

Allgemeine Geschäftsbedingungen der trendhouse event marketing GmbH (Stand 11.01.2013)

1. Allgemeines

- 1.1. Für die Angebote, Lieferungen und Leistungen der **trendhouse event marketing GmbH** („Agentur“) sind nachstehende Bedingungen ausschließlich maßgeblich. Sie gelten insbesondere für alle Leistungen, die die Agentur im Rahmen der, Angebotserstellung, Konzeption, Strategie- und anderweitige Entwicklungen, Beratung, Planung, Gestaltung, Herstellung und sonstige Leistungen für den Auftraggeber erbringt.
- 1.2. Allgemeine Bedingungen des Kunden werden nur dann Bestandteil des Vertrages, wenn sie von der Agentur schriftlich anerkannt werden. Anderenfalls haben diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen Vorrang. Die Abnahme der Leistung der Agentur gilt in jedem Falle als Anerkennung dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen.

2. Vertragsschluss/ Vertragsinhalt

- 2.1. Die Angebote der Agentur verstehen sich stets freibleibend. Die Preise gelten in EURO zuzüglich der gesetzlich geltenden Mehrwertsteuer, soweit anwendbar.
- 2.2. Auslagen der Agentur für Porto, Telefon, Versicherung, Verzollung, u.ä. sind mit einem Pauschalbetrag von 7,5% auf den Netto-Rechnungsbetrag abgegolten.
- 2.3. Der Auftraggeber trägt gegen Nachweis sämtliche Auslagen wie Reise- und Übernachtungskosten, Spesen und im Rahmen der Vertragsdurchführung anfallende Entgeltforderungen Dritter. Die reine Reisezeit wird der Agentur als Aufwand mit einem Abschlag von 50% vergütet.
- 2.4. Für die Abwicklung von Aufträgen mit Dritten, denen sich die Agentur in Absprache mit dem Auftraggeber zur Vertragsdurchführung bedient (z.B. Künstler, Messebauer, Handwerker, Raummiete, Veranstaltungskosten) berechnet die Agentur bei einer Weiterbelastung dieser Kosten an den Auftraggeber eine im Einzelfall zu verhandelnde Handling Fee.
- 2.5. Die als „Kostenrahmen“, „Kostenskizze“ oder „Grobkostenkalkulation“ bezeichneten Angebote der Agentur sind unverbindlich. Sofern nichts anderes vereinbart, sind Konzepte und Gestaltungen, die die Agentur im Auftrag des Auftraggebers entwickelt, kostenpflichtig.
- 2.6. Der Vertrag kommt regelmäßig mit der schriftlichen Auftragsbestätigung der Agentur zustande.
- 2.7. Beauftragt die Agentur Dritte mit Teilen der Durchführung des Auftrags, so hat sie der Auftraggeber von Ansprüchen dieser Dritter freizustellen, sofern der Auftraggeber nicht bereits für diese Leistung an die Agentur bezahlt hat.

3. Preise und Zahlungsbedingungen

- 3.1. Die Agentur ist berechtigt, Teilleistungen zu erbringen und diese gesondert abzurechnen. Sie kann ferner zu jeder Zeit Vorschuß- oder Abschlagszahlungen auf geleistete oder beauftragte Leistung verlangen. Diese sind mangels anderweitiger Vereinbarung grundsätzlich wie folgt zu zahlen:
- 30% der vereinbarten Vergütung bei Auftragserteilung;
 - 30% der vereinbarten Vergütung bei Produktionsbeginn;
 - 30% der vereinbarten Vergütung bis 14 Tage vor Veranstaltungsbeginn;
 - 10% des Preises nach Erhalt der Endabrechnung.
- 3.2. Im Angebot nicht veranschlagte Leistungen, die auf Verlangen des Auftraggebers ausgeführt werden oder aber Mehraufwendungen, die bedingt sind durch unrichtige oder unvollständige Angaben des Auftraggebers, durch unterlassene Mitwirkungsleistungen des Auftraggebers, durch unverschuldete Transportverzögerungen oder durch nicht termin- oder fachgerechte Vorleistungen Dritter werden dem Kunden zusätzlich nach den aktuellen Vergütungssätzen der Agentur in Rechnung gestellt.
- 3.3. Mangels besonderer Vereinbarung sind Zahlungen bar oder per Banküberweisung und spesenfrei am Sitz der Agentur zu leisten.
- 3.4. Rechnungsbeträge sind dabei binnen zwei Wochen nach Rechnungsdatum ohne Abzug zu bezahlen. Bei Überschreitung des Zahlungszieles behält sich die Agentur vor, auch ohne ausdrückliche Mahnung Verzugszinsen in gesetzlicher Höhe, mindestens in Höhe von 8% p.a. über dem Basissatz der Europäischen Zentralbank, zu berechnen.
- 3.5. Die Agentur ist im Falle des Zahlungsverzugs nach Fristsetzung mit Ablehnungsandrohung berechtigt, vom Vertrag zurückzutreten und Schadensersatz wegen Nichterfüllung zu verlangen.

4. Mitwirkungspflichten des Auftraggebers

- 4.1. Der Auftraggeber unterstützt die Agentur bei der Erfüllung ihrer vertraglich geschuldeten Leistungen. Dazu gehört insbesondere das rechtzeitige Zurverfügungstellen von Informationen, Datenmaterial sowie von Hard- und Software, Werbemitteln, sonstigen Informationen sowie Anweisungen des Auftraggebers an die Agentur, soweit diese zur Erreichung des Auftrags und der Einhaltung etwaiger Fristen zweckdienlich und erforderlich sind.
- 4.2. Der Auftraggeber stellt einen Ansprechpartner zur Durchführung des Auftrags zur Verfügung.
- 4.3. Mitwirkungshandlungen nimmt der Auftraggeber auf seine Kosten vor.

5. Transport/ Verpackung

- 5.1. Die Transportgefahr aller Güter, die im Rahmen der Vertragsdurchführung versandt werden, liegt beim Kunden, sofern nichts anderes vereinbart ist. Sofern keine besondere Anweisung vorliegt, bestimmt die Agentur den Versand nach ihrem Ermessen ohne Verantwortung für eine besondere Verpackung oder den billigsten und schnellsten Weg.
- 5.2. Zum Abschluss einer Transportversicherung, deren Kosten der Auftraggeber zu tragen hat, ist die Agentur berechtigt, jedoch nicht verpflichtet.
- 5.3. Transportschäden sind der Agentur unverzüglich anzuzeigen. Eventuelle Ansprüche gegen das Transportunternehmen werden auf Verlangen an den Kunden abgetreten.
- 5.4. Gegenstände des Auftraggebers, die zur Leistungserbringung der Agentur erforderlich sind, müssen zum vereinbarten Termin frei Haus bzw. an den von der Agentur genannten Ort angeliefert werden. Die Rücklieferungen solcher Teile erfolgt unfrei ab Verwendungsort auf Gefahr des Auftraggebers.
- 5.5. Der von der Agentur unverschuldete Untergang auf dem Transport oder das Abhandenkommen der angelieferten Materialien am Verwendungsort geht zu Lasten des Auftraggebers.

6. Abnahme/ Gefahrübergang

- 6.1. Sofern es sich bei dem Vertragsverhältnis zwischen Agentur und Auftraggeber um einen Werkvertrag handelt, ist der Auftraggeber zur Abnahme der Leistung der Agentur zu dem von dieser genannten Fertigstellungstermin verpflichtet.
- 6.2. Die Abnahme kann insbesondereanlässlich von Generalproben bzw. Probeläufen erfolgen, spätestens mit dem Abschluss der Veranstaltung, soweit anwendbar. Dies gilt nicht für Planungsleistungen, die mit deren Zugang beim Kunden als fertiggestellt und abnahmefähig gelten.
- 6.3. Sofern Mängel die Funktion des Leistungsgegenstandes nicht wesentlich beeinträchtigen, berechtigen sie nicht zur Verweigerung der Abnahme.
- 6.4. Kann die Leistung der Agentur aus Gründen, die der Auftraggeber zu vertreten hat, diesem nicht zur Verfügung gestellt werden, geht die Gefahr am Tage des Zugangs der Fertigstellungsanzeige auf den Kunden über. Die Leistung der Agentur gilt dann als erfüllt.

7. Kündigung

- 7.1. Im Falle der Kündigung durch den Kunden ohne wichtigen Grund erhält die Agentur die vereinbarte Vergütung für die bereits erbrachten Leistungen.
- 7.2. Als erbrachte Leistungen in diesem Sinne gelten auch Vergütungs- bzw. Schadensersatzansprüche, die die Agentur aus eingegangenen Verpflichtungen gegenüber Dritten (Subunternehmern, Vermietern, etc.) zu erfüllen hat, gleich ob diese bereits geleistet wurden.
- 7.3. Bezüglich noch nicht erbrachter Leistungen werden 40 % des für noch nicht erbrachte Leistungen vereinbarten Honorars als ersparte Aufwendungen pauschaliert abgezogen; der Restbetrag ist unverzüglich zur Zahlung fällig.

- 7.4. Nimmt der Auftraggeber trotz Fertigstellungserklärung die Leistungen der Agentur ohne wichtigen Grund nicht ab oder kommt der Auftraggeber seinen Zahlungsverpflichtungen nicht oder nicht ordnungsgemäß nach, so wird die Agentur nach Setzung einer angemessenen Nachfrist von ihrer Leistungsverpflichtung frei und kann Schadensersatz verlangen.
- 7.5. Als Schadensersatz kann die Agentur den Wert der bis zur Vertragsbeendigung erbrachten Leistungen sowie 60 % des Wertes der noch nicht erbrachten Leistungen als pauschalierten Schadensersatz verlangen. Die Geltendmachung eines höheren nachgewiesenen Schadens bleibt der Agentur vorbehalten.
- 7.6. Die Agentur hat das Recht, den Vertrag aus wichtigem Grund zu kündigen. Ein wichtiger Grund ist dabei insbesondere die unterlassene Mitwirkungspflicht durch den Kunden dergestalt, dass die Agentur trotz angemessener Fristsetzung den Auftrag nicht ordnungsgemäß oder fristgerecht erfüllen kann. Im Falle einer Kündigung durch die Agentur gelten 7.1. bis 7.5. entsprechend.

8. Gewährleistung

- 8.1. Der Auftraggeber ist verpflichtet, die Leistungen der Agentur bei Abnahme zu prüfen und Mängel unverzüglich zu rügen. Zeigt sich trotz sorgfältiger Prüfung ein Mangel erst später, so ist dieser unverzüglich anzuzeigen. In jedem Falle müssen Mängelrügen spätestens 5 Werkzeuge nach Veranstaltungsende oder Übergabe der vereinbarten Leistung bei der Agentur zugegangen sein.
- 8.2. Als Gewährleistung kann der Auftraggeber grundsätzlich zunächst nur Nacherfüllung in Form der Nachbesserung verlangen. Die Art und Weise der sachgerechten Nachbesserung richtet sich nach dem Ermessen der Agentur, der auch die Ersatzlieferung jederzeit offensteht.
- 8.3. Der Auftraggeber kann vom Vertrag zurücktreten oder Herabsetzung des Preises (Minderung) verlangen, wenn mindestens zwei Nachbesserungsversuche wegen des gleichen Mangels fehlgeschlagen sind.
- 8.4. Die Gewährleistung ist ausgeschlossen, wenn der Auftraggeber die Waren oder Leistungen der Agentur weiterverarbeitet oder diese veräußert.
- 8.5. Ist die Nachbesserung wegen Zeitablaufes (Beendigung der Veranstaltung) ausgeschlossen oder unmöglich, stehen dem Kunden im Falle eines Mangels nur Minderungsrechte zu.
- 8.6. Die Agentur kann die Beseitigung von Mängeln verweigern, solange der Auftraggeber seinen vertraglichen Verpflichtungen, insbesondere seinen Zahlungsverpflichtungen (z.B. Anzahlung, Abschlagszahlung) nicht fristgerecht nachgekommen ist.
- 8.7. Erfolgt die Mängelrüge verspätet oder wurden bei Abnahme/Übergabe Vorbehalte wegen bekannter Mängel nicht gemacht, so erlöschen die Gewährleistungsansprüche gänzlich. Das Gleiche gilt, wenn der Auftraggeber selbst Änderungen vornimmt oder der Agentur die Feststellung der Mängel erschwert.
- 8.8. Schadensersatzansprüche aus Verletzung der Nachbesserungspflicht, sind ausgeschlossen, sofern sie nicht auf grober Fahrlässigkeit oder Vorsatz beruhen.

9. Haftung

- 9.1. Schadensersatzansprüche gegenüber der Agentur, ihren Arbeitnehmern und/oder Erfüllungsgehilfen, die auf leichter Fahrlässigkeit beruhen und die nicht Schadensersatz für die Verletzung von Leben, Körper und/oder Gesundheit zum Inhalt haben, sind - soweit gesetzlich möglich - ausgeschlossen. Gleichgültig ist, ob sie aus Vertragsverletzung oder der Verletzung vertraglicher Nebenpflichten (z.B. §§ 280, 241 Abs. 2 BGB), aus unerlaubter Handlung, auch aus der Haftpflicht des Produzenten (wegen Konstruktions-, Produktions- und Informationsfehlern sowie Fehlern bei der Produktbeobachtung z.B. § 823 BGB) herrühren.
- 9.2. Bei schuldhafter Verletzung wesentlicher Vertragspflichten (Kardinalpflichten) wird auch für Fahrlässigkeit eines Organs oder eines leitenden Angestellten gehaftet, allerdings begrenzt auf den vertragstypischen, vernünftigerweise vorhersehbaren Schaden. Diese Begrenzung greift nicht bei Verletzung von Leben, Körper und/oder Gesundheit.
- 9.3. In Fällen der zulässigen Haftungsbegrenzung bei einfacher Fahrlässigkeit übersteigt der Schadensumfang in keinem Falle den niedrigeren Betrag aus entweder 50% vom Auftragswert oder Euro 500.000,00.
- 9.4. Das Risiko der rechtlichen Zulässigkeit der Werbung und des Inhalts wird allein vom Auftraggeber getragen. Dies gilt insbesondere für den Fall, dass Inhalte gegen das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG), das Urhebergesetz (UrhG) und spezielle Werberechtsgesetze verstoßen.
- 9.5. Soweit nichts anderes vereinbart ist, haftet die Agentur nicht für eingebrachte Gegenstände des Auftraggebers, soweit die Agentur nicht durch vorsätzliches oder grob fahrlässiges Handeln die Beschädigung oder den Untergang der Gegenstände verursacht hat.
- 9.6. Die Haftung für vertragsuntypische (Folge-)Schäden ist ausgeschlossen. Dies gilt auch bei grober Fahrlässigkeit.
- 9.7. Die Verjährung der Mängelansprüche (insbesondere § 438 Abs. 1 Nr. 3 BGB) wird, soweit gesetzlich zulässig, auf ein Jahr begrenzt. Fälle arglistiger Täuschung, des Vorsatzes und der §§ 478, 479 BGB sind hiervon ausgenommen.
- 9.8. Das Recht des Auftraggebers, Ansprüche aus angezeigten Mängeln geltend zu machen, verjährt in allen Fällen vom Zeitpunkt der rechtzeitigen Rüge an in sechs Monaten, frühestens jedoch mit Ablauf der Gewährleistungsfrist.

10. Schutzrechte

- 10.1. Die Agentur räumt dem Auftraggeber für von ihm beauftragte und vollständig bezahlte Arbeiten, die zeitlich, inhaltlich und räumlich unbeschränkten Nutzungsrechte zur Veröffentlichung, Vervielfältigung, Verwertung, Änderung, Bearbeitung, Übersetzung und ggf. Synchronisation ein. Nutzungsrechte an Arbeiten, die bei Beendigung der Zusammenarbeit zwischen der Agentur und dem Auftraggeber noch nicht bezahlt sind, verbleiben bei der Agentur. Die Agentur ist berechtigt, Urheberbezeichnungen auf den von ihr entwickelten und/oder hergestellten Werbemitteln anzubringen.
- 10.2. Alle im Zusammenhang mit den zu erbringenden Leistungen bei der Agentur bzw. ihren Mitarbeitern oder von ihr –auch im Namen des Auftraggebers– beauftragten Dritten entstehenden gewerblichen Schutzrechte (Urheber- und Leistungsschutzrechte, Markenrechte, wettbewerbsrechtlicher Leistungsschutz, Patentrechte) verbleiben, sofern nicht ausdrücklich anderes vereinbart ist, ausschließlich bei der Agentur. Die Übertragung von Nutzungs- und Verwertungsrechten bedarf der schriftlichen Vereinbarung. Gleiches gilt für Konzepte und Entwürfe. Änderungen an den Leistungsergebnissen dürfen nur die Agentur oder von dieser ausdrücklich entsprechend beauftragte Person vornehmen. Sämtliche Leistungsergebnisse, Konzepte und Entwürfe gelten als anvertraut und dürfen ohne Zustimmung der Agentur nicht genutzt oder an Dritte weitergegeben werden. Dies gilt auch für Angebotsunterlagen, Abbildungen, Zeichnungen, Konzepte und Strategievorschläge sowie Kalkulationen.
- 10.3. Der Auftraggeber ist zur Nutzung der Konzepte, Entwürfe usw. der Agentur nur für die nach dem Vertrag vorgesehenen eigenen Zwecke berechtigt, Vervielfältigungen sind nur mit ausdrücklicher vorheriger Zustimmung der Agentur zulässig. Druckvorlagen, Arbeitsfilme und Negative, die von der Agentur oder in ihrem Auftrag hergestellt werden, bleiben Eigentum der Agentur, auch wenn sie dem Kunden berechnet werden.
- 10.4. Bezüglich der Ausführung von Aufträgen nach vom Kunden vorgegebenen Angaben oder Unterlagen übernimmt dieser die Gewähr dafür, dass durch die Herstellung und Lieferung der nach seinen Angaben und Unterlagen ausgeführten Leistungen Schutzrechte Dritter nicht verletzt werden. Die Agentur ist nicht verpflichtet nachzuprüfen, ob die vom Kunden zur Leistungserbringung ausgehändigten Angaben oder Unterlagen Schutzrechte Dritter verletzen oder verletzen können. Insoweit ist der Auftraggeber verpflichtet, die Agentur von allen etwaigen Schadensersatzansprüchen Dritter sofort freizustellen und für alle Schäden, die aus der Verletzung von Schutzrechten erwachsen, aufzukommen und, soweit verlangt, Vorschusszahlungen zu leisten.
- 10.5. Die Agentur ist berechtigt, die Veranstaltung aufzuzeichnen und die Aufzeichnungen nebst Hintergrund-Informationen über das Projekt zum Zweck der Dokumentation sowie der Eigen-PR zu verwenden.

- 10.6. Die Agentur darf den Auftraggeber auf ihrer Website oder in anderen Medien als Referenzkunden nennen und die erbrachten Leistungen zu Demonstrationszwecken öffentlich wiedergeben oder auf sie hinweisen, es sei denn, der Auftraggeber widerspricht dem.

11. Geheimhaltungspflicht

- 11.1. Die Agentur und der Auftraggeber verpflichten sich, alle ihnen bei der Zusammenarbeit mit dem Auftraggeber offenbarten Geschäftsgeheimnisse vertraulich zu behandeln. Soweit dritte Personen zur Erfüllung von Aufgaben hinzugezogen werden, verpflichten die Agentur bzw. der Auftraggeber diese Personen jeweils zur gleichen Sorgfalt. Die Geheimhaltungspflicht besteht auch über die Dauer der Zusammenarbeit hinaus.
- 11.2. Der Auftraggeber verpflichtet sich, Subunternehmer oder Lieferanten, insbesondere Künstler und spezialisierte Dienstleister, die ihm über die Geschäftsbeziehung zu der Agentur bekannt gemacht werden, auch nach Abschluss des Vertragsverhältnisses für eine Dauer von 3 Jahren nach Beendigung des Geschäftsverhältnisses nicht direkt zu kontaktieren und zu beauftragen. Verstößt der Auftraggeber gegen diese Pflicht, so steht der Agentur ein Anspruch auf Schadensersatz in Höhe von 50% der, an den jeweiligen Unternehmer geleisteten Vergütung gegen den Auftraggeber zu.

12. Eigentumsvorbehalt

- 12.1. Sämtliche Leistungen, Leistungsergebnisse und Liefergegenstände bleiben bis zur vollständigen Erfüllung aller Verbindlichkeiten aus dem Vertragsverhältnis zwischen den Parteien Eigentum der Agentur.
- 12.2. Jede Übertragung von Nutzungs- und Verwertungsrechten wird erst mit der vollständigen Erfüllung aller Verpflichtungen aus dem Vertragsverhältnis zwischen den Parteien wirksam.

13. Aufbewahrung von Unterlagen

- 13.1. Die Agentur bewahrt die den Auftrag betreffenden Unterlagen für die Dauer von 6 Monaten auf. Bei Zurverfügungstellung von Originalvorlagen (Dias, Disketten usw.) verpflichtet sich der Auftraggeber, Duplikate herzustellen. Für Vorlagen des Auftraggebers, die nicht binnen eines Monats nach Beendigung des Auftrages zurückverlangt werden, übernimmt die Agentur keine Haftung.

14. Aufrechnung und Abtretung

- 14.1. Der Auftraggeber darf Forderungen der Agentur nur mit unbestrittenen oder rechtskräftig festgestellten Gegenforderungen aufrechnen.
- 14.2. Die Ansprüche und Nutzungsrechte des Auftraggebers aus diesem Vertragsverhältnis sind nur mit vorheriger schriftlicher Zustimmung der Agentur übertragbar.

15. Erfüllungsort und Gerichtsstand

- 15.1. Erfüllungsort und ausschliesslicher Gerichtsstand für sämtliche zwischen den Parteien sich aus dem Vertragsverhältnis ergebenden Streitigkeiten ist München (Landgericht München I), soweit der Auftraggeber Unternehmer, Vollkaufmann, juristische Person des öffentlichen Rechts oder öffentlich-rechtliches Sondervermögen ist.
- 15.2. Das Vertragsverhältnis unterliegt dem Recht der Bundesrepublik Deutschland unter Ausschluss des UNKaufrechts (CISG), auch bei ausländischen Auftraggebern.

16. Schlussbestimmungen

- 16.1. Sollte eine Bestimmung dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen unwirksam oder nichtig sein, so wird hiervon die Wirksamkeit der übrigen Bestimmungen nicht berührt.
- 16.2. Änderungen und Ergänzungen dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen sowie dem Vertrag und etwaigen Nebenabreden bedürfen der Schriftform. Dies gilt auch für die Änderung oder Abbedingung dieses Schriftformerfordernisses.