

## Allgemeine Geschäftsbedingungen der uplift GmbH

Nachfolgende allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB) sind Bestandteil sämtlicher Verträge der uplift GmbH ("uplift" oder „Agentur“) mit ihren Kunden (nachfolgend "Auftraggeber").

### 1. Geltung, Vertragsabschluss

- 1.1. Die uplift gmbH (im Folgenden „Agentur“) erbringt ihre Leistungen ausschließlich auf der Grundlage der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB). Diese gelten für alle Rechtsbeziehungen zwischen der Agentur und dem Kunden, selbst wenn nicht ausdrücklich auf sie Bezug genommen wird. Die AGB sind ausschließlich für Rechtsbeziehung mit Unternehmern anwendbar.
- 1.2. Maßgeblich ist jeweils die zum Zeitpunkt des Vertragsschlusses gültige Fassung. Abweichungen von diesen sowie sonstige ergänzende Vereinbarungen mit dem Kunden sind nur wirksam, wenn sie von der Agentur schriftlich oder in Textform bestätigt werden.
- 1.3. Allgemeine Geschäftsbedingungen des Kunden werden, selbst bei Kenntnis, nicht akzeptiert, sofern nicht im Einzelfall ausdrücklich und schriftlich anderes vereinbart wird. AGB des Kunden widerspricht die Agentur ausdrücklich. Eines weiteren Widerspruchs gegen AGB des Kunden durch die Agentur bedarf es nicht.
- 1.4. Die Angebote der Agentur sind freibleibend und unverbindlich.

### 2. Social Media Kanäle

Die Agentur weist den Kunden vor Auftragserteilung ausdrücklich darauf hin, dass die Anbieter von „Social-Media-Kanälen“ (z.B. Facebook, im Folgenden kurz: Anbieter) es sich in ihren Nutzungsbedingungen vorbehalten, Werbeanzeigen und -auftritte aus beliebigen Grund abzulehnen oder zu entfernen. Die Anbieter sind demnach nicht verpflichtet, Inhalte und Informationen an die Nutzer weiterzuleiten. Es besteht daher das von der Agentur nicht kalkulierbare Risiko, dass Werbeanzeigen und -auftritte grundlos entfernt werden. Im Fall einer Beschwerde eines anderen Nutzers wird zwar von den Anbietern die Möglichkeit einer Gegendarstellung eingeräumt, doch erfolgt auch in diesem Fall eine sofortige Entfernung der Inhalte. Die Wiedererlangung des ursprünglichen, rechtmäßigen Zustandes kann in diesem Fall einige Zeit in Anspruch nehmen. Die Agentur arbeitet auf der Grundlage dieser Nutzungsbedingungen der Anbieter, auf die sie keinen Einfluss hat, und legt diese auch dem Auftrag des Kunden zu Grunde. Ausdrücklich anerkennt der Kunde mit der Auftragserteilung, dass diese Nutzungsbedingungen die Rechte und Pflichten eines Vertragsverhältnisses (mit-)bestimmen. Die Agentur beabsichtigt, den Auftrag des Kunden nach bestem Wissen und Gewissen auszuführen und die Richtlinien von „Social Media Kanälen“ einzuhalten. Aufgrund der derzeit gültigen Nutzungsbedingungen und der einfachen Möglichkeit jedes Nutzers, Rechtsverletzungen zu behaupten und so eine Entfernung der Inhalte zu erreichen, kann die Agentur aber nicht dafür einstehen, dass die beauftragte Kampagne auch jederzeit abrufbar ist.

### 3. Konzept- und Ideenschutz

- 3.1. Hat der potentielle Kunde die Agentur vorab bereits eingeladen, ein Konzept zu erstellen, und kommt die Agentur dieser Einladung noch vor Abschluss des Hauptvertrages nach, so gilt nachstehende Regelung:
- 3.2. Bereits durch die Einladung und die Annahme der Einladung durch die Agentur treten der potentielle Kunde und die Agentur in ein Vertragsverhältnis („Pitching-Vertrag“). Auch diesem Vertrag liegen die AGB zu Grunde.
- 3.3. Der potentielle Kunde erkennt an, dass die Agentur bereits mit der Konzepterarbeitung kostenintensive Vorleistungen erbringt, obwohl er selbst noch keine Leistungspflichten übernommen hat.
- 3.4. Das Konzept untersteht in seinen sprachlichen und grafischen Teilen, soweit diese Werkhöhe erreichen, dem Schutz des Urheberrechtsgesetzes. Eine Nutzung und Bearbeitung dieser Teile ohne Zustimmung der Agentur ist dem potentiellen Kunden schon auf Grund des Urheberrechtsgesetzes nicht gestattet.
- 3.5. Das Konzept enthält darüber hinaus werberelevante Ideen, die keine Werkhöhe erreichen und damit nicht den Schutz des Urheberrechtsgesetzes genießen. Diese Ideen stehen am Anfang jedes Schaffensprozesses und können als zündender Funke alles später Hervorgebrachten und somit als Ursprung von Vermarktungsstrategie definiert werden. Daher sind jene Elemente des Konzeptes geschützt, die eigenartig sind und der Vermarktungsstrategie ihre charakteristische Prägung geben. Als Idee im Sinne dieser Vereinbarung werden insbesondere Werbeschlagwörter, Werbetexte, Grafiken und Illustrationen, Werbemittel usw. angesehen, auch wenn sie keine Werkhöhe erreichen.

- 3.6. Der potentielle Kunde verpflichtet sich, es zu unterlassen, diese von der Agentur im Rahmen des Konzeptes präsentierten kreativen Werbeideen außerhalb des Korrektivs eines später abzuschließenden Hauptvertrages wirtschaftlich zu verwerten bzw. verwerten zu lassen oder zu nutzen bzw. nutzen zu lassen.
- 3.7. Sofern der potentielle Kunde der Meinung ist, dass ihm von der Agentur Ideen präsentiert wurden, auf die er bereits vor der Präsentation gekommen ist, so hat er dies der Agentur binnen 14 Tagen nach dem Tag der Präsentation per E-Mail unter Anführung von Beweismitteln, die eine zeitliche Zuordnung erlauben, bekannt zu geben.
- 3.8. Im gegenteiligen Fall gehen die Vertragsparteien davon aus, dass die Agentur dem potentiellen Kunden eine für ihn neue Idee präsentiert hat. Wird die Idee vom Kunden verwendet, so ist davon auszugehen, dass die Agentur dabei entgeltlich tätig wurde.
- 3.9. Der potentielle Kunde kann sich von seinen Verpflichtungen aus diesem Punkt durch Zahlung eines angemessenen Entgeltes zuzüglich Umsatzsteuer befreien. Die Befreiung tritt erst nach vollständigem Eingang der Zahlung des Entgeltes bei der Agentur ein.

#### **4. Leistungsumfang, Auftragsabwicklung und Mitwirkungspflichten des Kunden**

- 4.1. Der Umfang der zu erbringenden Leistungen ergibt sich aus der Leistungsbeschreibung im Agenturvertrag oder einer Auftragsbestätigung durch die Agentur, sowie dem Briefingprotokoll („Angebotsunterlagen“). Nachträgliche Änderungen des Leistungsinhaltes bedürfen der schriftlichen Bestätigung durch die Agentur. Innerhalb des vom Kunden vorgegeben Rahmens besteht bei der Erfüllung des Auftrages Gestaltungsfreiheit der Agentur.
- 4.2. Alle Leistungen der Agentur (insbesondere alle Vorentwürfe, Skizzen, Reinzeichnungen, Bürstenabzüge, Blaupausen, Kopien, Farbdrucke und elektronische Dateien) sind vom Kunden zu überprüfen und von ihm binnen drei Werktagen ab Eingang beim Kunden freizugeben. Nach Verstreichen dieser Frist ohne Rückmeldung des Kunden gelten sie als vom Kunden genehmigt.
- 4.3. Der Kunde wird der Agentur zeitgerecht und vollständig alle Informationen und Unterlagen zugänglich machen, die für die Erbringung der Leistung erforderlich sind. Er wird sie von allen Umständen informieren, die für die Durchführung des Auftrages von Bedeutung sind, auch wenn diese erst während der Durchführung des Auftrages bekannt werden. Der Kunde trägt den Aufwand, der dadurch entsteht, dass Arbeiten infolge seiner unrichtigen, unvollständigen oder nachträglich geänderten Angaben von der Agentur wiederholt werden müssen oder verzögert werden.
- 4.4. Der Kunde ist weiterhin verpflichtet, die für die Durchführung des Auftrages zur Verfügung gestellten Unterlagen (Fotos, Logos etc.) auf allgemeine Urheber-, Marken-, Kennzeichenrechte oder sonstige Rechte Dritter zu prüfen (Rechteclearing) und garantiert, dass die Unterlagen frei von Rechten Dritter sind und daher für den angestrebten Zweck eingesetzt werden können. Die Agentur haftet im Falle bloß leichter Fahrlässigkeit oder nach Erfüllung ihrer Warnpflicht – jedenfalls im Innenverhältnis zum Kunden - nicht wegen einer Verletzung derartiger Rechte Dritter durch zur Verfügung gestellte Unterlagen. Wird die Agentur wegen einer solchen Rechtsverletzung von einem Dritten in Anspruch genommen, so hält der Kunde die Agentur schad- und klaglos; er hat ihr sämtliche Nachteile zu ersetzen, die ihr durch eine Inanspruchnahme Dritter entstehen, insbesondere die Kosten einer angemessenen rechtlichen Vertretung. Der Kunde verpflichtet sich, die Agentur bei der Abwehr von Ansprüchen Dritter zu unterstützen. Der Kunde stellt der Agentur hierfür unaufgefordert sämtliche Unterlagen zur Verfügung.

#### **5. Fremdleistungen / Beauftragung Dritter**

- 5.1. Die Agentur ist nach freiem Ermessen berechtigt, die Leistung selbst auszuführen, sich bei der Erbringung von vertragsgegenständlichen Leistungen sachkundiger Dritter als Erfüllungsgehilfen zu bedienen und/oder derartige Leistungen zu substituieren („Fremdleistung“).
- 5.2. Die Beauftragung von Dritten im Rahmen einer Fremdleistung erfolgt entweder im eigenen Namen oder im Namen des Kunden, letztere nach vorheriger Information an den Kunden. Die Agentur wird diesen Dritten sorgfältig auswählen und darauf achten, dass dieser über die erforderliche fachliche Qualifikation verfügt.
- 5.3. In Verpflichtungen gegenüber Dritten, die dem Kunden namhaft gemacht wurden und die über die Vertragslaufzeit hinausgehen, hat der Kunde einzutreten. Das gilt ausdrücklich auch im Falle einer Kündigung des Agenturvertrages aus wichtigem Grund.

## 6. Termine

- 6.1. Angegebene Liefer- oder Leistungsfristen gelten, sofern nicht ausdrücklich als verbindlich vereinbart, nur als annähernd und unverbindlich. Verbindliche Terminabsprachen sind schriftlich festzuhalten bzw. von der Agentur schriftlich zu bestätigen.
- 6.2. Verzögert sich die Lieferung/Leistung der Agentur 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 Leistungsverpflichtungen für die Dauer und im Umfang des Hindernisses und verlängern sich die Fristen entsprechend. Sofern solche Verzögerungen mehr als zwei Monate andauern, sind der Kunde und die Agentur berechtigt, vom Vertrag zurückzutreten.
- 6.3. Befindet sich die Agentur in Verzug, so kann der Kunde vom Vertrag nur zurücktreten, nachdem er der Agentur schriftlich eine angemessene Nachfrist von zumindest 14 Tagen gesetzt hat und diese fruchtlos verstrichen ist. Schadenersatzansprüche des Kunden wegen Nichterfüllung oder Verzug sind ausgeschlossen, ausgenommen bei Nachweis von Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit.

## 7. Vertragslaufzeiten und Kündigungen

- 7.1. Die Vertragslaufzeit ergibt sich aus dem jeweiligen Angebot. Sofern eine Mindestvertragslaufzeit vereinbart ist, ist eine ordentliche Kündigung während dieses Zeitraums ausgeschlossen. Das Recht zur außerordentlichen Kündigung bleibt hiervon unberührt.
- 7.2. Nach Ende der vereinbarten Mindestvertragslaufzeit verlängert sich der Vertrag automatisch immer um weitere zwölf (12) Monate, sofern er nicht zuvor mit einer Frist von drei (3) Monaten zum Ende der dann einschlägigen Laufzeit gekündigt wird oder im jeweiligen Vertrag eine andere Regelung getroffen wurde.
- 7.3. Eine Kündigung, gleich aus welchem Rechtsgrund, kann nur per Brief, Telefax oder E-Mail erfolgen.

## 8. Zahlungsbedingungen

- 8.1. Die Höhe der geschuldeten Vergütung und der Zeitraum etwaiger Vorauszahlungen ergeben sich aus dem jeweiligen Angebot.
- 8.2. Sämtliche Preise verstehen sich zuzüglich Umsatzsteuer in der jeweils geschuldeten gesetzlichen Höhe.
- 8.3. Soweit nicht in dem Angebot etwas anders angegeben ist, werden Kosten für Incentives, Bildmaterial für Anzeigen sowie sonstige Drittkosten, die im Rahmen der Erbringung der Leistungen für die upliff Services anfallen, an den Auftraggeber weiterberechnet.
- 8.4. Sämtliche Reisekosten (z.B. für Workshop vor Ort) werden, soweit sie im Rahmen des jeweiligen Leistungsangebots anfallen und angemessen sind, nach Absprache gesondert abgerechnet.
- 8.5. Rechnungen sind jeweils innerhalb von zehn Werktagen nach Erhalt zur Zahlung fällig.

## 9. Besondere Zahlungsbedingungen für upliff Managed Services

- 9.1. Die Vergütung für Leistungen aus dem Bereich upliff Managed Services wird jeweils vorab in Rechnung gestellt und ist sofort in voller Höhe zur Zahlung fällig.
- 9.2. Erstreckt sich die Erarbeitung von vereinbarten Leistungen, die entsprechend des Angebotes nicht vollständig im Voraus zu begleichen sind, über einen längeren Zeitraum, so kann upliff dem Auftraggeber Abschlagszahlungen über die bereits erbrachten Teilleistungen in Rechnung stellen. Diese Teilleistungen müssen nicht in einer für den Kunden nutzbaren Form vorliegen und können auch als reine Arbeitsgrundlage auf Seiten der upliff verfügbar sein. Die Vergütung ist bei Ablieferung des Werkes fällig. Sie ist ohne Abzug zahlbar. Werden die bestellten Arbeiten in Teilen abgenommen, so ist eine entsprechende Teilvergütung jeweils bei Abnahme des Teiles fällig. Erstreckt sich ein Auftrag über längere Zeit oder erfordert er von upliff hohe finanzielle Vorleistungen, so sind angemessene Abschlagszahlungen zu leisten, und zwar (soweit nicht anders vereinbart) 1/3 der Gesamtvergütung bei Auftragserteilung, 1/3 nach Fertigstellung von 50% der Arbeiten, 1/3 nach Ablieferung.
- 9.3. Etwaige Drittkosten, insbesondere Kosten für Incentives und Bildmaterial für Anzeigen, die im Rahmen der Erbringung der Leistungen für die upliff Managed Services anfallen, sowie für den Auftraggeber einzusetzende Werbebudgets, sind sofort in voller Höhe zur Zahlung fällig.
- 9.4. Sollten Umstände eintreten, die upliff nicht zu vertreten hat, die aber dazu führen, dass die Kalkulationsgrundlage von upliff wegfällt oder so nachhaltig gestört ist, dass ein Festhalten von upliff an dem Vertrag nicht zumutbar

**Stand: 06/2019**

Geschäftsführer: Jan Honsel | HRB 139 047 | Amtsgericht Hamburg | USt-IdNr.: DE 303 910

ist, ist uplift berechtigt, die Vergütung mit dem Auftraggeber neu zu verhandeln. Das gilt jedoch nicht, wenn die Anpassung dem Auftraggeber wiederum nicht zumutbar ist. In solch einem Fall hat uplift dann ein Recht zur außerordentlichen Kündigung des Vertrags und der Auftraggeber ein Anspruch auf prozentuale Rückerstattung der Vergütung für nicht erbrachte Leistungen.

- 9.5. Bei einem Rücktritt des Kunden von einem bereits erteilten Auftrag vor Beginn des Projektes, berechnet uplift dem Kunden 10% der Auftragssumme als Stornogebühr.
- 9.6. Im Falle eines Abbruchs oder einer Stornierung einer Media-Kampagne durch den Kunden, ohne dass (i) uplift den Abbruch oder die Stornierung zu vertreten hat, wird dem Auftraggeber die Management Fee anteilig auf das bereits verbrauchte Media-Budget in Rechnung gestellt.
- 9.7. Zusätzlich ist im Fall der Ziffer 9.6 für den entstandenen Mehraufwand eine Stornogebühr in Höhe von EUR 1.000,- zu zahlen. Es bleibt dem Auftraggeber jedoch unbenommen nachzuweisen, dass uplift ein geringerer oder gar kein Schaden entstanden ist.
- 9.8. Die Setup Gebühr ist in jedem Fall mit Vertragsschluss stets im vollen Umfang fällig. Eine (anteilige) Rückzahlung im Fall der Ziffer 9.6 findet nicht statt.

## 10. Verzug

Kommt der Auftraggeber bei Verträgen mit monatlich definierten Kosten für zwei aufeinander folgende Monate mit der Bezahlung der Preise oder in einem Zeitraum, der sich über mehr als zwei Monate erstreckt, mit der Bezahlung der Preise in Höhe eines Betrags, der den monatlichen Grundpreis für zwei Monate erreicht, in Verzug, so kann uplift die Leistungserbringung aussetzen und/oder den Vertrag ohne Einhaltung einer Frist kündigen. Die Geltendmachung weiterer Ansprüche wegen Zahlungsverzugs bleiben unberührt.

## 11. Eigentumsrecht und Urheberrecht

- 11.1. Alle Leistungen von uplift, einschließlich jener aus Präsentationen (z.B. Anregungen, Ideen, Skizzen, Vorentwürfe, Skribbles, Reinzeichnungen, Konzepte, Negative, Dias), auch einzelne Teile daraus, bleiben ebenso wie die einzelnen Werkstücke und Entwurfsoriginale im Eigentum von uplift und können von der uplift jederzeit - insbesondere bei Beendigung des Vertragsverhältnisses - zurückverlangt werden.
- 11.2. Der Kunde erwirbt durch Zahlung des Honorars das Recht der Nutzung an den vertragsgegenständlichen Leistungen ausschließlich für den vereinbarten Verwendungszweck. Das Nutzungsrecht an den Leistungen von uplift ist räumlich beschränkt auf das Gebiet der Bundesrepublik Deutschland. Der Erwerb von Nutzungs- und Verwertungsrechten an Leistungen von uplift setzt in jedem Fall die vollständige Bezahlung der von uplift dafür in Rechnung gestellten Honorare voraus. Nutzt der Kunde bereits vor diesem Zeitpunkt die Leistungen von uplift, ist uplift jederzeit bis zum Zeitpunkt der vollständigen Zahlung zur Untersagung bzw. zum Widerruf der Nutzung berechtigt.
- 11.3. Änderungen bzw. Bearbeitungen von Leistungen der Agentur, wie insbesondere deren Weiterentwicklung durch den Kunden oder durch für diesen tätige Dritte, sind nur mit ausdrücklicher Zustimmung der Agentur und - soweit die Leistungen urheberrechtlich geschützt sind - des Urhebers zulässig.
- 11.4. Für die Nutzung von Leistungen der Agentur, die über den ursprünglich vereinbarten Zweck und Nutzungsumfang hinausgeht, ist - unabhängig davon, ob diese Leistung urheberrechtlich geschützt ist - die Zustimmung der Agentur erforderlich. Dafür steht der Agentur und dem Urheber eine gesonderte angemessene Vergütung zu.
- 11.5. Für die Nutzung von Leistungen der Agentur bzw. von Werbemitteln, für die die Agentur konzeptionelle oder gestalterische Vorlagen erarbeitet hat, ist nach Ablauf des Agenturvertrages unabhängig davon, ob diese Leistung urheberrechtlich geschützt ist oder nicht, ebenfalls die Zustimmung der Agentur notwendig.
- 11.6. Für Nutzungen gemäß Abs 4. steht der Agentur im 1. Jahr nach Vertragsende ein Anspruch auf die volle im abgelaufenen Vertrag vereinbarte Agenturvergütung zu. Im 2. bzw. 3. Jahr nach Ablauf des Vertrages nur mehr die Hälfte bzw. ein Viertel der im Vertrag vereinbarten Vergütung. Ab dem 4. Jahr nach Vertragsende ist keine Agenturvergütung mehr zu zahlen.
- 11.7. Der Kunde haftet der Agentur für jede widerrechtliche Nutzung in doppelter Höhe des für diese Nutzung angemessenen Honorars.

## 12. Vertraulichkeit

- 12.1. Die Parteien sind wechselseitig verpflichtet, über alle ihnen im Zusammenhang mit dem Vertrag bekanntgewordenen und bekanntwerdenden Tatsachen und Umständen der geschäftlichen Aktivitäten der jeweils anderen Partei ("Vertrauliche Informationen") auch nach Beendigung des Vertrags strengstes Stillschweigen zu bewahren.
- 12.2. Die vorstehende Geheimhaltungspflicht besteht nicht für Vertrauliche Informationen, hinsichtlich derer die Vertraulichen Informationen erhaltende Partei nachweist, dass (i) ihr die Vertraulichen Informationen bereits vor der Offenlegung durch die offenlegende Partei bekannt war, (ii) ihr die Vertraulichen Informationen durch eine dritte Partei, die nicht in Vertretung der offenlegenden Partei gehandelt hat, rechtmäßig mitgeteilt worden sind, (iii) die Vertraulichen Informationen von ihr oder für sie unabhängig entwickelt worden sind, (iv) die Vertraulichen Informationen öffentlich zugänglich sind oder (v) eine gesetzliche oder behördliche Pflicht zur Offenlegung besteht.
- 12.3. uplift ist berechtigt, Vertrauliche Informationen an Dritte, insbesondere mit uplift im Sinne von §§ 15 ff. AktG verbundene Unternehmen, offenzulegen, soweit dies für die Erbringung der unter dem Vertrag geschuldeten Leistungen erforderlich ist ("Need-to-Know"-Prinzip), vorausgesetzt, die offenlegende Partei hat den Dritten zuvor schriftlich zur Einhaltung der Vertraulichkeit nach Maßgabe der Bestimmungen dieses Vertrags verpflichtet.
- 12.4. Ungeachtet der Geheimhaltungsverpflichtung nach Ziffer 11.1 sind beide Parteien berechtigt, die jeweils andere Partei unter Verwendung ihres Namens und Logos als offizielle Referenz zu Zwecken der Eigenwerbung zu führen, ohne dabei allerdings Details der Zusammenarbeit offenzulegen, sofern dies nicht zwischen uplift und dem Auftraggeber im Detail geregelt wird.

## 13. Datenschutz

- 13.1. Uplift erwirbt keine Rechte an den vom Auftraggeber im Rahmen des Vertrages gespeicherten oder uplift zur Verfügung gestellten Daten (insbesondere personenbezogene Daten Dritter).
- 13.2. Personenbezogene Daten wird uplift ausschließlich im Rahmen des geschlossenen Vertrags und zur Erfüllung desselben erheben, verarbeiten und nutzen.
- 13.3. Sofern im Rahmen der Vertragserfüllung auch eine Auftragsdatenverarbeitung von personenbezogenen Daten durch uplift beauftragt ist, ist mit uplift eine gesonderte Auftragsverarbeitungsvereinbarung (AVV) zu schließen. Die entsprechenden Leistungen werden von uplift erst nach Abschluss dieser AVV erbracht.

## 14. Gewährleistung

- 14.1. Der Kunde hat Mängel unverzüglich, jedenfalls innerhalb von acht Tagen nach Lieferung/Leistung durch die Agentur, verdeckte Mängel innerhalb von acht Tagen nach Erkennen derselben, schriftlich unter Beschreibung des Mangels anzuzeigen; andernfalls gilt die Leistung als genehmigt. In diesem Fall ist die Geltendmachung von Gewährleistungs- und Schadenersatzansprüchen sowie das Recht auf Irrtumsanfechtung aufgrund von Mängeln ausgeschlossen.
- 14.2. Im Fall berechtigter und rechtzeitiger Mängelrüge steht dem Kunden das Recht auf Verbesserung oder Austausch der Lieferung/Leistung durch die Agentur zu. Die Agentur wird die Mängel in angemessener Frist beheben, wobei der Kunde der Agentur alle zur Untersuchung und Mängelbehebung erforderlichen Maßnahmen ermöglicht. Die Agentur ist berechtigt, die Verbesserung der Leistung zu verweigern, wenn diese unmöglich oder für die Agentur mit einem unverhältnismäßig hohen Aufwand verbunden ist. In diesem Fall stehen dem Kunden die gesetzlichen Wandlungs- oder Minderungsrechte zu. Im Fall der Verbesserung obliegt es dem Auftraggeber die Übermittlung der mangelhaften (körperlichen) Sache auf seine Kosten durchzuführen.
- 14.3. Es obliegt auch dem Auftraggeber, die Überprüfung der Leistung auf ihre rechtliche, insbesondere wettbewerbs-, marken-, urheber- und verwaltungsrechtliche Zulässigkeit durchzuführen. Die Agentur ist nur zu einer Grobprüfung der rechtlichen Zulässigkeit verpflichtet. Die Agentur haftet im Falle leichter Fahrlässigkeit oder nach Erfüllung einer allfälligen Warnpflicht gegenüber dem Kunden nicht für die rechtliche Zulässigkeit von Inhalten, wenn diese vom Kunden vorgegeben oder genehmigt wurden.
- 14.4. Die Gewährleistungsfrist beträgt sechs Monate ab Lieferung/Leistung. Der Kunde ist nicht berechtigt, Zahlungen wegen Bemängelungen zurückzuhalten. Die verschuldensunabhängige Haftung auf Schadenersatz (§ 536a BGB) für bei Vertragsschluss vorhandene Mängel ist ausgeschlossen.



## 15. Haftung

- 15.1. In Fällen leichter Fahrlässigkeit ist eine Haftung der Agentur und die ihrer Angestellten, Auftragnehmer oder sonstigen Erfüllungsgehilfen für Sach- oder Vermögensschäden des Kunden ausgeschlossen, gleichgültig ob es sich um unmittelbare oder mittelbare Schäden, entgangenen Gewinn oder Mangelfolgeschäden, Schäden wegen Verzugs, Unmöglichkeit, positiver Forderungsverletzung, Verschuldens bei Vertragsabschluss, wegen mangelhafter oder unvollständiger Leistung handelt. Das Vorliegen von grober Fahrlässigkeit hat der Geschädigte zu beweisen. Soweit die Haftung der Agentur ausgeschlossen oder beschränkt ist, gilt dies auch für die persönliche Haftung ihrer „Mitarbeiter“.
- 15.2. Jegliche Haftung der Agentur für Ansprüche, die auf Grund der von der Agentur erbrachten Leistung (z.B. Werbemaßnahme) gegen den Kunden erhoben werden, wird ausdrücklich ausgeschlossen, wenn die Agentur ihren branchenüblichen Hinweispflichten nachgekommen ist oder eine solche Hinweispflicht für sie nicht erkennbar war, wobei leichte Fahrlässigkeit nicht schadet. Insbesondere haftet die Agentur nicht für Prozesskosten, eigene Anwaltskosten des Kunden oder Kosten von Urteilsveröffentlichungen sowie für allgemeine Schadenersatzforderungen oder sonstige Ansprüche Dritter; der Kunde hat die Agentur diesbezüglich schad- und klaglos zu halten.
- 15.3. Schadenersatzansprüche des Kunden verfallen in sechs Monaten ab Kenntnis des Schadens; jedenfalls aber nach drei Jahren ab der Verletzungshandlung der Agentur. Schadenersatzansprüche sind der Höhe nach mit dem Netto-Auftragswert begrenzt.
- 15.4. Die Haftung für Datenverlust wird – außer im Falle von Vorsatz - auf den typischen Wiederherstellungsaufwand beschränkt, der bei regelmäßiger Anfertigung von Sicherungskopien eingetreten wäre.

## 16. Freistellung

Der Auftraggeber hält uplft, alle mit ihr verbundenen Unternehmen sowie ihre Subunternehmer frei von sämtlichen Schäden sowie Ansprüchen Dritter, die uplft, die mit ihr verbundenen Unternehmen oder ihren Subunternehmern aufgrund oder im Zusammenhang mit einer Pflichtverletzung des Auftraggebers entstehen, insbesondere durch Bereitstellung oder Verwendung mit Rechten Dritter belasteter Materialien und Werke, es sei denn, der Auftraggeber hat diese Pflichtverletzung nicht zu vertreten. Vorstehende Regelung gilt insbesondere auch für mittelbare und Folgeschäden sowie entgangenen Gewinn.

## 17. Sonstige Bedingungen

- 17.1. Der Auftraggeber ist nicht berechtigt, den Vertrag oder einzelne Rechte und Pflichten daraus ohne schriftliche Zustimmung von uplft auf einen Dritten zu übertragen. § 354a HGB bleibt unberührt.
- 17.2. Die Aufrechnung mit anderen als unbestrittenen oder rechtskräftig festgestellten Forderungen sowie die Ausübung eines Zurückbehaltungsrechts, das nicht auf einem Recht aus demselben Vertragsverhältnis beruht, ist unzulässig.
- 17.3. Für die vertraglichen Beziehungen der Vertragspartner gilt das Recht der Bundesrepublik Deutschland.
- 17.4. Gerichtsstand ist, wenn der Auftraggeber Kaufmann, juristische Person des öffentlichen Rechts oder öffentlich-rechtliches Sondervermögen ist, das Landgericht Hamburg.
- 17.5. Falls ein Gericht eine Bestimmung dieser AGBen oder vertraglicher Regelungen als unrechtmäßig, unwirksam oder undurchsetzbar ansieht, bleibt der Rest des Dokuments hiervon unberührt.

Anstelle unrechtmäßiger, unwirksamer oder undurchsetzbarer Vertragsbestimmungen sowie zur Ausfüllung von Lücken soll eine angemessene Regelung treten, die dem am nächsten kommt, was die Vertragsparteien im Zeitpunkt des Vertragsabschlusses gewollt hätten, sofern sie diesen Punkt bedacht hätten.