



Allgemeine Geschäftsbedingungen

Myrga

1. Allgemeines, Geltungsbereich, Vertragsschluss

- 1.1. **Parteien.** Dies sind die allgemeinen Geschäftsbedingungen (nachfolgend: **AGB**) der Myrga Media Lab GmbH, Grötzinger Strasse 26a, 76227 Karlsruhe; Handelsregisternummer: HRB 756100 (Amtsgericht Mannheim), (nachfolgend: **myrga** oder **die Agentur**). Die AGB richten sich ausschließlich an Unternehmer i.S.d § 14 BGB, die mit der Agentur einen Vertrag geschlossen haben (nachfolgend: **Kunde**, gemeinsam mit myrga nachfolgend **Parteien**).
- 1.2. **Geltungsbereich.** Allgemeine Geschäftsbedingungen eines Kunden finden keine Anwendung. Kommt ein Vertrag zwischen den Parteien zustande, gelten ausschließlich diese AGB. Das gilt auch dann, wenn myrga den allgemeinen Geschäftsbedingungen des Kunden nicht ausdrücklich widerspricht oder in Kenntnis entgegenstehender oder von diesen AGB abweichender Bedingungen des Kunden Leistungen vorbehaltlos ausführt.
- 1.3. **Vertragsschluss.** Ein Vertrag über Marketingleistungen (der „Vertrag“) zwischen den Parteien kommt durch ein individuelles Angebot von myrga (das „Angebot“) und dessen Annahme durch die Auftragsbestätigung des Kunden zustande. Diese AGB sind Bestandteil des Vertrages.

2. Leistungen durch myrga

- 2.1. **Leistungsgegenstand.** Gegenstand des Vertrages ist die konzeptionelle Beratung in den Bereichen Mediaplanung, Marketing und Kommunikation („Services“) nach Maßgabe dieser AGB und des jeweils vereinbarten Angebots. Dazu gehört insbesondere die Entwicklung individueller Mediapläne, Buchung von Werbeflächen (Mediaplatzierungen) in verschiedenen Kanälen (z. B. Online, Social, Print, TV, Radio, Out-of-Home), die Optimierung laufender Kampagnen des Kunden, der Abschluss von Mindestabnahme- oder Volumenvereinbarungen mit Medien oder Vermarktern („Commitments“) sowie die Analyse und Berichterstattung der Ergebnisse und Unterstützung von Kampagnen oder Projekten bei Branchen-Awards.
- 2.2. **Leistungsumfang.** Die Parteien konkretisieren im jeweils vereinbarten Angebot Umfang, Form, Zeitraum, Ziel, Kosten und Zahlungsbedingungen der Services, Volumenvereinbarungen sowie einen verbindlichen Zahlungsrahmen („Budgetobergrenzen“ oder „Caps“) für die jeweiligen Services. Eine Überschreitung der Budgetobergrenzen bedarf der Zustimmung des Kunden. Maßgeblich für Inhalt und Umfang ist ausschließlich die individuelle Leistungsbeschreibung im Angebot.
- 2.3. **Zusatzleistungen.** Leistungen, die nicht ausdrücklich im Angebot enthalten sind, gelten als Zusatzleistungen und werden gesondert berechnet.
- 2.4. **Commitments.** Soweit der Abschluss von Commitments vereinbart ist, schließt die Agentur diese im eigenen Namen und auf eigene Rechnung zur Durchführung der vom Kunden beauftragten Leistungen ab. Über den entsprechenden Rahmen stimmen sich die Parteien ab.

- 2.5. **Erfüllungsgehilfen.** Die Agentur darf sich zur Erfüllung ihrer vertraglichen Pflichten Dritter bedienen.
- 2.6. **Verfügbarkeit.** Die Agentur steht dem Kunden in den üblichen Geschäftszeiten von Montag bis Freitag zwischen 9 und 18 Uhr zur Verfügung und wird Anfragen regelmäßig innerhalb eines Geschäftstages beantworten. In der Wahl von Ort, Zeit und Art der Leistungserbringung ist die Agentur frei. Soweit Leistungsausfälle infolge von Ausfallzeiten nicht vermieden werden können, werden diese nachgeholt, sofern zwischen den Parteien nicht abweichende individuelle Vereinbarungen getroffen werden.

3. **Verpflichtung des Kunden und Freigabeprozesse**

- 3.1. **Bereitstellung von Inhalten durch Kunden.** Der Kunde stellt myrga spätestens innerhalb von zwei Wochen nach Vertragsschluss oder nach Absprache alle Informationen, Daten, Unterlagen, Inhalte für Werbematerialien, sowie technische Spezifikationen und Zugänge (zusammen **„Kundeninhalte“**) in digitaler Form (PDF, PPT, XLS o.ä., soweit möglich) zur Verfügung, die für die ordnungsgemäße Erbringung der Services erforderlich sind. Hierbei handelt es sich um eine Hauptleistungspflicht. Der Kunde gewährleistet, dass die Kundeninhalte frei von Rechten Dritter sind oder die erforderlichen Nutzungsrechte ordnungsgemäß eingeräumt wurden. Die im Einzelnen bereitzustellenden Kundeninhalte ergeben sich insbesondere aus dem als **Annex A** beigefügten Katalog.
- 3.2. **Freigabe durch den Kunden.** Der Kunde ist verpflichtet, die von myrga im Rahmen der Leistungserbringung vorgelegten Arbeitsergebnisse unverzüglich zu prüfen und spätestens innerhalb von sieben (7) Tagen nach Bereitstellung schriftlich freizugeben oder etwaige Änderungswünsche mitzuteilen.
- 3.3. **Korrekturschleifen.** Sofern im Angebot nichts Abweichendes geregelt ist, ist je Arbeitsergebnis (**vgl. Ziff. 5.1.1 dieser AGB**) eine (1) Korrekturschleife geschuldet. **Die Agentur schuldet maximal drei Korrekturschleifen je vorgelegtem Arbeitsergebnis.** Jede im Rahmen einer vereinbarten Korrekturschleife bereitgestellte Überarbeitung unterliegt der Regelung in Ziff. 3.2 dieser AGB.
- 3.4. **Unterlassene Mitwirkung.** Unterlässt der Kunde erforderliche Mitwirkungshandlungen, erbringt er sie unvollständig oder verzögert er diese, und wird dadurch die Leistungserbringung beeinträchtigt oder verhindert, bleibt der Vergütungsanspruch der Agentur hiervon unberührt. Vereinbarte Leistungsfristen verlängern sich um den Zeitraum der Verzögerung. Die Agentur haftet nicht für Verzögerungen, verspätete Kampagnenstarts oder daraus resultierende wirtschaftliche Nachteile, soweit diese auf einer unterlassenen oder verspäteten Mitwirkung des Kunden beruhen. Myrga behält sich vor, auf Basis unvollständiger Informationen erstellte Strategien und Mediaplanungen nachträglich anzupassen; hieraus resultierende Mehraufwände werden gesondert berechnet.
- 3.5. **Kontaktdaten.** Änderungen seiner Kontaktdaten und/ oder Rechnungsdaten teilt der Kunde myrga unverzüglich mit.
- 3.6. **Freistellung.** Der Kunde stellt die Agentur von sämtlichen Ansprüchen Dritter frei, die gegen die Agentur wegen einer vom Kunden zu vertretenden Verletzung von Rechten Dritter im Zusammenhang mit den Kundeninhalten oder der Freigabe der erstellten Inhalte geltend gemacht werden. Dies umfasst insbesondere Ansprüche wegen der Verletzung von Urheber-, Marken-, Kennzeichen-, Persönlichkeits- und Datenschutzrechten. Die Agentur

wird den Kunden über die Geltendmachung entsprechender Ansprüche unverzüglich informieren und ihm, soweit möglich und zumutbar, Gelegenheit zur Abwehr der Ansprüche geben.

4. Vergütung und Zahlungsbedingungen

- 4.1. **Vergütung.** Der Kunde schuldet die im Angebot vereinbarte Vergütung nach dem im Angebot geregelten Honorarmodell. Soweit die Leistungen der Umsatzsteuer unterliegen, verstehen sich alle Preise zuzüglich der jeweils geltenden gesetzlichen Umsatzsteuer. Die Rechnungsstellung erfolgt per PDF an die im Angebot angegebene E-Mail-Adresse, sofern der Kunde nicht vorab eine abweichende Rechnungsadresse in Textform mitteilt.
- 4.2. **Werbeflächen und Commitments.** Der Kunde trägt sämtliche Zahlungsverpflichtungen aus von der Agentur auftragsgemäß eingegangenen Buchungen von Mediaplatzierungen sowie aus abgeschlossenen Commitments. Dies gilt auch dann, wenn die Durchführung der Kampagne oder die Ausnutzung gebuchter Leistungen aufgrund einer unterlassenen oder verspäteten Mitwirkung des Kunden ganz oder teilweise nicht erfolgt.
- 4.3. **Rechnungsstellung.** Rechnungen werden dem Kunden in elektronischer Form (z. B. per E-Mail als pdf) übermittelt. Der Kunde stellt sicher, dass die von ihm benannten Empfangsadressen für den Empfang elektronischer Rechnungen geeignet sind und Rechnungen ordnungsgemäß abgerufen werden können. Elektronisch übermittelte Rechnungen gelten mit Zugang an die vom Kunden angegebene Empfangsadresse als zugegangen.
- 4.4. **Fälligkeit.** Der Kunde verpflichtet sich den im Angebot festgelegten Betrag innerhalb von vierzehn (14) Tagen ab Zugang der Rechnung vollständig zu begleichen. Maßgeblich für die Rechtzeitigkeit ist der Zahlungseingang auf dem in der Rechnung angegebenen Konto.
- 4.5. **Vorauszahlungen.** Soweit Medienanbieter oder Vermarkter für die Buchung von Mediaplatzierungen oder die Erfüllung von Commitments Vorauszahlung verlangen, ist die Agentur berechtigt, vom Kunden eine entsprechende Vorauszahlung in Höhe der anfallenden Mediakosten zu verlangen. Die Agentur teilt dem Kunden die Höhe der erforderlichen Vorauszahlung vor dem geplanten Kampagnenstart mit und stellt hierfür eine entsprechende Vorauszahlungsrechnung. Die Buchung der betreffenden Mediaplatzierungen erfolgt erst nach vollständigem Zahlungseingang.
- 4.6. **Zahlungsverzug.** Geht die Zahlung nicht fristgerecht bei myrga ein, gerät der Kunde in Verzug. Im Verzugsfall schuldet der Kunde die gesetzlichen Verzugszinsen. Die Agentur ist berechtigt, ihre Leistungen bis zur vollständigen Begleichung sämtlicher fälliger Forderungen auszusetzen oder noch nicht begonnene Leistungen zurückzustellen. Etwaig vereinbarte Leistungs-, Projekt- oder Umsetzungsfristen verlängern sich in diesem Fall um den Zeitraum der Zahlungsverzögerung bzw. Aussetzung der Leistungen zzgl. einer angemessenen Wiederanlaufzeit. Die Verlängerung der Leistungs- und Umsetzungsfristen lässt die vereinbarten Vergütungsansprüche von myrga unberührt. Weitergehende gesetzliche Ansprüche der Agentur bleiben unberührt.
- 4.7. **Aufwendungen.** Notwendige und nachgewiesene Auslagen (z.B. Produktionskosten, Reisekosten, Gebühren für externe Dienstleister, Lizenzkosten) sind erstattungspflichtig, soweit der Kunde im Voraus seine Zustimmung

erteilt hat. Die Auslagen werden in den Rechnungen durch die Agentur ausgewiesen und mit Kopien der jeweiligen Rechnungsbelege eingereicht.

5. Nutzungsrechte

5.1. Begriffe.

5.1.1. **„Arbeitsergebnisse“** sind sämtliche ausschließlich und individuell für den Kunden im Rahmen des jeweiligen Auftrags erstellten Strategiekonzepte, Mediapläne, Berichte, Präsentationen, Auswertungen, Handlungsempfehlungen und vergleichbare projektbezogene Ergebnisse durch myrga.

5.1.2. **„Background-IP“** ist sämtliches der Agentur bereits vor Vertragsschluss zustehende oder während der Vertragsdurchführung unabhängig vom jeweiligen Auftrag entwickelte Know-how, Methoden, Modelle, Strukturen, Algorithmen, Workflows, Templates, Tools, Prozesse, Gestaltungsprinzipien, Softwarebestandteile, Datenmodelle sowie sonstige wiederverwendbare Materialien.

5.1.3. **„Drittmaterial“** sind Inhalte, Software, Daten, Medien, Plattformen, Tools oder sonstige Leistungen, die von Dritten stammen und nicht von der Agentur entwickelt wurden.

5.2. **Rechte an der Background-IP.** Sämtliche Rechte an der Background-IP verbleiben ausschließlich bei der Agentur. Die Agentur ist berechtigt, die Background-IP uneingeschränkt zu nutzen, weiterzuentwickeln, zu verwerten und für andere Kunden einzusetzen. Eine Übertragung von Rechten an der Background-IP findet nicht statt. Unabhängig von der nachfolgenden Einräumung von Nutzungsrechten verbleibt sämtliches bei der Leistungserbringung erlangtes allgemeines Know-how, Erfahrungswissen, Methodenwissen und konzeptionelle Wissen bei der Agentur. Die Agentur ist berechtigt, dieses uneingeschränkt weiter zu verwenden.

5.3. **Nutzungsrecht an Arbeitsergebnissen.** Vorbehaltlich der vollständigen Zahlung der geschuldeten Vergütung räumt die Agentur dem Kunden ein einfaches, nicht ausschließliches, übertragbares, räumlich und zeitlich unbeschränktes Nutzungsrecht an den Arbeitsergebnissen ein. Das Nutzungsrecht berechtigt den Kunden, die Arbeitsergebnisse für eigene Zwecke zu nutzen, zu vervielfältigen und zu speichern. Der Kunde hat das Recht zur Bearbeitung, Umgestaltung, Weiterentwicklung oder sonstigen inhaltlichen Veränderung. Soweit Arbeitsergebnisse Bestandteile der Background-IP enthalten, umfasst das Nutzungsrecht das Recht, diese Bestandteile dauerhaft im Rahmen der Nutzung der jeweiligen Arbeitsergebnisse mitzunutzen. Der Kunde ist hingegen nicht berechtigt, die enthaltene Background-IP zu extrahieren und isoliert zu nutzen, offenzulegen, nachzubilden oder für andere Zwecke oder Projekte einzusetzen.

5.4. **Nutzungsrecht an Background-IP.** Sofern dem Kunden im Rahmen der Leistungserbringung Bestandteile der Background-IP gesondert zur Verfügung gestellt werden (z.B. Templates, Tools, Modelle), räumt die Agentur dem Kunden hieran ein einfaches, nicht übertragbares und auf die Dauer der Vertragslaufzeit beschränktes Nutzungsrecht ein. Die Nutzung ist ausschließlich auf die Durchführung des jeweiligen Vertragszwecks beschränkt. Das Nutzungsrecht umfasst nicht das Recht, die Background-IP offenzulegen, nachzubilden, zu bearbeiten, weiterzuentwickeln, über das notwendige Maß hinaus zu vervielfältigen, dekompileieren oder für andere Zwecke oder Projekte zu verwenden.

5.5. **Drittmaterial.** Soweit Arbeitsergebnisse oder Leistungen Drittmaterial enthalten, gilt für das Drittmaterial ausschließlich die jeweiligen Lizenz- und Nutzungsbedingungen des Drittanbieters. Die Agentur überträgt an

Drittmaterial nur die Rechte, die ihr selbst eingeräumt wurden, soweit sie hierzu berechtigt ist, und die für den jeweiligen Vertragszweck erforderlich sind.

6. Gewährleistung- und Gewährleistungsausschluss

- 6.1. **Beratungsleistungen.** Die Agentur schuldet Beratungs- und Dienstleistungen. Ein konkreter wirtschaftlicher oder tatsächlicher Erfolg ist nicht geschuldet, insbesondere hinsichtlich Reichweite, oder sonstigen Leistungskennzahlen.
- 6.2. **Ordnungsgemäße Sorgfalt.** Die Agentur erbringt ihre Leistungen, insbesondere die redaktionelle Aufbereitung und Bereitstellung der Inhalte, nach den Grundsätzen ordnungsgemäßer Berufsausübung, mit der im Beratungs- und Agenturumfeld üblichen Sorgfalt unter Berücksichtigung aktueller Marktbedingungen und technischer Standards und auf Grundlage der vom Kunden bereitgestellten Informationen und Unterlagen. Die Agentur achtet auf Vollständigkeit, Aktualität und Qualität der bereitgestellten Informationen.
- 6.3. **Gewährleistungsausschluss.** Vorbehaltlich der Regelungen in Ziff. 7 dieser AGB (Haftung), sind weitergehende Haftungsansprüche gegen die Agentur, insbesondere Schadensersatzansprüche wegen der Nutzung oder Nichtnutzung der Inhalte, ausgeschlossen, soweit diese nicht auf Vorsatz oder grobe Fahrlässigkeit beruhen. Die Agentur haftet ferner nicht für Verzögerungen, die durch verspätetes Feedback, unzureichende Mitwirkung oder fehlende Zuarbeit des Kunden zurückzuführen sind.
- 6.4. **Technische Störungen.** Technische Störungen im Verantwortungsbereich der Agentur werden im Rahmen des Zumutbaren unverzüglich behoben. Für technische Störungen oder Ausfälle von Drittplattformen, auf die myrga keinen Einfluss hat (insbesondere Social-Media-Plattformen, Hosting-Dienste oder sonstige IT-Infrastrukturen des Kunden), übernimmt die Agentur keine Haftung.
- 6.5. **Verjährung.** Ansprüche des Kunden auf Schadensersatz oder Ersatz vergeblicher Aufwendungen verjähren innerhalb eines Jahres ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn. Dies gilt nicht in den in Ziff. 7.1 dieser AGB geregelten Fällen sowie bei arglistig verschwiegenen Mängeln. In diesen Fällen gelten die gesetzlichen Verjährungsfristen.

7. Haftung

- 7.1. **Umfang.** Die Agentur haftet für Schäden, die auf Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit beruhen, im Falle übernommener Garantien und arglistig verschwiegener Mängel sowie bei der Verletzung von Leben, Leib oder Gesundheit. Eine Haftung nach dem Produkthaftungsgesetz bleibt unberührt.
- 7.2. **Kardinalpflichten.** Die Agentur haftet auch im Fall der Verletzung vertragswesentlicher Pflichten („Kardinalpflichten“). Kardinalpflichten sind solche Pflichten deren Erfüllung die ordnungsgemäße Durchführung des Vertrags überhaupt erst ermöglicht und auf deren Einhaltung der Kunde regelmäßig vertraut oder vertrauen darf. Im Falle leicht fahrlässiger Verletzung von Kardinalspflichten ist die Haftung beschränkt auf den nach der Art der Leistung vertragstypischen, vorhersehbaren Schaden.
- 7.3. **Haftungsausschluss.** Im Übrigen, d.h. vorbehaltlich der Ziff. 7.1 und 7.2, ist die Haftung ausgeschlossen.

- 7.4. **Haftung von Erfüllungsgehilfen.** Die vorstehenden Haftungsbeschränkungen gelten auch zugunsten von gesetzlichen Vertretern, Mitarbeitern und Erfüllungsgehilfen der Agentur.
- 7.5. **Höhere Gewalt.** Keine Partei haftet für die Nichterfüllung oder Verzögerung ihrer Leistungspflichten, soweit diese auf Umständen beruhen, die außerhalb ihres Einflussbereichs liegen (höhere Gewalt), insbesondere Naturereignisse, behördliche Maßnahmen, Streiks, Ausfälle von Telekommunikations- oder IT-Infrastrukturen oder Störungen von Drittplattformen. Die betroffene Partei wird die andere Partei unverzüglich informieren und die Leistungspflichten werden für die Dauer der Störung zuzüglich einer angemessenen Wiederanlaufzeit ausgesetzt.

8. Laufzeit, Kündigung und Beendigung

- 8.1. **Laufzeit.** Der Vertrag ist auf die im Angebot bestimmte Laufzeit befristet. Der Vertrag endet mit Ablauf dieser Laufzeit automatisch, ohne dass es einer Kündigung bedarf.
- 8.2. **Ordentliche Kündigung.** Die ordentliche Kündigung ist während einer fest vereinbarten Vertragslaufzeit ausgeschlossen. Ergibt sich aus dem Angebot keine feste Vertragslaufzeit, kann der Vertrag von jeder Partei mit einer Frist von vier (4) Wochen zum Monatsende gekündigt werden.
- 8.3. **Außerordentliche Kündigung.** Das Recht zur außerordentlichen Kündigung aus wichtigem Grund bleibt unberührt. Ein wichtiger Grund auf Seiten der Agentur liegt insbesondere vor, wenn Zahlungsverzug trotz Mahnung anhält oder der Kunde gegen wesentliche Vertragspflichten (z. B. die Erbringung von Mitwirkungsleistungen) verstößt. Kündigt die Agentur aus wichtigem Grund, wird die Vergütung abzüglich ersparter Aufwendungen für die restliche Vertragslaufzeit als Schadensersatz sofort fällig. Der Nachweis eines geringeren Schadens bleibt dem Kunden vorbehalten.
- 8.4. **Form.** Kündigungen bedürfen der Schriftform oder Textform (z.B. E-Mail).
- 8.5. **Rückgabepflicht nach Vertragsbeendigung.** Nach Beendigung des Vertrags hat der Kunde die ihm überlassenen Materialien, soweit sie Background-IP enthalten oder darauf beruhen, zurückzugeben oder zu löschen. Dies gilt nicht für solche Materialien, die Bestandteil der Arbeitsergebnisse geworden sind.

9. Vertraulichkeit

- 9.1. **Gegenstand. „Vertrauliche Informationen“** sind sämtliche im Rahmen dieses Vertrages erlangte Informationen, Unterlagen, Daten, Inhalte und Kenntnisse, die als vertraulich bezeichnet werden oder ihrer Natur nach als vertraulich anzusehen sind. Vertrauliche Informationen sind insbesondere, jedoch nicht abschließend:
- Geschäfts- und Betriebsgeheimnisse,
 - Strategien, Konzepte, Pläne, Kalkulationen, Preise,
 - Kundendaten und Zugänge zu sozialen Netzwerken,
 - Inhalte von Beratungsgesprächen sowie sonstige, nicht allgemein bekannte Informationen.

Vertrauliche Informationen können vorliegen unabhängig von der Form der Übermittlung (schriftlich, mündlich, elektronisch oder in sonstiger Weise).

Nicht als Vertrauliche Informationen gelten Informationen, die die empfangende Partei nachweislich

- a. zum Zeitpunkt der Offenlegung bereits bekannte oder ihr zugänglich waren, ohne dass dies auf einer Pflichtverletzung der empfangenden Partei beruht,
- b. selbständig und ohne Rückgriff auf Informationen der offenlegenden Partei entwickelt hat, oder
- c. rechtmäßig von Dritten erhalten hat, die ihrerseits nicht zur Vertraulichkeit verpflichtet sind.

9.2. **Geheimhaltungspflichten.** Die empfangende Partei verpflichtet sich, Vertrauliche Informationen (i) streng vertraulich zu behandeln, (ii) ausschließlich zur Durchführung dieses Vertrages zu verwenden, (iii) nur solchen Mitarbeitern, verbundenen Unternehmen oder Erfüllungsgehilfen offenzulegen, die diese zur Vertragserfüllung benötigen (Need-to-know-Prinzip), und (iv) durch angemessene technische und organisatorische Maßnahmen gegen unbefugten Zugriff zu schützen. Die empfangende Partei wird Vertrauliche Informationen mit mindestens der gleichen Sorgfalt schützen, die sie in eigenen Angelegenheiten vergleichbarer Bedeutung anwendet, mindestens jedoch mit der im Geschäftsverkehr üblichen Sorgfalt.

9.3. **Ausnahmen.** Von der Geheimhaltungspflicht ausgenommen ist die Offenlegung Vertraulicher Informationen soweit diese aufgrund gesetzlicher Verpflichtung oder behördlicher bzw. gerichtlicher Anordnung offengelegt werden müssen oder soweit die Offenlegung im Rahmen der Referenz- und Veröffentlichungsrechte nach Ziff. 10.2 dieser AGB erfolgt. In diesem Fall wird die empfangende Partei die andere Partei – soweit rechtlich zulässig – unverzüglich über die Offenlegung informieren.

9.4. **Zeitliche Geltung der Vertraulichkeit.** Die Verpflichtung zur Vertraulichkeit gilt für die Dauer des Vertragsverhältnisses sowie für einen Zeitraum von zwei (2) Jahren nach dessen Beendigung fort. Für Geschäftsgeheimnisse im Sinne des Gesetzes zum Schutz von Geschäftsgeheimnissen (*GeschGehG*) gilt die Vertraulichkeitspflicht zeitlich unbefristet, solange die jeweiligen Informationen die gesetzlichen Voraussetzungen eines Geschäftsgeheimnisses erfüllen.

9.5. **Rückgabepflichten.** Sämtliche vertraulichen Informationen, einschließlich etwaiger Kopien, Datenträger oder sonstiger Vervielfältigungen, sind auf Verlangen der offenlegenden Partei nach Beendigung des Vertragsverhältnisses unverzüglich zurückzugeben oder – soweit technisch möglich – vollständig zu löschen, sofern keine gesetzliche Aufbewahrungspflicht besteht. Auf Verlangen ist die Löschung schriftlich zu bestätigen.

10. Datenschutz; Referenz

10.1. **Datenschutz.** Soweit im Zusammenhang mit diesem Vertrag personenbezogene Daten verarbeitet werden, verpflichtet sich die Agentur, die jeweils geltenden datenschutzrechtlichen Bestimmungen einzuhalten. Weitere Informationen zur Datenverarbeitung sind den Datenschutzhinweisen der Agentur zu entnehmen <https://myrga.de/privacypolicy>.

10.2. **Referenz.** Die Agentur ist berechtigt, den Kunden unter Nennung von Namen, Unternehmensbezeichnung und Logo sowie unter allgemeiner Beschreibung der erbrachten Leistungen als Referenz zu benennen und in diesem Zusammenhang auch auf der eigenen Website, in Präsentationen sowie in Marketing- und Werbematerialien aufzuführen. Der Kunde kann dieser Nutzung jederzeit durch schriftliche Mitteilung widersprechen. Darüber hinaus ist die Agentur berechtigt, allgemeine, aggregierte oder anonymisierte Ergebnisse aus der Zusammenarbeit in Fachmedien und bei Fachveranstaltungen (z. B. Artikel, Interviews, Vorträge) zu verwenden



und zu veröffentlichen. Veröffentlichungen, die Arbeitsergebnisse oder kundenspezifische Inhalte erkennen lassen, bedürfen der vorherigen Zustimmung des Kunden in Textform. Die Zustimmung darf nicht unbillig verweigert werden. Ziff. 9 dieser AGB bleibt im Übrigen unberührt.

11. Schlussbestimmungen

- 11.1. **Vertragsänderungen.** Allein maßgeblich für den Vertrag ist das Angebot sowie die hier geregelten Allgemeinen Geschäftsbedingungen. Mündliche Nebenabreden bestehen nicht. Unterzeichnung, Änderungen und Ergänzungen des Vertrags bedürfen der Schriftform. Die Schriftform kann auch durch Verwendung einer qualifizierten elektronischen Signatur im Sinne der eIDAS-Verordnung (Verordnung [EU] Nr. 910/2014) gewahrt werden. Dies gilt auch für Änderungen dieser Klausel, die nur wirksam ist, wenn sie ausdrücklich in Schriftform oder unter Verwendung einer qualifizierten elektronischen Signatur erfolgt.
- 11.2. **Rangfolge.** Im Falle von Widersprüchen zwischen dem Angebot und diesen AGB gehen die Regelungen des Angebots vor.
- 11.3. **Mitteilungen und Erklärungen.** Sofern nicht anders vorgesehen, können Mitteilungen und Erklärungen nach diesem Vertrag in Textform erfolgen (z. B. per E-Mail). Die Agentur kann hierzu die vom Kunden im Angebot angegebene E-Mail-Adresse verwenden.
- 11.4. **Gegenforderungen.** Der Kunde kann mit anderen Ansprüchen als mit seinen vertraglichen Gegenforderungen aus dem jeweils betroffenen Rechtsgeschäft nur aufrechnen oder ein Zurückbehaltungsrecht geltend machen, wenn dieser Anspruch rechtskräftig festgestellt oder von der Agentur unbestritten ist.
- 11.5. **Abtretung.** Die Abtretung von Rechten aus diesem Vertrag bedarf der vorherigen schriftlichen Zustimmung der jeweils anderen Partei. Dies gilt nicht für die Abtretung von Zahlungsansprüchen.
- 11.6. **Salvatorische Klausel.** Sollten einzelne Bestimmungen dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen unwirksam sein oder werden, wird dadurch die Wirksamkeit der Bedingungen im Übrigen nicht berührt. Gleiches gilt im Falle von Regelungslücken.
- 11.7. **Anwendbares Recht.** Für die Bedingungen und deren Durchführung gilt ausschließlich deutsches Recht unter Ausschluss des UN-Kaufrechts.
- 11.8. **Gerichtsstand.** Erfüllungsort für alle Leistungen ist der Sitz der Agentur. Für alle Streitigkeiten aus oder im Zusammenhang mit diesem Vertrag ist der Sitz der Agentur ausschließlicher Gerichtsstand. Die Agentur ist jedoch berechtigt, den Kunden auch an dessen allgemeinen Gerichtsstand in Anspruch zu nehmen.

Annex A – Kundeninhalte



Annex A: Kundeninhalte

Zu den in Ziff. 3.1 der AGB genannten Kundeninhalten gehören insbesondere:

- Unternehmens- und Marktinsights (z.B. Positionierung, Wettbewerbsumfeld, bisherige Kampagnenerfahrungen)
- Mediabudget (Gesamtbudget und ggf. Aufteilung nach Kanälen/Zeiträumen)
- Mediaz Zeitraum (geplanter Start, Dauer, saisonale Besonderheiten)
- Mediazzielgruppe (demografische, psychografische und verhaltensbezogene Merkmale)
- Mediaziele (z.B. Reichweite, Awareness, Performance-KPIs, Conversions)
- Creatives, die in der Mediaplanung eingesetzt werden sollen.