

Allgemeine Geschäftsbedingungen von blackbird/berlin, Katharina Schnäcker

Stand: [27.08.2018]

§ 1 Allgemeines

1. Die nachstehenden Bedingungen („**AGB**“) gelten zwischen blackbird/berlin Katharina Schnäcker (nachfolgend „**Agentur**“) und ihren Vertragspartnern, insbesondere Auftraggebern für Leistungen der Agentur in den Bereichen Marketing, Öffentlichkeitsarbeit und Eventmanagement (nachfolgend „**Auftraggeber**“), sowie Kooperationspartnern bei der Durchführung von PR-Kampagnen („**Kooperationspartner**“). Die Einzelheiten der Leistung ergeben sich aus der von der Agentur entwickelten Konzeption, dem Angebot und den Einzelaufträgen.
2. Diese AGB gelten in ihrer jeweiligen Fassung auch für künftige Aufträge, ohne dass die Agentur in jedem Einzelfall wieder auf die Geschäftsbedingungen hinweisen müsste. Ferner gelten die AGB ausschließlich. Entgegenstehende oder ergänzende AGB des Auftraggebers werden nur dann und insoweit Vertragsbestandteil, wenn die Agentur ihrer Geltung ausdrücklich schriftlich zustimmt. Dieses Zustimmungserfordernis gilt in jedem Fall, insbesondere auch dann, wenn die Agentur in Kenntnis der AGB des Auftraggebers die Leistung an den Auftraggeber vorbehaltlos ausführt.

§ 2 Angebot und Vertragsschluss

1. Soweit nicht schriftlich ausdrücklich anders vereinbart, ist mit der Präsentation der zu erbringenden Dienstleistungen und/oder der Erstellung einer Kostenkalkulation durch die Agentur kein verbindliches Angebot der Agentur verbunden. Entsprechendes gilt für Angebote, die freibleibend und ebenfalls unverbindlich sind, soweit nicht schriftlich ausdrücklich anders vereinbart.
2. Erst die verbindliche Auftragserteilung der Agentur durch den Auftraggeber stellt ein Angebot zum Abschluss eines Vertrages dar, welches die Agentur – auch stillschweigend bzw. durch schlüssiges Verhalten, wie insbesondere die Erbringung der vertraglichen Leistungen – annehmen kann.

§ 3 Leistung; Mitwirkungspflicht

1. Gegenstand des Auftrages ist die vereinbarte, im Vertrag bezeichnete Leistung, nicht jedoch die Erzielung eines bestimmten wirtschaftlichen Erfolges. Nachträgliche Änderungen des Leistungsinhaltes bedürfen der Schriftform. Im Fall von nachträglichen Änderungen des Leistungsinhaltes sind etwaige Fristen,

Abnahmemodalitäten, Vergütung sowie der Aufwendungsersatz entsprechend der Änderungen anzupassen.

2. Alle Leistungen der Agentur (insbesondere Entwürfe, Pressemitteilungen und Filmschnitte) sind vom Auftraggeber auf ihren Inhalt zu überprüfen und binnen drei Tagen freizugeben. Bei nicht rechtzeitiger Freigabe gelten sie als vom Auftraggeber genehmigt.
3. Der Auftraggeber hat der Agentur unverzüglich alle Informationen und Unterlagen zu übergeben, die für die Erbringung der Leistung erforderlich sind. Er wird sie über alle Vorgänge unverzüglich informieren, die für die Durchführung des Auftrages von Bedeutung sind, auch wenn diese Umstände erst während der Durchführung des Auftrages bekannt werden. Der Auftraggeber trägt die Kosten, die dadurch entstehen, dass Arbeiten infolge seiner unrichtigen, unvollständigen oder nachträglich geänderten Angaben von der Agentur wiederholt werden müssen oder verzögert werden.
4. Der Auftraggeber ist verpflichtet, die für die Durchführung des Auftrages zur Verfügung gestellten Unterlagen (Fotos, Logo etc.) auf eventuell bestehende Urheber-, Kennzeichenrechte oder sonstige Rechte Dritter zu prüfen. Die Agentur haftet nicht wegen Verletzung derartiger Rechte. Wird die Agentur wegen einer solchen Rechtsverletzung in Anspruch genommen, so hält der Auftraggeber die Agentur schad- und klaglos; er hat ihr sämtliche Nachteile zu ersetzen, die ihr durch eine Inanspruchnahme durch Dritte entstehen.
5. Soweit nicht ausdrücklich anderes vereinbart wurde, hat der Auftraggeber alle für die im Zusammenhang mit der vertragsgegenständlichen Leistung ggf. notwendigen behördlichen Erlaubnisse rechtzeitig und auf eigene Kosten zu beschaffen. Ihm obliegt die Einhaltung dieser Erlaubnisse sowie aller sonstigen öffentlich-rechtlichen und gesetzlichen Vorschriften im Zusammenhang mit der Veranstaltung.
6. Falls der Auftraggeber der Agentur Warenmuster („Samples“) zur Verfügung stellt, hat der Auftraggeber sicherzustellen, dass eine ausreichende Anzahl von Duplikaten bei ihm bzw. seinen Vertragspartnern verbleibt, die es gegebenenfalls ermöglicht, anstehende Produktionsprozesse ohne Nutzung von der Agentur überlassenen Samples durchzuführen.⁷ Die Agentur ist zu einer Dokumentation der Resultate oder Erstellung von Clippingreports nicht verpflichtet.

§ 4 PR-Kommunikation durch Kooperationspartner

1. Sofern die Agentur dem Auftraggeber Kommunikationsdienstleistungen Dritter vermittelt und die Kommunikation mit diesen Dritten übernimmt, schuldet alleine der Dritte die PR-Kommunikation.
2. Der Auftraggeber bevollmächtigt hiermit die Agentur zum Vertragsschluss und zur kampagnenbezogenen Kommunikation mit durch die Agentur für die PR-Kampagne sorgfältig auszuwählenden Dritten.
3. Eine inhaltliche Überwachung der Dritten schuldet die Agentur nicht. Erlangt die Agentur Kenntnis von Inhalten, die durch Dritte im Zusammenhang mit der über die Agentur abgewickelten PR-Kampagne stehen und den Interessen des Auftraggebers offensichtlich zuwiderlaufen, informiert die Agentur den Auftraggeber unverzüglich darüber und veranlasst gegenüber dem verantwortlichen Dritten die Löschung der betreffenden Inhalte.
4. Die Bezahlung der Dritten wickelt die Agentur für den Auftraggeber ab.

§ 5 Pflichten der Kooperationspartner

1. Die Kooperationspartner stellen in Ihren medialen Beiträgen („Posts“) die Vorzüge der Produkte der von durch die Agentur vertretenen Auftraggeber dar.
2. Die Posts enthalten keine anstößigen Inhalte.
3. Fotos und Videos müssen selbstständig durch den Kooperationspartner aufgenommen sein. Das Produkt des Auftraggebers wird in Aktion oder in einer organischen Umgebung gezeigt.
4. Der Kooperationspartner stellt sicher, dass die Posts nicht gegen Rechte Dritter, insbesondere Marken- und Urheberrechte, verstoßen und stellt die Agentur und den Auftraggeber von allen Ansprüchen Dritter wegen Verletzung derer Rechte in den Posts frei.
5. Der Kooperationspartner stellt die Einhaltung rechtlicher Vorgaben, insbesondere solcher des Straf- und Wettbewerbsrechts, für sein Tätigwerden sicher und stellt die Agentur und den Auftraggeber von allen belastenden Rechtsfolgen frei.
6. Der Kooperationspartner meldet der Agentur umgehend jede erhebliche Beschwerde Dritter oder von Behörden die mit Posts zu Blackbird-Produkten in Verbindung stehen.
7. Der Kooperationspartner meldet der Agentur umgehend sämtliche Umstände, die auf seine Marktwahrnehmung negativen Einfluss haben können, insbesondere die Einleitung von Strafverfahren, Insolvenzverfahren oder Zivilklagen.

8. Die Agentur erhält die Rechte zur weiteren Nutzung an entstandenen Bildern und Beiträgen und darf insbesondere die Instagram-Posts des Kooperationspartners über ihre Facebook-Page teilen. Die Weiterverwertung ist unter dieser Kooperationsvereinbarung mitvergütet.
9. Die Agentur und der Auftraggeber können den Kooperationspartner jederzeit anweisen, die Posts zu löschen. Der Kooperationspartner kommt der Aufforderung zur Löschung sofort nach.
10. Der Kooperationspartner bewirbt drei Monate vor und nach Veröffentlichung eines Posts keine unmittelbaren Konkurrenzprodukte.
11. Der Kooperationspartner stimmt zu, sämtliche Bestimmungen dieser Vereinbarung sowie alle nicht öffentlichen, proprietären oder vertraulichen Informationen, von denen er bezüglich der Agentur und dem Auftraggeber Kenntnis erlangt, vertraulich zu behandeln und keinen natürlichen oder juristischen Personen gegenüber offenzulegen.

§ 6 Termine und Fristen 1. Von der Agentur oder dem Vertragspartner genannte Fristen und Termine für Lieferungen und Leistungen sind keine Fixtermine, es sei denn, dass sie von den Parteien ausdrücklich schriftlich als solche vereinbart wurden.

2. Verzögert sich die Leistung der Agentur aus Gründen außerhalb ihrer Sphäre oder aus Gründen, die sie nicht zu vertreten hat, wie z.B. Ereignisse höherer Gewalt und andere unvorhersehbare, mit zumutbaren Mitteln nicht abwendbare Ereignisse, ruhen die Leistungspflichten der Agentur, solange das Hindernis besteht. Die Leistungsfristen verlängern sich entsprechend. Sofern solche Verzögerungen mehr als zwei Monate dauern, sind der Auftraggeber und die Agentur berechtigt, vom Vertrag zurückzutreten.
3. Befindet sich die Agentur in Verzug, so kann der Auftraggeber vom Vertrag nur zurücktreten, nachdem er der Agentur nach Eintritt des Verzuges schriftlich eine angemessene Frist, mindestens jedoch 2 Wochen, gesetzt hat und diese fruchtlos verstrichen ist.

§ 6 Beauftragung Dritter

1. Die Agentur ist nach freiem Ermessen berechtigt, die vertragsgegenständlichen Leistungen selbst auszuführen oder sich bei der Erbringung solcher Leistungen sachkundiger Dritter als Unterauftragnehmer zu bedienen.

2. Der Auftraggeber ist zur selbständigen Beauftragung Dritter, die im Zusammenhang mit der vertragsgegenständlichen Leistung steht, nur nach vorheriger Absprache mit der Agentur und auf eigene Kosten berechtigt. Soweit der Auftraggeber Fremdleistungen in Auftrag gibt, sind die jeweiligen Auftragnehmer Erfüllungsgehilfen des Auftraggebers.

§ 7 Vergütung; Aufwendungen

1. Die Vergütung der Agentur für die vertragsgegenständliche Leistung bestimmt sich nach der einzelvertraglichen Regelung.
2. Soweit Arbeiten der Agentur aus Gründen, die die Agentur nicht zu vertreten hat, nicht zur Ausführung gelangen und der Agentur ein Anspruch auf die volle vertragliche Vergütung nicht zusteht, schuldet der Auftraggeber jedenfalls ein angemessenes Honorar für die erbrachten Arbeiten. Das Honorar bestimmt sich nach dem Verhältnis des erbrachten zu dem vertraglich vereinbarten Umfang der Leistungen. Die Geltendmachung weitergehender Ansprüche gegen den Auftraggeber, insbesondere etwaige Ersatzansprüche, wird hierdurch nicht berührt.
3. Soweit nicht ausdrücklich anders vereinbart, sind die von der Agentur im Zusammenhang mit der jeweiligen Leistung erbrachten Aufwendungen vom Auftraggeber gesondert zu erstatten. Aufwendungen im Sinne dieses Absatzes sind insbesondere Fremdkosten, die durch die Beauftragung Dritter entstehen, Reise- und Transportkosten, Saalmieten etc. Alle Fremdkosten werden mit 15 % Handling Fee berechnet. Die Aufwendungen werden gesondert in Rechnung gestellt und in der Rechnung ausgewiesen.
4. Die Agentur kann angemessene Vorschüsse für Aufwendungen verlangen.
5. Der Auftraggeber nimmt zur Kenntnis, dass die einkalkulierten Aufwendungen der Agentur in ihrer Höhe von den tatsächlichen Aufwendungen abweichen können. Wenn abzusehen ist, dass die tatsächlichen Aufwendungen die von der Agentur einkalkulierten übersteigen, wird die Agentur den Auftraggeber auf den Mehraufwand hinweisen. Bei einer Abweichung von nicht mehr als 10 % gelten die tatsächlichen Aufwendungen als von dem Auftraggeber genehmigt. Darüber hinaus getätigte Aufwendungen sind von dem Auftraggeber nur zu ersetzen, wenn er sie ausdrücklich genehmigt hat. Die Genehmigung gilt als vom Auftraggeber erteilt, wenn der Auftraggeber nicht binnen drei Werktagen nach diesem Hinweis schriftlich widerspricht und gleichzeitig kostengünstigere Alternativen bekannt gibt.
6. Soweit nicht anders angegeben, sind in Rechnung gestellte Beträge ohne die gesetzliche Umsatzsteuer ausgewiesen.

§ 8 Fälligkeit; Aufrechnung

1. Vergütung und Aufwendungsersatz sind bei längerfristiger Tätigkeit zum Ende eines jeden Monats, im Übrigen spätestens nach Leistungserbringung durch die Agentur nach Rechnungslegung, ohne Abzüge fällig.
2. Verzug des Auftraggebers tritt unmittelbar mit Zugang einer Mahnung, spätestens aber mit Ablauf von 30 Tagen nach Fälligkeit und Zugang einer Rechnung ein. Die Agentur ist, nach § 247 des Bürgerlichen Gesetzbuches, berechtigt, mit Eintritt des Verzuges unbeschadet ihrer sonstigen Rechte und Ansprüche, Verzugszinsen in Höhe von 5 Prozentpunkten über dem jeweiligen Basiszinssatz, außer es handelt sich um Rechtsgeschäfte, an denen ein Verbraucher nicht beteiligt ist, im Sinne von § 10 (3). In diesem Fall können, nach § 247 des Bürgerlichen Gesetzbuches, 10 Prozentpunkte über dem jeweiligen Basiszinssatz verlangt werden. Jedes weitere Recht der Agentur höhere Schadensersatzansprüche geltend zu machen bleibt hiervon unberührt.
3. Soweit der Auftraggeber fällige Zahlungen nicht erbracht hat, ist die Agentur berechtigt, an den noch zu erbringenden Leistungen ein Zurückbehaltungsrecht geltend zu machen bzw. die weitere Erfüllung zu verweigern. Weitergehende Rechte der Agentur, insbesondere das Recht zum Rücktritt vom Vertrag bleiben hierdurch unberührt.
4. Dem Auftraggeber stehen Aufrechnungsrechte nur insoweit zu, als sein Anspruch rechtskräftig festgestellt oder unbestritten ist. Entsprechendes gilt für das Zurückbehaltungsrecht, dessen wirksame Ausübung zudem davon abhängig ist, dass der Gegenanspruch des Auftraggebers auf demselben Vertragsverhältnis beruht.
5. Die Agentur ist berechtigt, Zahlungen des Auftraggebers zunächst auf ältere Forderungen gegen den Auftraggeber anzurechnen. Die Anrechnung erfolgt dabei wie folgt: Sind bereits Kosten und Zinsen entstanden, so wird die Agentur die Zahlung zunächst auf die Kosten, dann auf die Zinsen und zuletzt auf die Hauptforderung verrechnen. Im Rahmen jeweiligen Forderungskategorie erfolgt die Anrechnung abhängig vom Alter der Forderung (maßgeblich ist insoweit der Fälligkeitszeitpunkt) wobei stets die ältesten Forderungen zunächst getilgt werden.

§ 9 Vertragsdauer; Kündigung

1. Der Vertrag läuft, soweit nichts anderes vereinbart ist, bis zur Beendigung des Auftrages.
2. Eine Kündigung kann nur aus wichtigem Grund fristlos erfolgen. Dies ist insbesondere dann der Fall, wenn eine Partei

- a) eine wesentliche Vertragspflicht verletzt oder
 - b) die Vertraulichkeit gemäß § 13 verletzt oder
 - c) sich im Annahmeverzug befindet, soweit vorher eine Mahnung erfolgte, oder
 - d) einen Eigenantrag auf Eröffnung des Insolvenzverfahrens stellt, wenn ein Insolvenzverfahren eröffnet oder ein Antrag auf Eröffnung eines Insolvenzverfahrens mangels Masse abgelehnt wird.
3. Die Kündigungserklärung bedarf der Schriftform.
 4. Für den Fall der Kündigung gemäß Abs. 2 stehen der Agentur für den noch ausstehenden Teil des Auftrages als pauschalierter Schadensersatz 80 % der vereinbarten Vergütung zu, soweit die die Kündigung begründende Tatsache auf einem schuldhaften Verhalten des Auftraggebers beruht. Dem Auftraggeber bleibt der Nachweis gestattet, dass die Agentur keinen oder einen wesentlich geringeren Schaden erlitten hat; der Agentur bleibt der Nachweis eines höheren Schadens vorbehalten.
 5. Sofern nicht ausdrücklich schriftlich etwas anderes vereinbart wurde, hat der Auftraggeber unverzüglich nach Beendigung des Vertrages alle von der Agentur überlassenen Materialien einschließlich Dokumente, Datenträger etc. an die Agentur zurückzugeben.

§ 10 Arbeitsergebnisse; Geistiges Eigentum

1. Sämtliche durch die Tätigkeit der Agentur im Rahmen des Auftrages geschaffenen Werke, insbesondere Dokumente, Präsentationen und Entwürfe (Skizzen, Konzepte, Filmschnitte) sowie die Rechte daran, bleiben oder werden alleiniges Eigentum der Agentur und dürfen von dem Auftraggeber nur für den vereinbarten Verwendungszweck und innerhalb des vereinbarten Verwendungszeitraums genutzt werden. Der Auftraggeber ist zu einer weitergehenden Nutzung nicht berechtigt, soweit nicht anders ausdrücklich schriftlich vereinbart.
2. Der Auftraggeber erwirbt mit der vollständigen Bezahlung an allen von der Agentur erbrachten Leistungen das Recht zur vereinbarten Nutzung.
3. Soweit nicht anders ausdrücklich schriftlich vereinbart, erstreckt sich der Verwendungszweck für von der Agentur erstellte „Clippings“ nur für auf die Verwendung im Rahmen von internen Dokumentation des Auftraggebers. Eine Veröffentlichung (insbesondere im Rahmen von (in Präsentationen, Social Media oder Websites ist nicht gestattet.

4. Die übertragenen Nutzungsrechte sind nicht-ausschließlich und auf das Gebiet der Bundesrepublik Deutschland beschränkt. Eine Übertragung von Nutzungs- und Ausübungsrechten über die Absätze 1 und 2 hinaus bedarf der einzelvertraglichen Vereinbarung; dies gilt auch für Ideen, Konzepte und Entwürfe.
5. Änderungen, Bearbeitungen u.Ä. von Leistungen der Agentur, wie insbesondere deren Weiterentwicklung durch den Auftraggeber oder durch für diesen tätige Dritte, sind nur mit ausdrücklicher schriftlicher Zustimmung der Agentur zulässig, es sei denn, ein entsprechender Widerspruch der Agentur würde gegen das Gebot von Treu und Glauben (§ 242 BGB) verstoßen. Das Änderungsverbot gilt daher insbesondere nicht für erforderliche und vertraglich vorausgesetzte Aktualisierungen.
6. Der vorherigen schriftlichen Zustimmung der Agentur bedarf auch jede teilweise oder vollständige, ausdrückliche oder schlüssige Übertragung der Nutzungsrechte durch den Auftraggeber an Dritte. Dies gilt auch für jede tatsächliche Zugänglichmachung, die einer Übertragung des Nutzungsrechts gleichkommt. Eine Zustimmung zu einer Übertragung auf mit dem Auftraggeber verbundene Unternehmen darf die Agentur nur aus wichtigem Grund verweigern. Ist ein Lizenzentgelt für die Übertragung nicht vereinbart, so liegt ein wichtiger Grund in jedem Fall vor.

§ 11 Gewährleistung

1. Die Agentur schuldet keinen Erfolg im Rechtssinne, soweit nicht ausdrücklich schriftlich anders vereinbart.
2. Soweit nach der individuellen Absprache der Parteien ausnahmsweise ausdrücklich ein Erfolg geschuldet sein soll, besteht ein Anspruch auf Mängelbeseitigung nur, soweit den Auftraggeber kein überwiegendes Verschulden trifft.
3. Der Auftraggeber hat offensichtliche Mängel innerhalb einer Woche ab Ablieferung anzuzeigen. Handelt es sich bei dem Auftraggeber um einen Unternehmer nach § 14 BGB, hat dieser nicht offensichtliche Mängel innerhalb von zwei Wochen ab Entdeckung anzuzeigen. Soweit der Auftraggeber Verbraucher nach § 13 BGB ist, hat dieser nicht offensichtliche Mängel innerhalb der gesetzlichen Verjährungsfrist anzuzeigen. Verspätete Mängelanzeigen schließen die Gewährleistung aus.
4. Gewährleistungsansprüche der Vertragsparteien verjähren innerhalb eines Jahres ab Kenntnis der jeweiligen Vertragspartei von den den Anspruch

begründenden Umständen. Die gesetzlichen Regelungen zu Beginn, Hemmung und Neubeginn der Verjährung bleiben unberührt.

§ 12 Haftung, Schadenersatz

1. Auf Schadenersatz haftet die Agentur – gleich aus welchem Rechtsgrund – nur bei Vorsatz und grober Fahrlässigkeit. Bei einfacher Fahrlässigkeit haftet die Agentur nur für Schäden aus der Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit oder für Schäden aus der Verletzung einer wesentlichen Vertragspflicht (Verpflichtung, deren Erfüllung die ordnungsgemäße Durchführung des Vertrages überhaupt erst ermöglicht und auf deren Einhaltung der Vertragspartner regelmäßig vertraut und vertrauen darf); in diesem Fall ist die Haftung der Agentur jedoch auf den Ersatz des vorhersehbaren, typischerweise eintretenden Schadens begrenzt.
2. Die der Agentur obliegende Obhutspflicht im Hinblick auf Samples stellt nach § 11 (1) keine Kardinalpflicht dar, so dass die Agentur für Beschädigung, Zerstörung oder Verlust der Samples nur bei Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit haftet. Verstößt der Auftraggeber gegen seine Obliegenheit aus § 3 Nr. 6 dieser AGB, gelten Schäden, die daraus resultieren, dass Produktionsprozesse beim Auftraggeber oder Dritten negativ beeinträchtigt werden, weil sie hierfür auf Samples angewiesen sind, die der Auftraggeber der Agentur temporär überlassen hat, nicht als vorhersehbar, typisch und ersatzfähig.
3. Für mangelhafte Lieferungen bzw. Leistungen von Dritten, die auf Wunsch des Kunden beauftragt werden, wird seitens der Agentur keine Haftung übernommen. Hiervon ausgenommen ist ein mögliches Auswahl- und Überwachungsverschulden für unerlaubte Handlungen.
4. Die Agentur haftet nicht für die Richtigkeit von Tatsachenbehauptungen über Waren oder Dienstleistungen des Kunden, die Gegenstand bzw. Teil der herzustellenden Kommunikationsmittel sind. Die Tatsachenbehauptungen erfolgen ausschließlich auf der Grundlage von Informationen, die der Kunde der Agentur zur Verfügung stellt.
5. Die Agentur haftet ferner auch nicht für die rechtliche Schutz- beziehungsweise Eintragungsfähigkeit der im Rahmen des Auftrages erstellten Ideen, Konzepte, Entwürfe oder sonstiger Materialien.

§ 13 Geheimhaltung

1. Alle Informationen und Unterlagen der jeweils anderen Partei, die als vertraulich gekennzeichnet oder aus den Umständen heraus als vertraulich anzusehen sind, insbesondere Informationen über betriebliche Abläufe, Geschäftsbeziehungen und Know-how, sind vertraulich zu behandeln und vor dem Zugriff oder der Kenntnisnahme durch Unbefugte zu schützen.
2. Die Parteien vereinbaren, über solche vertraulichen Informationen (mit Ausnahme von öffentlich zugänglichen Informationen) Stillschweigen zu wahren. Diese Verpflichtung besteht für einen Zeitraum von zwei Jahren nach Beendigung des Vertrages fort.
3. Von dieser Verpflichtung ausgenommen sind solche vertraulichen Informationen,
 - a) die dem Empfänger bei Abschluss des Vertrages nachweislich bereits bekannt waren oder danach von dritter Seite bekannt werden, ohne dass dadurch eine Vertraulichkeitsvereinbarung, gesetzliche Vorschriften oder behördliche Anordnungen verletzt werden;
 - b) die bei Abschluss des Vertrages öffentlich bekannt sind oder danach öffentlich bekannt gemacht werden, soweit dies nicht auf einer Verletzung dieses Vertrages beruht;
 - c) die aufgrund gesetzlicher Verpflichtungen oder auf Anordnung eines Gerichtes oder einer Behörde offen gelegt werden müssen. Soweit zulässig und möglich, wird der zur Offenlegung verpflichtete Empfänger die andere Partei vorab unterrichten und ihr Gelegenheit geben, gegen die Offenlegung vorzugehen.

§ 14 Datenschutz

1. Die Vertragsparteien beachten die einschlägigen datenschutzrechtlichen Vorschriften. Die Agentur wird insbesondere, sofern sie in Kontakt mit personenbezogenen Daten kommt, diese Daten im Sinne des Art. 28 DSGVO nur im Rahmen der Weisung des Auftraggebers erheben, verarbeiten oder nutzen. Die Vertragsparteien verpflichten ihre Mitarbeiter zur Einhaltung der Vertraulichkeit personenbezogener Daten, sofern nicht bereits eine solche Verpflichtung besteht.
2. Die Agentur ist berechtigt, die Daten auch durch Dritte bearbeiten zu lassen, sofern diese den Bestimmungen nach Abs. 1 wie Mitarbeiter unterliegen.
3. Es ist der Agentur gestattet, den Auftraggeber als Referenz zu veröffentlichen.

§ 15 Schlussvorschriften

1. Mündliche Nebenabreden sind nicht getroffen worden. Ergänzungen und Änderungen des Vertrages bedürfen der Schriftform. Dies gilt auch für die Abbedingung des Schriftformerfordernisses.
2. Im Falle der Unwirksamkeit einzelner Bestimmungen bleiben die übrigen Bestimmungen in ihrer Wirksamkeit unberührt. Anstelle der unwirksamen Bestimmung tritt eine solche, die den wirtschaftlichen Interessen beider Parteien inhaltlich am nächsten kommt.
3. Auf den jeweiligen Vertrag sowie diese AGB ist ausschließlich deutsches Recht anwendbar unter Ausschluss des Übereinkommens der Vereinten Nationen über Verträge über den Internationalen Warenkauf (CISG).
4. Sofern sich aus der Auftragsbestätigung der Agentur nichts anderes ergibt, ist Erfüllungsort der Geschäftssitz der Agentur.
5. Ausschließlicher – auch internationaler – Gerichtsstand für alle sich aus dem jeweiligen Vertragsverhältnis ergebenden Streitigkeiten ist der Geschäftssitz der Agentur, soweit der Auftraggeber ein Unternehmer ist. Die Agentur ist berechtigt, Klage am Erfüllungsort zu erheben, auch dann, wenn es sich bei diesem nicht um den Geschäftssitz der Agentur handelt.