

**AGB – ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN** FÜR AGENTUR - & FOTOLEISTUNGEN

---

**AGENTUR**

Boran & Parot GmbH

**STAND**

01.12.2022

---

**SHAPING  
BRANDS  
FOR  
TOMORROW**

## A. GELTUNG DER AGB UND DER VERTRAGSGEGENSTAND

### A.1. Geltung der AGB

- 1.1. Für alle zwischen der Werbe- & Fotoagentur Boran & Parot GmbH, Neuhofer Weg 2, D-91257 Pegnitz (nachfolgend bezeichnet als „Agentur“) und dem Kunden vereinbarte Agenturleistungen gelten die nachfolgenden Bedingungen (bezeichnet als „AGB“) ausschließlich.
- 1.2. Es gelten die AGB, in der jeweils im Zeitpunkt des Zustandekommens des Vertrages zwischen der Agentur und dem Kunden geltenden Fassung.
- 1.3. Abweichungen von diesen AGB sind nur wirksam, wenn sie durch die Agentur schriftlich bestätigt werden. Auch die Abbedingung dieser Schriftformklausel bedarf der Schriftform.
- 1.4. Abweichende Bedingungen des Kunden werden nicht anerkannt, es sei denn, die Agentur stimmt ihrer Geltung ausdrücklich schriftlich zu.
- 1.5. Unter den im Folgenden verwendeten Begriff „Inhalte“ oder „Materialien“ sind alle Inhalte und Informationen, wie zum Beispiel Fotografien, Grafiken, Logos, Videos, Texte, Programm-Code, Open Source Bestandteile, Bewertungen, Angaben über Orte und Personen, Ideen oder Vorgehensweisen zu verstehen.

### A.2. Vertragsschluss und Vertragsinhalt

- 1.1. Die Angebote der Agentur sind freibleibend.
- 1.2. Die konkreten Spezifikationen der jeweiligen vertraglichen Agenturleistung, deren Umfang, Anwendungsgebiete, Rahmenbedingungen, Funktionen, Dokumentationen sowie der Zeit- und Ablaufplan ergeben sich aus der, dem Vertrag zugrundeliegenden Auftragsbeschreibung. Die Auftragsbeschreibung kann insbesondere in Form eines Angebotes oder eines Lasten- und Pflichtenheftes erfolgen.
- 1.3. Nachträgliche Änderungen der Auftragsbeschreibung benötigen zu deren Wirksamkeit einer ausdrücklichen schriftlichen Bestätigung der Agentur.
- 1.4. Ist die Auftragsbeschreibung unzureichend oder ist deren Umfang in bestimmten Fällen zweifelhaft, umfassen die zu erbringenden Leistungen die branchenüblichen Aufgaben, welche notwendig sind, um den vereinbarten Vertragszweck zu erfüllen.
- 1.5. Bei den Agenturverträgen handelt es sich vorbehaltlich anderer Vereinbarung um Dienstleistungsverträge. Zum Gegenstand der Agenturverträge gehört nicht die Erzielung eines bestimmten wirtschaftlichen Erfolges.
- 1.6. Mit der Auftragserteilung erkennt der Kunde die gestalterische Freiheit der Agentur an.
- 1.7. Die Beauftragung erstreckt sich vorbehaltlich anderweitiger Vereinbarung auf das Gebiet der Bundesrepublik Deutschland (Vertragsgebiet). Die vorstehenden Produkte, Dienstleistungen und das Unternehmen werden nachfolgend zusammenfassend kurz als „Produkte“ bezeichnet.

## **B. LEISTUNGEN DER AGENTUR**

### **B.1. Werbevorbereitung**

- 1.1. Analyse der Marktposition und der Konkurrenzsituation der zu betreuenden Produkte.
- 1.2. Untersuchung von Zielgruppenstruktur und -verhalten auf der Grundlage vorhandener Studien.
- 1.3. Herausgabe von Studien von Kundenseite oder sonstiger, allgemein zugänglicher Sekundärmaterialien.
- 1.4. Erarbeitung von Vorschlägen für ergänzende Markt-, Produkt- und Verbraucheruntersuchungen und Empfehlungen geeigneter Marktforschungs-Institute für ihre Durchführung.

### **B.2. Werbeberatung**

- 1.1. Marktstrategische, werbefachliche und werbetechnische Beratung in allen Fragen der Unternehmenskommunikation und der Produktwerbung.
- 1.2. Formulierung der Werbeziele auf der Grundlage der mit dem Kunden abgestimmten Kommunikationsziele.
- 1.3. Entwicklung der Kommunikationsstrategie und Werbekonzeption.
- 1.4. Auswertung der Werbemittel- und Werbeträgerforschung zur Optimierung des Werbeeinsatzes.

### **B.3. Werbegestaltung (Kreation)**

- 1.1. Entwicklung von Texten und Gestaltung von Entwürfen (Roh-Layouts) für alle Printmedien (Anzeigen, Plakate, Broschüren, Kataloge, Folder und anderes).
- 1.2. Entwicklung von Storyboards / Treatments für Film-, Funk- und Fernsehwerbung.
- 1.3. Entwicklung von Claims, Slogans, Jingles, Logos und Sound-Logos.

### **B.4. Finalisierung (Reinzeichnungen, Rein-Layouts)**

- 1.1. Herstellung aller für die Werbemittelproduktion erforderlichen Reinzeichnungen / Rein-Layouts beziehungsweise Illustrationen und Durchführung der entsprechenden DTP-Satzarbeiten.

## **B.5. Werbemittelproduktion (Vergabe, Koordination, Überwachung)**

- 1.1. Ermittlung der wirtschaftlichsten Herstellungsverfahren und Methoden.
- 1.2. Auswahl geeigneter Spezialisten beziehungsweise Lieferanten wie Grafiker, Fotografen, Druckereien, Modelle, Programmierern, Reproanstalten, Filmproduzenten, Tonstudios, Sprecher, Dummy-Bau und anderes.
- 1.3. Einholung von 2 Lieferantenangeboten, wobei der Kunde jeweils einen Lieferanten benennen kann. Diese Regelung gilt nicht, wenn zu erwarten ist, dass das Angebot einen Betrag von 2 000,- Euro netto nicht übersteigt, oder bei Folgeleistungen eines bereits einvernehmlich ausgewählten Lieferanten.
- 1.4. Auftragserteilung nach Genehmigung durch den Kunden in schriftlicher Form inkl. Datierung, Koordination und Überwachung der sach- und termingerechten Ausführung beziehungsweise der Regie und Herstellung bei Dreh-, Print- und Aufnahmearbeiten und der post production im FFF-Sektor; Rechnungskontrolle und Zahlungsabwicklung.

## **C. SONSTIGE LEISTUNGEN DER AGENTUR (PROJEKTAUFTRÄGE UND MEDIA)**

### **C.1. Gesonderte Leistungen**

Auf besonderen Wunsch des Kunden kann die Agentur neben den Leistungen nach Abschnitt B die folgenden Aufgaben gegen ein gesondert zu vereinbarendes Honorar übernehmen auf der Basis genehmigter Kostenvoranschläge beziehungsweise auf Grund eines gesonderten Projektauftrages beziehungsweise auf der Basis eines Mediavertrages:

- 1.1. Media - Mediaplanung und Mediaschaltung.
- 1.2. Digitale Medien - Konzeption, Entwicklung, Gestaltung, Produktion und Projektmanagement für Werbemaßnahmen in digitalen Medien einschließlich Internet und Intranet.
- 1.3. Research - Durchführung aller Research-Maßnahmen wie zum Beispiel Copytest, Pre- und Posttest, Recall-Untersuchungen.
- 1.4. Marken, Packungsgestaltung - Entwicklung von Marken, Namen und Kennzeichen, Ausstattungen sowie Packungsgestaltung.
- 1.5. Corporate Design - Entwicklung und Überarbeitung von Signets, Firmenzeichen und Geschäftsausstattungen.
- 1.6. Internationale Koordination - Einbindung von Werbemaßnahmen in ein internationales Konzept und Koordination mit ausländischen Agenturen; Übernahme einer Lead-Agency-Funktion.
- 1.7. Direct Marketing - Entwicklung von Direct-Marketing- und Customer-Relationship-Maßnahmen in Text und Layout.

- 1.8. Sales Promotion - Beratung, Planungs- und Durchführungsarbeiten im Bereich der Verkaufsförderung, Außendiensttagungen, Fachveranstaltungen, Symposien sowie die Gestaltung von Display-Material, Prospekten und sonstigen Verkaufshilfen.
  - 1.9. Messe und Eventmarketing - Konzeption, Entwicklung, Umsetzung, Koordination und Überwachung von Messen und Events.
  - 1.10. Sponsoring - Entwicklung und Umsetzung von Sponsoring-Konzepten.
  - 1.11. Spezialtexte - Erarbeitung von Fachtexten und Fremdsprachentexten.
  - 1.12. Interaktive Medien - Konzeption, Entwicklung, Gestaltung, Produktion und Projektmanagement bei interaktiven Medien.
  - 1.13. Database-Management - Generierung von Adressen; Archivierung von digitalen Daten, Aufbau und Verwaltung einer Datenbank für den Zugriff durch den Kunden.
- C.2. Richtlinien für gesonderte Leistungen

Werden diese Leistungen durch gesonderte Projektaufträge oder durch Mediavertrag an die Agentur vergeben, so gelten in erster Linie die Regelungen des Projektauftrages beziehungsweise des Mediavertrages und in zweiter Linie ergänzend die Bestimmungen dieser AGB.

## **D. LEISTUNGEN DES KUNDEN**

### **D.1. Angaben zu Werbeaktivitäten und Budget**

- 1.1. Der Kunde wird der Agentur jeweils vor dem neuen Geschäftsjahr den voraussichtlichen Geschäftsumfang im Hinblick auf die geplanten Werbeaktivitäten und das zur Verfügung stehende Budget mitteilen. Der Kunde wird der Agentur nicht unwesentliche Änderungen dieser mitgeteilten Planungen jeweils unverzüglich mitteilen.
- 1.2. Der Kunde wird der Agentur alle für deren Arbeit erforderlichen oder dienlichen Daten und Informationen über Marketingziele, Märkte und Produkte unaufgefordert und vor Projektbeginn zeitnah zur Verfügung stellen. Die Agentur verpflichtet sich zur streng vertraulichen Behandlung solcher Daten und Informationen.

## D.2. Genehmigungen und Berechtigungen

- 1.1. Der Kunde räumt der Agentur unentgeltlich und örtlich unbeschränkt das einfache Recht ein, die von ihm oder in seinem Namen gestellten rechtlich geschützten Inhalte, Informationen und Daten zu vervielfältigen, öffentlich zugänglich zu machen, zu bearbeiten sowie diese Rechte auf Dritte, wie Subunternehmer zu übertragen.
- 1.2. Ferner räumt der Kunde der Agentur die zur Erfüllung des Vertrages erforderlichen Vertretungsrechte und Rechte im Namen Aussagen zu tätigen und zu veröffentlichen.
- 1.3. Der Kunde wird Genehmigungen so rechtzeitig erteilen, dass der Arbeitsablauf der Agentur und ihrer Lieferanten und damit die Realisierung der Werbemaßnahme nicht beeinträchtigt wird; die durch nicht rechtzeitig erteilte oder verweigerte Genehmigung eventuell entstehenden Mehrkosten und/oder ein dadurch entstehendes Qualitätsrisiko trägt der Kunde.
- 1.4. Die Rechteeinräumung in den Punkten 1.2 und 1.3 dieses Abschnitts erfolgt im Hinblick auf den örtlichen, sachlichen, zeitlichen und persönlichen Umfang nur insoweit, als sie zur Erfüllung der vertraglichen Leistungen durch die Agentur erforderlich ist und erlischt anschließend automatisch. Der Kunde weist die Agentur vor Ergreifung rechtlicher Schritte auf eine Nutzung der Rechte außerhalb dieses Rahmens hin und gibt der Agentur eine Gelegenheit die Nutzung der Rechte einzustellen oder auf den erforderlichen Umfang einzuschränken.

## D.3. Rechtliche Vorgaben und rechtliche Mitwirkungspflichten

- 1.1. Die folgenden Regelungen bestimmen die rechtliche Verantwortung und rechtliche Verpflichtungen zwischen der Agentur und dem Kunden, sofern diese nicht ausdrücklich in der Auftragsbeschreibung vereinbart worden sind.
- 1.2. Die Leistungen der Agentur beinhalten keine rechtliche Prüfung oder rechtliche Beratung (zum Beispiel markenrechtlicher, urheberrechtlicher, datenschutzrechtlicher, wettbewerbsrechtlicher, standesrechtlicher Art) sowie Erfüllung von gesetzlichen Informationspflichten des Kunden (z.B. Anbieterkennzeichnung, Datenschutzerklärung, Verbraucherunterrichtung bei Fernabsatzverträgen, etc.).
- 1.3. Der Kunde stellt sicher, dass die von ihm gestellten Inhalte frei von Rechten Dritter sind und deren Veröffentlichung nicht in irgendeiner Form gegen geltendes Recht verstößt. Zu den gestellten Inhalten gehören auch solche Inhalte und deren Quellen, die der Kunde der Agentur im Hinblick auf dessen Aufgabenwahrnehmung empfiehlt oder vorschlägt. Ebenfalls gehören hierzu Aktionen und sonstige vom Kunden vorgeschlagene Maßnahmen, wie z.B. Werbekampagnen.
- 1.4. Sollte ein Dritter bei der Agentur die Verletzung von Rechten oder sonstige Rechtsverstöße geltend machen, so unterrichtet die Agentur den Kunden unverzüglich. Der Kunde hat in diesem Fall das Recht, die Verteidigung zu übernehmen und stellt die Agentur von allen Ansprüchen und Schäden frei.
- 1.5. Soweit die Agentur dem Kunden rechtliche Muster, zum Beispiel Nutzungs- und Datenschutzbedingungen zur Verfügung stellt, sind diese als Vorlagen zu verstehen. Es obliegt dem Kunden die Muster den eigenen rechtlichen Bedürfnissen anzupassen.

## D.4. Zusammenarbeit und Mitwirkungspflichten des Kunden

- 1.1. Die Parteien (Kunde und Agentur) arbeiten vertrauensvoll zusammen und unterrichten sich bei Abweichungen von dem vereinbarten Vorgehen oder Zweifeln an der Richtigkeit der Vorgehensweise des anderen unverzüglich gegenseitig.
- 1.2. Der Kunde verpflichtet sich, die Agentur bei Erfüllung ihrer vertraglich geschuldeten Leistung zu unterstützen. Dazu gehört insbesondere die rechtzeitige Zurverfügungstellung von Informationen, Datenmaterial, soweit die Mitwirkungsleistungen des Kunden dies erfordern.
- 1.3. Kann die Agentur die Leistungen wegen fehlender und unzureichender Mitwirkungsleistungen oder Beistellungen nicht oder nur mit Mehraufwendungen erbringen, ist sie berechtigt, hierdurch notwendige Mehraufwendungen gegenüber dem Kunden geltend zu machen.
- 1.4. Die Parteien und deren Ansprechpartner verständigen sich in regelmäßigen Abständen, die gemeinsam schriftlich festgelegt werden, über Fortschritte und Hindernisse bei der Vertragsdurchführung, um gegebenenfalls lenkend in die Durchführung des Vertrages eingreifen zu können.
- 1.5. Erkennt der Kunde, dass eigene Angaben und Anforderungen fehlerhaft, unvollständig, nicht eindeutig oder undurchführbar sind, hat er dies und die ihm erkennbaren Folgen der Agentur unverzüglich mitzuteilen.

## E. VERGÜTUNG DER AGENTUR

### E.1. Leistungen nach Abschnitt B

Für alle Leistungen der Agentur nach Abschnitt B wird das Honorar im Rahmen vom Kunden genehmigten Kostenvoranschlägen vereinbart. Als Kalkulationsgrundlage gelten die zum Zeitpunkt der Leistung aktuellen Vergütungssätze der Agenturpreisliste; in der Regel werden diese Leistungen nach Stundenaufwand berechnet. Für genehmigte Kostenvoranschläge gilt eine Abweichung von +/- 10 Prozent als von der Genehmigung umfasst.

### E.2. Fremdkosten

Alle im Rahmen anfallenden Fremdkosten werden, sofern nicht anders vereinbart, unter Beifügung von Belegen an den Kunden ohne Aufschlag einer Agenturprovision weiterberechnet.

### E.3. Leistungen nach C

Für alle Leistungen im Rahmen des Abschnitts C wird das Honorar im Rahmen des jeweiligen Projektauftrages beziehungsweise des Mediavertrages zwischen Kunde und Agentur vereinbart. Falls keine Vereinbarung getroffen ist, gelten die zum Zeitpunkt der Leistung aktuellen Vergütungssätze der Agentur; in der Regel werden diese Leistungen nach Stundenaufwand berechnet auf Basis der jeweils gültigen Preisliste der Agentur; Medialeistungen werden in der Regel auf der Basis eines Prozentsatzes vom Schaltvolumen berechnet nach näherer Maßgabe des Mediavertrages.

## **E.4. Vergütung für Nutzungsrechte**

Die Vergütung für Nutzungsrechte richtet sich nach Abschnitt H dieser AGB.

## **E.5. Barauslagen, GEMA, KSV-Kosten**

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

## **E.6. Reisekosten**

Kosten für Reisen zum Firmensitz des Kunden im Rahmen der normalen Betreuung werden entsprechend berechnet. Alle sonstigen Reisen, zum Beispiel zur Überwachung von Film-, Funk- und Fernseharbeiten, Drucküberwachung und Druckabnahmen, Reisen im besonderen Auftrag des Kunden und Ähnliches werden dem Kunden berechnet.

## **E.7. Änderung oder Abbruch von Arbeiten**

- 1.1. Wenn der Kunde in Auftrag gegebene Arbeiten außerhalb der laufenden Betreuung ändert oder abbricht, wird er der Agentur die bis dahin angefallenen Honorare und/oder Zeitaufwand vergüten und alle angefallenen Kosten einschließlich ausfallender Honorare und/oder Provisionen erstatten und die Agentur von eventuell entstehenden Ansprüchen Dritter, insbesondere von Auftragnehmern der Agentur, freistellen.
- 1.2. Wenn die Änderung oder der Abbruch der Arbeiten durch eine Pflichtverletzung der Agentur oder ihrer Erfüllungsgehilfen begründet ist, werden ausfallende Honorare und Provisionen nicht erstattet.

## **E.8. Umsatzsteuer**

- 1.1. Sämtliche Vergütungen der Agentur verstehen sich zuzüglich der gesetzlich jeweils geltenden Umsatzsteuer. Bei Rechnungen an Leistungsempfänger außerhalb der Bundesrepublik Deutschland wird keine deutsche Umsatzsteuer berechnet und in den Rechnungen ausgewiesen.
- 1.2. Auf diesen Rechnungen ist die jeweilige der Agentur vom Kunden zu benennende USt-Identifikationsnummer, bzw. VAT-Nummer des Leistungsempfängers anzugeben.

## **E.9. Fälligkeit**

- 1.1. Alle von der Agentur dem Kunden ausgestellten Rechnungen sind nach Erhalt und ohne Abzüge fällig.
- 1.2. Für das jeweilige Projekt erstellt die Agentur nach schriftlicher Auftragsbestätigung des Kunden eine Vorausrechnung von 50% des Angebotes und nach Abschluss eines Auftrages eine 50% Abrechnung. Bei größeren Aufträgen oder solchen, die sich über einen längeren Zeitraum erstrecken, ist die Agentur berechtigt, Zwischenabrechnungen beziehungsweise Vorausrechnungen zu erstellen oder Akontozahlungen abzurufen.



## E.10. Verzug, Aufrechnung und Zurückbehaltungsrechte

- 1.1. Befindet sich der Kunde mit der Zahlung im Verzug, so muss er mit Verzugszinsen in Höhe von 8% über dem Basiszinssatz rechnen. Die Verzugszinsen fallen bei Überschreitung des Zahlungszieles auch ohne Mahnung an.
- 1.2. Der Kunde kann gegen Ansprüche der Agentur nur unbestrittene oder rechtskräftig festgestellte Forderungen aufrechnen, sofern es sich hierbei nicht um Ansprüche auf Fertigstellung oder Mangelbeseitigung handelt. Dem Kunden steht die Geltendmachung eines Zurückbehaltungsrechts nur wegen Gegenansprüchen aus dem jeweiligen Vertrag zu.

## F. AUFTRAGSVERGABE

### F.1. Briefing

Basis der Tätigkeit der Agentur bildet das Briefing durch den Kunden. Wird das Briefing mündlich erteilt, ist darüber ein Briefingprotokoll von der Agentur zu fertigen. Dieses wird zur verbindlichen Arbeitsunterlage; insoweit gilt die Regelung über Besprechungsprotokolle im nachfolgenden Abschnitt G entsprechend.

### F.2. Kostenvoranschläge

Vor Beginn jeder Kosten verursachenden Arbeit hat die Agentur dem Kunden einen Kostenvoranschlag in schriftlicher Form zu unterbreiten.

### F.3. Auftragserteilung

- 1.1. Der Kunde erteilt den Auftrag an die Agentur durch Genehmigung des Kostenvoranschlags. Die Genehmigung soll in der Regel schriftlich erfolgen. Erfolgt sie mündlich, so soll sie in einem Besprechungsprotokoll festgehalten werden.
- 1.2. Kleinere Einzelaufträge bis zu maximal 100,00 Euro netto sowie Aufträge im Rahmen laufender Arbeiten wie zum Beispiel Zwischenaufnahmen, Satzkosten, Retuschen und dergleichen bedürfen nicht der Vorlage von Kostenvoranschlägen und vorheriger Genehmigung durch den Kunden.
- 1.3. Produktionsaufträge werden von der Agentur nach Freigabe durch den Kunden in der Regel im Namen und auf Rechnung des Kunden erteilt. Die Agentur überwacht die Produktion und prüft das Produktionsergebnis. Im Fall mangelhafter Leistungen des Dritten, haftet nicht die Agentur, sondern der Dritte gegenüber dem Kunden direkt. Dies gilt auch, wenn die Agentur eine Provision für dessen Beauftragung erhalten hat.

## G. AUFTRAGSVERFAHREN

### G.1. Ort und Zeit der Tätigkeit

- 1.1. Die Agentur ist hinsichtlich der Art der Durchführung der vereinbarten Einzel-Aufträge nach Zeit und Ort frei.
- 1.2. Die Agentur hat das Recht, sich zur Erfüllung des Vertrages, dem diese AGB zugrunde liegen, Subunternehmer zu bedienen.

### G.2. Weisungen des Kunden

Die Mitarbeiter der Agentur treten in kein Arbeitsverhältnis zum Kunden. Weisungen wird der Kunde ausschließlich dem durch die Agentur benannten verantwortlichen Mitarbeiter mit Wirkung für und gegen die Agentur erteilen.

### G.3. Besprechungsprotokolle (Kontaktberichte)

- 1.1. Die der Agentur übertragenen Arbeiten bedürfen typischerweise beständigen Kontakts und der Abstimmung mit dem Kunden. Über derartige Besprechungen wird die Agentur jeweils ein Besprechungsprotokoll schriftlich erstellen und dem Kunden unverzüglich übermitteln.
- 1.2. Diese Protokolle gelten als kaufmännische Bestätigungsschreiben. Darin enthaltene Absprachen und Aufträge und der sonstige Inhalt sind verbindlich, wenn und soweit der Kunde nicht binnen drei Werktagen schriftlich widerspricht.

### G.4. Fristen, Termine und Geschäftszeiten

- 1.1. Die Vertragsparteien verpflichten sich, Termine für die und im Rahmen der Leistungserbringung ausdrücklich festzulegen. Dies gilt vor allem für Termine, durch deren Nichteinhaltung eine Vertragspartei gemäß § 286 Abs. 2 BGB ohne Mahnung in Verzug gerät (verbindliche Termine). Diese Termine sind als verbindlich zu bezeichnen.
- 1.2. Sollten sich bei dem Kunden Verzögerungen ergeben oder bereits voraussehen lassen, so wird der Kunde unverzüglich über Umfang und Dauer der sich ergebenden oder voraussichtlichen Verzögerungen unterrichten. Die Agentur ergreift für diesen Fall die ihr geeignet erscheinenden Maßnahmen in Abstimmung mit dem Kunden, um die Leistungserbringung termingerecht zu realisieren.
- 1.3. Sollte die Leistungserbringung dennoch nicht ganz oder teilweise zu den vereinbarten Terminen erledigt und die Agentur in Verzug geraten sein, wird der Kunde eine angemessene Nachfrist setzen.
- 1.4. Leistungsverzögerungen aufgrund höherer Gewalt, unter Umständen die im Anwendungsbereich des der Agentur liegen (nicht rechtzeitiges Zur-Verfügung-Stellen von Materialien und Daten etc.), hat die Agentur nicht zu vertreten und berechtigt die Agentur, das Erbringen der betroffenen Leistung um die Dauer der Behinderung/Verzögerung zuzüglich einer angemessenen Frist hinauszuschieben. Die Agentur verpflichtet sich im Gegenzug, dem Kunden die Leistungsverzögerungen aufgrund von höherer Gewalt anzuzeigen.

## **G.5. Aufbewahrung, Archivierung und Herausgabe von Daten und Unterlagen**

- 1.1. Alle von der Agentur für den Kunden hergestellten Berichte, Druckunterlagen, Filme und Illustrationen sind von der Agentur ohne gesonderte Vergütung für einen Zeitraum von einem Jahr, beginnend mit der Beendigung der betreffenden Kommunikationsmaßnahme, sachgemäß aufzubewahren und während dieser Zeit auf Wunsch dem Kunden auszuhändigen, sofern der Kunde einen Anspruch auf deren Herausgabe hat.
- 1.2. Nach Ablauf der Aufbewahrungsfrist oder bei Vertragsende vor Ablauf dieser Frist werden die Unterlagen dem Kunden auf dessen Anforderung ausgehändigt, andernfalls vernichtet. Die vorgenannten Unterlagen können auch in digitaler Form aufbewahrt werden. Die Kosten der Zusammenstellung von Daten, der Versendung, Verpackung, der Aufbewahrung über die vereinbarte Frist hinaus sowie gegebenenfalls die Kosten des Abtransports und der Vernichtung sowie der damit im Zusammenhang stehenden Tätigkeiten und Versicherungen trägt der Kunde.
- 1.3. Nicht mehr benötigte Unterlagen wie Manuskripte, Skizzen, Entwürfe nicht realisierter Werbemaßnahmen oder Ähnliches kann die Agentur sofort vernichten.
- 1.4. Ist der Agentur gemäß Abschnitt C.1. 1.13 dieser AGB die entgeltliche Archivierung von digitalen Daten in Auftrag gegeben worden, so werden von der Agentur diese Daten archiviert und auf Verlangen des Kunden jederzeit während der Vertragsdauer, ansonsten bei Ende des jeweiligen Vertrages herausgegeben.
- 1.5. Die Herausgabe von Daten hat durch Übergabe eines die Daten enthaltenden üblichen Datenträgers zu erfolgen und in der Form, dass eine Bearbeitung durch den Kunden oder seinen Beauftragten zum Zwecke der Aktualisierung der jeweils in den Daten verkörperten Kommunikationsmaßnahme möglich ist. Je nach Vereinbarung wird ein entsprechender Buyout für offene Daten an die Agentur vergütet.

## **H. NUTZUNGSRECHTE**

### **H.1. Einräumung von Nutzungsrechten an den Arbeitsergebnissen der Agentur**

- 1.1. Die Agentur überträgt dem Kunden die, für den jeweiligen Zweck der Leistung erforderlichen Nutzungsrechte an ihren Arbeitsergebnissen in dem, der Auftragsbeschreibung entsprechendem Nutzungsumfang, der Nutzungsdauer sowie räumlichen Anwendungsbereich. Soweit nichts anderes vereinbart ist, wird jeweils ein einfaches Nutzungsrecht übertragen.
- 1.2. Die Nutzungsrechte werden dem Kunden für den, der Auftragsbeschreibung entsprechenden Zeitraum übertragen. Ansonsten ist der Zeitraum auf die Dauer der vertraglich vorgesehenen Werbemaßnahme, jedoch bis längstens auf die Dauer von einem Jahr begrenzt.
- 1.3. Die Nutzungsrechte werden dem Kunden für den, der Auftragsbeschreibung entsprechenden räumlichen Geltungsbereich übertragen. Ansonsten entspricht der räumliche Geltungsbereich den Grenzen der Bundesrepublik Deutschland.

## H.1. Einräumung von Nutzungsrechten an den Arbeitsergebnissen der Agentur

- 1.4. Darüber hinaus ist der Kunde nicht berechtigt, die Arbeitsergebnisse der Agentur ohne ausdrückliche schriftliche Zustimmung der Agentur entgeltlich oder unentgeltlich zu verändern, vermieten, verleihen, verleasen, veräußern oder in welcher technischen Form auch immer gänzlich oder teilweise Dritten zugänglich zu machen. Unterlizenzen dürfen nicht eingeräumt werden. Ausgenommen hiervon ist die Abtretung oder Lizenzierung an Tochter-Gesellschaften oder verbundene Unternehmen innerhalb eines Konzerns.
- 1.5. Die Nutzungsrechte an den Arbeitsergebnissen der Agentur gehen erst nach vollständiger Zahlung der Vergütung durch den Kunden auf diesen über.
- 1.6. Soweit die Arbeitsergebnisse Open Source-Bestandteile enthalten, erfolgt die Rechteübertragung nur im Umfang und nach Maßgabe der jeweiligen Open Source Lizenz. Die Agentur verweist ausdrücklich darauf, dass die Open Source-Bestandteile nur im Rahmen der jeweiligen Lizenz genutzt, bearbeitet und Gegenstand von Verfügungen sein dürfen.
- 1.7. Vorschläge und Weisungen des Kunden oder seiner Mitarbeiter begründen kein Miturheberrecht und haben keinen Einfluss auf die Höhe der Vergütung.

## H.2. Urhebernennung und Eigenwerbung

- 1.1. Die Agentur hat das Recht in geschäftsüblicher Weise auf den Vervielfältigungsstücken und in Veröffentlichungen über ihre Arbeitsergebnisse als Urheber genannt zu werden.
- 1.2. Der Agentur ist es gestattet, ihre Arbeitsergebnisse oder Ausschnitte daraus zum Zwecke der Eigenwerbung – auch nach Beendigung der Vertragszeit – unentgeltlich zu nutzen.

## H.3. Einräumung von Nutzungsrechten an den Arbeitsergebnissen Dritter

- 1.1. Die Nutzungsrechte an freigegebenen und bezahlten Arbeitsergebnissen Dritter, zum Beispiel an Fotografien, Illustrationen, Musik, sowie die Leistungsschutzrechte Dritter, zum Beispiel von Darstellern, Sprechern, Models, wird die Agentur in dem Umfang auf den Kunden übertragen, wie es für die Durchführung der in dem jeweiligen Vertrag vereinbarten Werbemaßnahmen in dem Vertragsgebiet erforderlich ist.
- 1.2. Die Agentur verweist ausdrücklich darauf, dass die Nutzungsrechte an Arbeitsergebnissen Dritter nur insoweit übertragen werden als die Agentur selbst über die Berechtigung zur Nutzungsrechtseinräumung verfügt. Die Arbeitsergebnisse Dritter dürfen nur im Rahmen der jeweiligen Lizenz genutzt, bearbeitet und Gegenstand von Verfügungen sein.
- 1.3. Sofern die Agentur für die Arbeitsergebnisse Dritter in Vorleistung getreten ist, gehen diese erst nach vollständiger Zahlung der Vergütung durch den Kunden auf diesen über.
- 1.4. Sollten diese Rechte im Einzelfall zeitlich, räumlich, inhaltlich und im Hinblick auf die Nutzungsarten (Werbeträger) beschränkt und dadurch die Übertragung in dem vorgenannten Umfang nicht möglich sein, wird die Agentur den Kunden darauf hinweisen und nach dessen weiteren Weisungen verfahren; dadurch eventuell entstehende Mehrkosten trägt der Kunde.

## H.4. Herausgabe von Vorlagen und Entwürfen

- 1.1. Von der Agentur erstellte Vorlagen, Entwürfe, Rohdaten, Dateien (z.B. InDesign-Dateien, Photoshopdateien, etc) und sonstige Arbeitsmittel, die dazu dienen, die nach dem Vertrag geschuldete Leistung zu erbringen, bleiben Eigentum der Agentur.
- 1.2. Eine Herausgabe- und Aufbewahrungspflicht besteht nicht. Wünscht der Kunde die Herausgabe, ist dies gesondert und ausdrücklich zu vereinbaren und zu vergüten. Eine Herausgabe ohne eine solche Vereinbarung erfolgt ohne eine rechtliche Verpflichtung und unter dem Vorbehalt jederzeitigen Rückrufs.

## H.5. Präsentationen und Pitches

- 1.1. Die Entwicklung konzeptioneller und gestalterischer Vorschläge durch die Agentur mit dem Ziel der weiteren Auftragserteilung durch den Kunden erfolgt, unbeschadet im Einzelfall abweichender Regelungen, gegen Zahlung des mit dem Kunden dafür vereinbarten Entgelts (Präsentationshonorar).
- 1.2. Urheber-, Nutzungs- und Eigentumsrechte an den von der Agentur im Rahmen der Präsentation vorgelegten Arbeiten verbleiben auch bei Berechnung eines Präsentationshonorars bei der Agentur. Erst mit Erteilung des Auftrags zur Realisation gegen gesonderte Vergütung erwirbt der Kunde Nutzungsrechte im vereinbarten Umfang.

## H.6. Vergütung für die Nutzung der Arbeitsergebnisse der Agentur

- 1.1. Die vorstehend genannten Nutzungsrechte an den Arbeitsergebnissen der Agentur sind für die Dauer des Vertrages, dem diese AGB zugrunde liegen, mit der Bezahlung der in Abschnitt E dieser AGB genannten Vergütungen abgegolten.
- 1.2. Für das erste Jahr der Nutzung über das Vertragsende und/oder das Vertragsgebiet hinaus und/oder für den Einsatz in anderen als den vertraglich vorgesehenen Nutzungsarten / Werbeträgern („vertragswidrige Nutzung“) erhält die Agentur ein Nutzungshonorar in Höhe der Vergütung, die agenturüblich für die jeweilige Ausweitung der Nutzungsrechte zu zahlen wäre. Die Vergütung beträgt mindestens das einfache der vereinbarten Vergütung pro Jahr in den ersten drei Jahren der vertragswidrigen Nutzung, danach das zweifache der vereinbarten Vergütung pro Jahr.

## H.7. Vergütung für die Nutzung der Arbeitsergebnisse Dritter

- 1.1. Für die Verhandlung von Buyouts für die Arbeitsergebnisse Dritter ist an die Agentur ein Service-Fee von 15 Prozent auf die Netto-Nutzungsvergütung der Dritten zu zahlen.
- 1.2. Die Agentur übernimmt keine Haftung für gesetzliche Ansprüche von Urhebern auf nachträgliche Vergütungserhöhung nach §§ 32, 32a UrhG; von solchen Ansprüchen stellt der Kunde die Agentur auf erstes Anfordern frei.

## I. VERTRAGSDAUER UND KÜNDIGUNGSREGELUNGEN

### I.1. Vertragsdauer und Kündigung

- 1.2. Die Laufzeit des jeweiligen Vertrages bestimmt sich nach der Auftragsbeschreibung.
- 1.3. Das Recht der Parteien, den vorliegenden Vertrag aus wichtigem Grund fristlos zu kündigen, bleibt unberührt. Als wichtige Gründe, die eine fristlose Kündigung rechtfertigen, gelten insbesondere: Beantragung eines Insolvenzverfahrens über das Vermögen des jeweils anderen Vertragspartners; Vertragsverletzungen des jeweils anderen Partners, die trotz einer Abmahnung und einer gleichzeitig gesetzten Nachfrist nicht behoben worden sind.

### I.2. Regeln für das Vertragsende

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

## J. VERTRAULICHKEIT UND KONKURRENZKLAUSEL

### J.1. Vertraulichkeitsvereinbarung

- 1.1. Die Vertragsparteien verpflichten sich, alle vertraulichen Informationen, die ihnen bei der Durchführung dieses Vertrags bekannt werden, vertraulich zu behandeln und nur für vertraglich vereinbarte Zwecke zu verwenden.
- 1.2. Vertrauliche Informationen im Sinne dieser Bestimmung sind Informationen, Unterlagen, Angaben und Daten, die als solche bezeichnet sind oder ihrer Natur nach als vertraulich anzusehen sind. Die Vertragsparteien v verpflichtet sich, nur solchen Mitarbeitern Zugang zu vertraulichen Informationen der anderen Vertragspartei zu gewähren, die mit der Leistungserbringung im Rahmen dieses Vertrags betraut sind. Beide Vertragsparteien sind verpflichtet, auf Wunsch der jeweils anderen Vertragspartei ihre Mitarbeiter eine entsprechende Verpflichtungserklärung unterschreiben zu lassen und der anderen Vertragspartei vorzulegen. Die Vertragsparteien werden für vertrauliche Informationen der jeweils anderen Vertragspartei keine Schutzrechtsanmeldungen anstrengen.
- 1.3. Werden von einer öffentlichen Stelle vertrauliche Informationen im vorgenannten Sinne verlangt, so ist diese Vertragspartei unverzüglich und noch vor Herausgabe der Informationen an die öffentliche Stelle zu informieren.
- 1.4. Die Vertragsparteien werden ihre Angestellten, freien Mitarbeiter und andere durch sie beteiligte Unternehmen (selbständige und verbundene) entsprechend verpflichten.

- 1.5. Die Rechte und Pflichten nach diesem Abschnitt über Geheimhaltung werden von einer Beendigung des Vertrages, dem diese AGB zugrunde liegen, nicht berührt. Beide Vertragsparteien sind verpflichtet, vertrauliche Informationen der anderen Vertragspartei bei Beendigung dieses Vertrags nach deren Wahl zurückzugeben oder innerhalb von vier Wochen zu vernichten, soweit diese nicht ordnungsgemäß verbraucht worden sind und dem keine gesetzliche Pflichten entgegen stehen.

## **J.2. Konkurrenzklausele**

- 1.1. Die Agentur verpflichtet sich, vorbehaltlich einer Genehmigung des Kunden, während der Vertragsdauer in dem Vertragsgebiet keine Aufgaben, die Gegenstand des Vertrages sind, für direkte Wettbewerber des Kunden für identische oder vergleichbare Produkte anzunehmen.
- 1.2. Der Kunde verpflichtet sich seinerseits, für die Vertragsprodukte keine andere Werbeagentur und/oder Kommunikations-/ oder Werbeagentur-Agentur im Vertragsgebiet während der Laufzeit des jeweiligen Vertrages zu beauftragen. Im Falle der Kündigung kann jedoch der Kunde während der Dauer der letzten beiden Monate der Kündigungsfrist eine neue Agentur mit Arbeiten beauftragen, wenn dies erforderlich ist, um laufende Projekte nach Beendigung des Vertrages reibungslos fortführen zu können.

## **K. ABNAHME, GEWÄHRLEISTUNG UND HAFTUNG**

### **K.1. Abnahme**

- 1.1. Die folgenden Abnahmeregeln gelten für Agenturleistungen, in denen ein bestimmter Erfolg geschuldet wird.
- 1.2. Gegenstand der Abnahme ist die vertraglich geschuldete Leistung. Voraussetzung für die Abnahme ist, dass die Agentur dem Kunden alle Arbeitsergebnisse vollständig übergibt und ihm die Abnahmebereitschaft anzeigt.
- 1.3. Daraufhin hat der Kunde innerhalb einer sachgerechten Frist mit der Prüfung der Abnahmefähigkeit zu beginnen. Die Frist bestimmt sich im Einzelfall nach den Umständen des Auftrags (zum Beispiel bei Termindruck), sollte jedoch nicht länger als 5 Tage betragen. Nach erfolgreicher Prüfung hat der Kunde innerhalb von 7 Tagen schriftlich die Abnahme der Arbeitsergebnisse zu erklären. Erfolgt nach Ablauf von 30 Tagen keine Abnahme und zeigt der Kunde keine Mängel an, die einer solchen entgegen stehen, wird die Vergütung auch ohne Abnahmeerklärung fällig.
- 1.4. Schlägt die Abnahme wegen Mängeln fehl, so übergibt der Kunde der Agentur eine Auflistung aller die Abnahme hindernden Mängel. Nach Ablauf einer angemessenen Frist hat die Agentur die Fehler zu beseitigen. Im Rahmen der darauf folgenden Prüfung werden nur die protokollierten Mängel geprüft, soweit sie ihrer Funktion nach Gegenstand einer isolierten Prüfung sein können.
- 1.5. Wegen unwesentlicher Mängel darf der Kunde die Abnahme nicht verweigern.
- 1.6. Es werden zwei Korrekturläufe als Standard vereinbart. Weitere Korrekturläufe werden zusätzlich nach vereinbarten oder sonst nach den üblichen Agentursätzen vergütet.

## K.2. Gewährleistung

- 1.1. Der Kunde wird auftretende Fehler der Agentur unverzüglich mitteilen und diese bei der Fehleruntersuchung und Fehlerbeseitigung im Rahmen des Zumutbaren unterstützen. Hierzu gehört es insbesondere, der Agentur auf deren Anforderung schriftliche Mängelberichte vorzulegen und sonstige Daten und Protokolle bereitzustellen, die zur Analyse des Fehlers geeignet sind. Ansonsten gilt das Werk als mangelfrei abgenommen.
- 1.2. Ist keine förmliche Freigabe oder Druckabnahme vereinbart, oder kommt der von einer Partei verlangte Freigabe- oder Abnahmetermin aus einem Umstand nicht zustande, der vom Kunden zu vertreten ist, gilt die vertragliche Leistung der Agentur durch den Vertragspartner als abgenommen.
- 1.3. Von der Agentur zur Verfügung gestellte Vorlagen und Entwürfe sind nach Farb-, Bild- oder Tongestaltung erst dann verbindlich, wenn ihre entsprechende Realisierungsmöglichkeit schriftlich von der Agentur bestätigt wird.
- 1.4. Nicht als Mangel gelten Farbabweichungen oder Plausibilitätsfehler, das gilt insbesondere dann, wenn der Vertragspartner ausdrücklich keinen Andruck oder Proof gewollt hat, oder dieser aus vom Vertragspartner zu vertretenden Umständen zeitlich nicht mehr möglich war, ohne Terminverschiebungen hinzunehmen.
- 1.5. Mit der Freigabe von Entwürfen und Reinzeichnungen übernimmt der Kunde die Verantwortung für die technische und funktionsgemäße Richtigkeit von Text, Bild und Gestaltung.
- 1.6. Für die wettbewerbs- und kennzeichenrechtliche Zulässigkeit und Eintragungsfähigkeit der erstellten Leistungen übernimmt die Agentur keine Gewährleistung und Haftung.
- 1.7. Macht ein Dritter seine Rechte an Leistungen der Agentur so geltend, dass hierdurch ein Rechtsmangel begründet werden könnte, wird der Kunde die Agentur von der Geltendmachung solcher Rechte Dritter unverzüglich schriftlich unterrichten und der Agentur sämtliche Vollmachten erteilen und Befugnisse einräumen, die erforderlich sind, um die Leistung gegen die geltend gemachten Rechte Dritter zu verteidigen.
- 1.8. Die Verjährungsfrist für Mängelansprüche beträgt 12 Monate ab Abnahme der Leistung.

## K.3. Haftung

- 1.1. Die Agentur haftet nach diesem Vertrag nur nach Maßgabe der folgenden Bestimmungen:
- 1.2. Die Agentur haftet unbeschränkt für vorsätzlich oder grob fahrlässig durch sie, ihre gesetzlichen Vertreter oder leitende Angestellten verursachte Schäden sowie für vorsätzlich verursachte Schäden sonstiger Erfüllungsgehilfen; für grobes Verschulden sonstiger Erfüllungsgehilfen bestimmt sich die Haftung nach den unten in 1.6 dieses Abschnitts aufgeführten Regelungen für leichte Fahrlässigkeit.
- 1.3. Die Agentur haftet unbeschränkt für vorsätzlich oder fahrlässig verursachte Schäden aus der Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit durch die Agentur, ihre gesetzlichen Vertreter oder Erfüllungsgehilfen.
- 1.4. Die Vertragspartner haften für Schäden aufgrund fehlender zugesicherter Eigenschaften bis zu dem Betrag, der vom Zweck der Zusicherung umfasst war und der für den anderen Vertragspartner bei Abgabe der Zusicherung erkennbar war.



- 1.5. Die Agentur haftet für Produkthaftungsschäden entsprechend der Regelungen im Produkthaftungsgesetz.
- 1.6. Die Agentur haftet für Schäden aus der Verletzung von Kardinalpflichten durch eigene Handlungen, die ihrer gesetzlichen Vertreter oder Erfüllungsgehilfen; Kardinalpflichten sind die wesentlichen Pflichten, die die Grundlage des Vertrags bilden, die entscheidend für den Abschluss des Vertrags waren und auf deren Erfüllung der Kunde vertrauen darf. Wenn der andere Vertragspartner diese Kardinalpflichten leicht fahrlässig verletzt hat, ist seine Haftung auf den Betrag begrenzt, der für den anderen Vertragspartner zum Zeitpunkt der jeweiligen Leistung vorhersehbar war. Der Haftungsbetrag ist grundsätzlich auf den Auftragswert begrenzt. Sollte im Ausnahmefall ein höherer Haftungsbetrag als der Auftragswert sachlich begründet sein, ist der Haftungsbetrag maximal auf das Fünffache der vereinbarten Vergütung begrenzt.
- 1.7. Eine weitere Haftung der Agentur ist dem Grunde nach ausgeschlossen.

## **K.4. Gewährleistung und Haftung für Dritte**

- 1.1. Die Agentur gewährleistet und haftet nicht für Mängel und Schäden, die durch Dritte (z.B. Druckerei) verursacht worden sind, die auf Namen und Rechnung des Kunden für diesen tätig wurden. Anspruchsverpflichtet gegenüber dem Kunden sind in diesen Fällen die Dritten selbst.
- 1.2. Dies gilt auch, wenn die Dritten durch die Agentur empfohlen oder durch die Agentur als Vertreterin des Kunden beauftragt worden sind. Dies gilt nicht, wenn die Mängel und Schäden auf Schlechtleistung oder Fehlverhalten der Agentur beruhen.

## **L. ÄNDERUNGEN UND WIDERSTREITENDE BESTIMMUNGEN**

- 1.1. Änderungen dieser AGB bedürfen zu ihrer Wirksamkeit der Schriftform. Dies gilt ebenso für die Änderung dieses Schriftformerfordernisses.
- 1.2. Entgegenstehende Geschäftsbedingungen des Kunden gelten nicht, sofern die Agentur der Anwendbarkeit derselben nicht ausdrücklich schriftlich zustimmt. Ein Verweis des Kunden auf seine eigenen Geschäftsbedingungen gilt nicht als Zustimmung zur Anwendbarkeit derselben, mögen diese auch diesem einseitig angeschlossen sein.

## **M. SCHLUSSBESTIMMUNGEN**

- 1.1. Auf diese AGB findet das Recht der Bundesrepublik Deutschland Anwendung.
- 1.2. Die Vertragsparteien vereinbaren den Sitz der Agentur als ausschließlichen Gerichtsstand für sämtliche Streitigkeiten aus und im Zusammenhang mit diesen AGB, vorausgesetzt dass der Kunde ein Kaufmann im Sinne des deutschen Handelsgesetzbuchs oder juristische Person des öffentlichen Rechts ist oder bei Klageerhebung keinen Sitz in der Bundesrepublik Deutschland hat.
- 1.3. Die Unwirksamkeit einzelner Regelungen dieser AGB lässt die Wirksamkeit der übrigen Regelungen unberührt. In diesem Fall verpflichten sich die Vertragsparteien, sich auf wirksame Regelungen zu verständigen, die wirtschaftlich dem intendierten Zweck der unwirksamen Regelungen am nächsten kommen. Dies gilt entsprechend für die Schließung etwaiger Lücken in diesen AGB.