Schriftform widerspricht, werden die darin enthaltenen Absprachen, Weisungen, Auftragserteilungen und sonstige Erklärungen mit rechtsgeschäftlichem Charakter verbindlich.

3. Beauftragung von Dritten

- 3.1 Die Agentur ist berechtigt, die ihr übertragenen Arbeiten selbst auszuführen oder Erfüllungsgehilfen/Subunternehmer im eigenen Namen damit zu beauftragen.
- 3.2 Die Agentur ist berechtigt, Aufträge zur Produktion von Werbemitteln, an denen die Agentur vertragsgemäß mitgewirkt hat, im Namen und auf Rechnung des Auftraggebers zu erteilen, sofern die Agentur dem Auftraggeber den Namen und die Anschrift des Dritten genannt und der Auftraggeber nicht innerhalb einer Frist von einer Woche in Schriftform widersprochen hat.
- 3.3 Aufträge an Werbeträger erteilt die Agentur im eigenen Namen und auf eigene Rechnung. Werden Mengenrabatte oder Malstaffeln in Anspruch genommen, erhält der Auftraggeber bei Nichterfüllung der Rabatt- und Staffelvoraussetzungen eine Nachbelastung, die sofort zur Zahlung fällig wird. Der Auftraggeber stellt insoweit die Agentur gegenüber dem Medium auf erstes Anfordern frei.

4. Mitwirkungspflichten des Auftraggebers

- 4.1 Der Auftraggeber stellt der Agentur alle für die Vertragserfüllung notwendigen Unterlagen und Informationen zur Verfügung.
- 4.2 Der Auftraggeber wird notwendige Daten, insbesondere einzupflegende Inhalte wie z.B. Bilder, Grafiken, Tabellen und Texte zeitnah und in digitaler Form zur Verfügung stellen.
- 4.3 Der Auftraggeber hat der Agentur geliefertes urheberrechtlich geschütztes Material (Fotos, Bilder, Zeichnungen, Grafiken, Texte etc.) frei von Rechten Dritter zu liefern und sicherzustellen, dass die vertragsgemäße Nutzung nicht in Urheberrechte, gewerbliche Schutzrechte oder sonstige Rechte Dritter eingreift, oder bei der Lieferung in schriftlicher Form auf die Rechte Dritter hinzuweisen.
- 4.4 Soweit die Agentur dem Auftraggeber Entwürfe oder Textversionen unter Angabe einer angemessenen Frist, die grundsätzlich fünf Werktage beträgt, zur Prüfung auf Richtigkeit und Vollständigkeit überlässt, gelten die Entwürfe und Textversionen mit Ablauf der Frist als genehmigt, soweit der Kunde keine Korrekturen wünscht. Solche Korrekturwünsche sind in Textform an die Agentur zu richten.
- 4.5 Soweit der Auftraggeber Bedenken gegen die rechtliche Zulässigkeit einer Werbung hat, hat er diese der Agentur unverzüglich schriftlich mitzuteilen.

- 4.6 Werden dem Auftraggeber Verletzungen von Nutzungsrechten durch die Leistungen der Agentur bekannt (z.B. durch Abmahnungen Dritter), so wird er die Agentur unverzüglich darüber in Kenntnis setzen.

5. Abnahmepflichten des Auftraggebers

- 5.1 Sofern die Agentur die Herstellung eines Werks schuldet, ist der Auftraggeber zur Abnahme des vertragsgemäß hergestellten Werks verpflichtet.
- 5.2 Wenn die Agentur dem Auftraggeber die Fertigstellung des Werks anzeigt und eine angemessene Frist zur Abnahme setzt, gilt das Werk als abgenommen, wenn der Auftraggeber die Abnahme nicht fristgerecht erklärt, obwohl er zur Abnahme verpflichtet ist.
- 5.3 Als Mitteilung der Fertigstellung des Werks gilt spätestens die Übersendung der Schlussrechnung.
- 5.4 Das Werk gilt als abgenommen, wenn der Auftraggeber die Schlussrechnung vorbehaltlos zahlt.
- 5.5 Eine stillschweigende Abnahme liegt vor, wenn der Auftraggeber das fertiggestellte Werk oder Teile davon im Produktiveinsatz verwendet und/oder der Öffentlichkeit zugänglich macht.
- 5.6 Die Verweigerung der Abnahme ist schriftlich gegenüber der Agentur zu erklären.
- 5.7 In der Abnahmeverweigerung müssen die Gründe, weshalb die Abnahme verweigert wird, so genau beschrieben werden, dass es der Agentur möglich ist, den Mangel aufzufinden und diesen ggf. beheben zu können.

6. Vergütung der Agenturleistungen

- 6.1 Sofern in dem Einzelauftrag nichts anderes vereinbart ist, werden die von der Agentur erbrachten Leistungen auf Stundenonorarbasis nach Zeitaufwand und den aktuellen Stundensätzen der beteiligten Mitarbeiter der Agentur abgerechnet. Technische Kosten werden nach den aktuellen Kostensätzen der Agentur für technische Kosten abgerechnet.
- 6.2 Alle Preise in Angeboten bzw. Stundensätze verstehen sich zuzügl. der gesetzlichen Mehrwertsteuer.
- 6.3 Versandkosten, Installation, Schulung, Pflege, Wartung und sonstige Nebenleistungen sind im Preis nicht inbegriffen, soweit diese nicht im Angebot der Agentur enthalten sind.
- 6.4 Sofern nichts anderes vereinbart ist, ist die Agentur berechtigt, ihre Leistungen jeweils monatlich am Ende des Monats abzurechnen, projektbezogen können im Rahmen der Fertigstellung des Projektes Teilleistungen oder Abschlagsrechnungen erstellt werden.
- 6.5 Aufträge, die sich über einen längeren Bearbeitungszeitraum erstrecken (> 1 Monat) oder finanzielle Vorleistungen der Agentur erfordern (z.B. Lizenzgebühren), werden mit einer 25%igen Anzahlung auf die Auftragssumme bei Auftragserteilung belegt. Weitere 25% der Auftragssumme werden zur Hälfte der Auftragsbearbeitung in Rechnung gestellt. Bei einer Projektdauer von über 2 Monaten kann sich die Anzahlung auf 50% der Auftragssumme erhöhen.
- 6.6 Für Leistungen Dritter, derer sich die Agentur zur Erfüllung des Vertrags/Auftrags zulässigerweise bedient, berechnet die Agentur eine Service-Fee von 15% des Nettobetrages der Rechnung des Dritten.
- 6.7 Interne Sachkosten, die der Agentur zur Durchführung der vertraglichen Leistung entstehen (z.B. Kommunikationskosten, Versand- und Vervielfältigungskosten sowie Reisekosten), berechnet die Agentur dem Auftraggeber zum Selbstkostenpreis.
- 6.8 Bei einer wesentlichen Änderung der vertraglichen Pflichten der Agentur zum Zwecke der Anpassung an die Belange des Auftraggebers kann die Agentur dem Auftraggeber den erforderlichen Mehraufwand in Rechnung stellen. Eine wesentliche Änderung liegt in der Regel dann vor, wenn das nach den Vorgaben des Auftraggebers erstellte Grundkonzept nicht mehr Gegenstand des Änderungswunsches ist, sondern die Änderungen so umfangreich sind, dass ein neues Grundkonzept erstellt werden muss. Einer wesentlichen Änderung steht es gleich, wenn für eine Änderung eine vorherige umfangreiche Prüfung erforderlich ist, ob und zu welchen Bedingungen die Änderung oder Erweiterung durchführbar ist. Die Agentur hat den Auftraggeber ihn auf eine Erhöhung des Preises gegenüber dem im Angebot ausgeschriebenen Preis vorher hinzuweisen.
- 6.9 Befindet sich der Auftraggeber im Zahlungsverzug, kann die Agentur für künftig zu erbringende Leistungen Vorauszahlungen verlangen.
- 6.10 Alle Leistungen der Agentur bleiben bis zur vollständigen Bezahlung aller geschuldeten Forderungen in uneingeschränktem Eigentum der Agentur.
- 6.11 Bis zur vollständigen Bezahlung wird ein Nutzungs- und/oder Verwertungsrecht an den Leistungen der Agentur daher nicht eingeräumt.

7. Zahlungsbedingungen

- 7.1 Vereinbarte Preise sind Nettopreise, zu denen die jeweils geltende Mehrwertsteuer hinzukommt. Künstlersozialabgabe, Gebühren der GEMA oder anderer Verwertungsgesellschaften, Zölle und sonstige, auch nachträglich entstehende Abgaben werden an den Auftraggeber weiterberechnet.
- 7.2 Rechnungen der Agentur sind binnen 10 Tagen nach Rechnungsdatum ohne jeden Abzug zur Zahlung fällig. Vom Tag der Fälligkeit an ist die Agentur berechtigt, Verzugszinsen in Höhe von 8% über dem Basiszinssatz geltend zu machen.
- 7.3 Zurückbehaltung von Zahlungen oder Aufrechnung mit Gegenforderungen sind nur mit von der Agentur anerkannten oder rechtskräftig festgestellten Forderungen zulässig. Dies gilt nicht, wenn der Auftraggeber kein Unternehmen/Unternehmer i. S. d. § 14 BGB ist.
- 7.4 Bis zur vollständigen Zahlung aller den Auftrag betreffenden Rechnungen behält sich die Agentur das Eigentum an allen Leistungen und Rechten, insbesondere urheberrechtlichen Nutzungsrechten, sowie das Eigentum an überlassenen Dateien, Unterlagen und Gegenständen vor. (§ 273 BGB)

8. Urheber- und Nutzungsrechte

- 8.1 Die der Agentur erteilten Aufträge basieren, soweit sie kreative Leistungen betreffen (z.B. Erstellung von Entwürfen, Datensätzen, Templates, CSS [Stile], Werkzeichnungen etc.), jeweils auf einem Urheberrechtsvertrag, der auf die Gewährung von Nutzungsrechten an diesen Leistungen gerichtet ist. Insoweit gelten die Bestimmungen der §§ 2 und 31 UrhRG in Verbindung mit den Normen über den Werkvertrag gemäß BGB. Die Bestimmungen des UrhRG gelten unbeschadet der erforderlichen Schöpfungshöhe.
- 8.2 Alle von der Agentur überlassenen oder durch sie zur Kenntnis gegebenen kreativen Leistungen einschließlich der Urheberbezeichnung dürfen ohne deren Zustimmung weder im Original noch im Zuge der Reproduktion entfallen oder abgeändert werden. Jede Nachahmung oder Verfremdung – auch von Teilbereichen – ist untersagt.
- 8.3 Alle urheberrechtlichen und sonstigen Nutzungsrechte an den vom Auftraggeber zur werblichen Verwendung freigegebenen und bezahlten Arbeitsergebnissen der Agentur gehen auf den Auftraggeber mit Zahlung des Nutzungshonorars über.
- 8.4 Der Auftraggeber erwirbt mit der Zahlung des Nutzungshonorars das Recht, sämtliche Arbeiten wie vereinbart zu nutzen und zu verwerten. Regelmäßig – wenn nicht anders vereinbart – handelt es sich hierbei um das ausschließliche Nutzungsrecht gemäß § 31 III UrhRG.
- 8.5 Anderweitige oder weitergehende Nutzungen sind nur mit Einwilligung der Agentur gestattet. Für die weitergehende Nutzung kann gegebenenfalls ein zusätzliches Nutzungshonorar vereinbart werden.
- 8.6 Wiederholungsnutzungen (Nachauflage) oder Mehrfachnutzungen (z.B. für ein anderes Produkt) sind honorarpflichtig; sie bedürfen der Einwilligung der Agentur. Ebenso die Übertragung eingeräumter Nutzungsrechte an Dritte.
- 8.7 Über den Umfang der Nutzung steht der Agentur ein Auskunftsanspruch zu.
- 8.8 Wenn im Rahmen einer Beauftragung nur ein Präsentationshonorar zur Auszahlung gelangt, so verbleiben sämtliche Rechte an den präsentierten Werken bei der Agentur.
- 8.9 Zieht die Agentur zur Vertragserfüllung Dritte heran, wird sie die Nutzungsrechte an deren Leistungen im Umfang der vorstehenden Regelung 6.1 erwerben und dementsprechend dem Auftraggeber 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 Auftraggeber darauf hinweisen und nach seinen Weisungen verfahren. Dadurch entstehende Mehrkosten trägt der Auftraggeber.
- 8.10 Die Agentur erfüllt ihre Verpflichtungen durch Einräumung ausschließlicher Nutzungsrechte im Vertragsgebiet für die von den Vertragsparteien jeweils in dem Auftrag vorgesehenen Medien und Einsatzdauer der Werbemaßnahme. Die übertragenen Nutzungsrechte schließen die Befugnis ein, das Arbeitsergebnis beliebig zu bearbeiten und/oder mit anderen Werken zu verbinden. Der Auftraggeber ist berechtigt, die Nutzungsrechte ganz oder teilweise auf Tochtergesellschaften oder verbundene Gesellschaften innerhalb eines Konzerns weiter zu übertragen. Jede über die vorstehende Regelung hinausgehende Nutzung bedarf der gesonderten Zustimmung der Agentur.
- 8.11 Anregungen oder Mitarbeiteranteile des Auftraggebers bleiben ohne Einfluss auf die Vergütungshöhe. Insbesondere begründen sie kein Miturheberrecht. Ein Miturheberrecht kann nur dann zugestanden werden, wenn dieses zuvor schriftlich fixiert wurde.
- 8.12 Der Auftraggeber erklärt sich damit einverstanden, dass Teile der von der Agentur erstellten Arbeiten in geeigneter Weise gekennzeichnet werden,

um auf die Urheberschaft hinzuweisen, wo dieses möglich ist. In jedem Fall erklärt sich der Auftraggeber einverstanden damit, dass die Agentur in ihrer Eigenwerbung auf diese Arbeit für den Auftraggeber hinweist.

- 8.13 Erstellt die Agentur im Rahmen ihrer vertraglichen Leistungen elektronische Programme oder Programmteile, so sind der jeweilige Quellcode und die entsprechende Dokumentation nicht Gegenstand der Rechteeinräumung an den Auftraggeber. Eine Herausgabe an den Auftraggeber ist nicht Bestandteil der vertraglichen Vereinbarung.

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

9. Druckfreigabe/Datenerstellung

- 9.1 Notwendige Daten für die Herstellung von Druckvorlagen werden entweder durch die Agentur erstellt oder vom Auftraggeber auf eigene Kosten und eigene Gefahr (mittels geeignetem Datenträger oder Datenfernübertragung) geliefert.
- 9.2 Bei allen der Agentur zur Verfügung gestellten Daten muss es sich um Sicherungskopien handeln. Für den Verlust von Originaldaten haftet die Agentur nicht.
- 9.3 Die Agentur übernimmt oder vermittelt außerdem die Erstellung von Druckvorlagen auf Manuskript-, Daten- oder Entwurfgrundlage, die durch den Auftraggeber auf andere Weise zur Verfügung gestellt wurden.
- 9.4 Alle Daten werden bis zur Beendigung des Vertragsverhältnisses bzw. bis zur endgültigen Erfüllung des Vertragszwecks durch die Agentur gespeichert und aufbewahrt.
- 9.5 Der Auftraggeber ist verpflichtet, alle durch die Agentur oder durch von der Agentur beauftragte Dritte gelieferten CDs, Filme, Drucke etc. vor Druckfreigabe oder Weiterverarbeitung zu prüfen und mögliche Fehler innerhalb von 5 Werktagen der Agentur gegenüber schriftlich geltend zu machen. Nach Ablauf dieser Frist gelten die Vorlagen als genehmigt, insoweit keine längere Prüfungsfrist vereinbart wurde.

10. Eigentum, Herausgabe von Daten

- 10.1 An Entwürfen, Reinzeichnungen, Datenträgern, Dateien und Daten werden dem Auftraggeber lediglich Nutzungsrechte eingeräumt, nicht jedoch Eigentumsrechte übertragen.
- 10.2 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.
- 10.3 Bei der Erstellung von Software gilt dies auch für den Quellcode und die entsprechende Dokumentation.
- 10.4 Hat die Agentur dem Auftraggeber Datenträger, Dateien und Daten zur Verfügung gestellt, dürfen diese nur mit Einwilligung der Agentur verändert werden.
- 10.5 Drittmittel, die von der Agentur als Betriebsgegenstände zur Erstellung der vertragsgemäßen Arbeit eingesetzt werden (z.B. Lithos, Filme, CDs, Software etc.), verbleiben – auch bei gesonderter Berechnung – im Eigentum der Agentur. Dieses gilt in gleicher Weise für alle im Zusammenhang der Auftragsdurchführung entstandenen, erhaltenen und ggf. gespeicherten Daten.

11. Rechtliche Unbedenklichkeit

- 11.1 Das Risiko, dass Werbemaßnahmen gegen Vorschriften des Wettbewerbsrechts, des Markenrechts, des Urheberrechts, des Geschmacksmusterrechts oder spezieller Werbegesetze verstoßen, trägt der Kunde. Die Agentur ist allerdings verpflichtet, alle Werbemaßnahmen vorher mit dem Auftraggeber abzustimmen und ihn auf eventuelle rechtliche Risiken hinzuweisen, soweit sie ihr bekannt sind oder bei der Vorbereitung bekannt werden.

12. Gewährleistung

- 12.1 Die von der Agentur erbrachten Arbeiten und Leistungen hat der Auftraggeber unverzüglich nach Erhalt, in jedem Falle aber vor einer Nutzung zu überprüfen und Mängel unverzüglich nach Entdeckung zu rügen. Unterbleibt die unverzügliche Überprüfung oder Mängelanzeige, bestehen keine Gewährleistungsansprüche des Auftraggebers bezüglich offensichtlicher Mängel, bekannter Mängel oder Folgemängel.
- 12.2 Liegt ein Mangel vor, den die Agentur zu vertreten hat, so kann sie nach eigener Wahl den Mangel beseitigen (nachbessern) oder Ersatz liefern. Im Falle der Nachbesserung hat sie das Recht auf zweimalige Nachbesserung

jeweils innerhalb angemessener Zeit. Ansonsten gelten die gesetzlichen Bestimmungen des Werkvertragsrechts im BGB.

- 12.3 Die Gewährleistungspflicht der Agentur erlischt mit dem Ablauf eines Jahres nach Erhalt der Lieferung/Leistung der Agentur durch den Auftraggeber.

13. Haftungsbeschränkung

- 13.1 Schadensersatzansprüche, gleich aus welchem Grund, sind bei fahrlässigem Verhalten der Agentur, ihrer gesetzlichen Vertreter oder ihrer Erfüllungsgehilfen begrenzt auf den typischen und bei Vertragsschluss vorhersehbaren Schaden.
- 13.2. Bei leicht fahrlässigem Verhalten sind sie ausgeschlossen, es sei denn, sie betreffen die Verletzung einer so wesentlichen Pflicht, dass die Erreichung des Vertragszwecks gefährdet ist (sogenannte Kardinalspflicht). Diese Haftungsbeschränkung und der vorstehende Haftungsausschluss gelten nicht bei vorsätzlichem Handeln der Agentur, bei Ansprüchen aus einer Garantie, bei Verletzung von Leben, Körper und Gesundheit sowie bei Ansprüchen aus dem Produkthaftungsgesetz.
- 13.3 Bei Schaltaufträgen haftet die Agentur nicht für mangelhafte Leistung der Medien (Werbeträger). Sie wird in diesen Fällen aber ihre Schadensersatz- oder Gewährleistungsansprüche an den Auftraggeber abtreten.
- 13.4 Schadensersatzansprüche gegen die Agentur verjähren in einem Jahr nach dem gesetzlichen Verjährungsbeginn unbeschadet der Vorschrift des § 202 BGB.
- 13.5 Die Agentur haftet nicht für Schäden, die durch unkontrollierte Weiterverarbeitung durch den Auftraggeber entstanden sind. Die Agentur haftet maximal bis zum Auftragswert der Vorlage, wenn der Fehler auch bei ordnungsgemäßer Prüfung nicht hätte entdeckt werden können und sich so erst im Produktionsvorgang erkennbar realisiert.
- 13.6 Die Agentur haftet bei Verlust von Daten nur für denjenigen Aufwand, der bei ordnungsgemäßer und regelmäßiger Datensicherung durch den Auftraggeber für die Wiederherstellung der Daten erforderlich gewesen wäre. Die Beschränkung gilt nicht, wenn und soweit die Datensicherung Bestandteil der von der Agentur zu erbringenden Leistungen ist.
- 13.7 Die Agentur übernimmt keine Haftung für gesetzliche Ansprüche von Urhebern auf nachträgliche Vergütungserhöhung nach § 32, 32a UrhRG; von solchen Ansprüchen stellt der Auftraggeber die Agentur auf erstes Auffordern frei.
- 13.8 Der Auftraggeber haftet für alle Schäden, die durch die Verwendung von Daten und Datenträgern entstehen, die fehlerbehaftet sind, wie z.B. durch Computerviren verseucht.

14. Verschwiegenheitsverpflichtung

- 14.1 Die Agentur und der Auftraggeber verpflichten sich hiermit gegenseitig, sämtliche ihnen im Zusammenhang mit dem Vertragsschluss zugänglichen oder übermittelten Informationen und Unterlagen, die als vertraulich gekennzeichnet oder nach den sonstigen Umständen als Geschäfts- oder Betriebsgeheimnis des jeweiligen Vertragspartners erkennbar sind, geheim zu halten und sie – soweit nicht zur Erreichung des Vertragszwecks geboten – weder aufzuzeichnen, zu speichern noch weiterzugeben, weder zu verwerten noch Unbefugten zugänglich zu machen.
- 14.2 Dies gilt auch für im Rahmen einer Präsentation von der Agentur vorgestellte Ideen, Konzepte, Entwürfe in Text und/oder Bild, solange und soweit der Auftraggeber solche Leistungen nicht in Auftrag gegeben und vergütet hat.

15. Datenschutz/Datensicherung

- 15.1 Der Auftraggeber bestätigt, dass von ihm oder auf seine Veranlassung von Dritten an die Agentur übermittelte, personenbezogene Daten entsprechend den einschlägigen Bestimmungen des Datenschutzes, insbesondere des Bundesdatenschutzgesetzes, erhoben und verarbeitet werden, dass etwa erforderliche Zustimmungen Betroffener vorliegen und dass die Nutzung der Daten durch die Agentur im Rahmen des erteilten Auftrags keine dieser Bestimmungen verletzt oder den Rahmen erteilter Zustimmungen überschreitet.
- 15.2 Der Auftraggeber ist damit einverstanden, dass persönliche Daten (Bestandsdaten) und andere Informationen, wie Zeitpunkt, Anzahl und Dauer der Verbindungen, Zugangskennwörter, Up- und Downloads, von der Agentur während der Dauer des Vertrags/Auftrags gespeichert werden, soweit dies zur Erfüllung des Vertrags erforderlich oder dienlich ist.
- 15.3 Der Auftraggeber wird Daten und Programme jeweils vor Übergabe an die Agentur sichern, um bei Datenverlust die Wiederherstellung zu ermöglichen.

16. Schriftform

- 16.1 Ist in diesen AGB oder im Auftrag/Vertrag oder in sonstigen vertraglichen Unterlagen von „schriftlich“ oder „Schriftform“ die Rede, so kann auch die Textform nach § 126 b BGB verwendet werden (E-Mail, SMS, Fax).

17. Erfüllungsort

- 17.1 Erfüllungsort ist der Sitz der Agentur. Gerichtsstand für alle Streitigkeiten aus dem Vertrag und im Zusammenhang mit der Geschäftsbeziehung ist der Sitz der Agentur.
- 17.2 Es gilt das Recht der Bundesrepublik Deutschland.

MARKENRAUM Design GmbH & Co. KG
Steubenplatz 12, 64293 Darmstadt
Sitz: Alzey, HRA 41954
USt-IdNr. DE290528809