



Allgemeine Geschäfts- und Vertragsbedingungen der LHLK Agentur für Kommunikation GmbH

(Fassung vom 15.06.2024)

§ 1 Allgemeines

(1) Für alle Lieferungen und sonstigen Leistungen gelten ausschließlich die nachstehenden Geschäftsbedingungen in ihrer zum Zeitpunkt des Vertragsschlusses gültigen Fassung, insbesondere für den Verkauf von Waren sowie für künstlerische oder sonstige Dienst- und Werkleistungen. Diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen gelten entsprechend für alle zukünftigen Geschäftsbeziehungen mit dem Kunden, selbst wenn eine ausdrückliche Vereinbarung hierüber entfällt

(2) Abweichende, entgegenstehende oder ergänzende Geschäftsbedingungen des Vertragspartners (nachfolgend: Kunde) werden nicht Vertragsbestandteil, es sei denn, die Agentur stimmt ihnen ausdrücklich zu.

§ 2 Angebote, Leistungsumfang, Vertragsabschluss

(1) Angebote der Agentur sind freibleibend.

(2) Für den Umfang der vertraglich geschuldeten Leistung ist ausschließlich die Auftragsbestätigung / das Angebot der Agentur maßgebend.

(3) Teillieferungen sind zulässig, soweit dies für den Kunden zumutbar ist.

(4) Die dem Angebot oder der Auftragsbestätigung zugrunde liegenden Unterlagen wie Kalkulationen von Zeit- und Fremdkostenaufwand nur als Annäherungswerte zu verstehen, sofern sie nicht ausdrücklich als verbindlich bezeichnet werden.

§ 3 Preise und Zahlungsbedingungen

(1) Soweit nicht ausdrücklich anders vereinbart, wird auf Grundlage der Stundensätze der Agentur nach tatsächlichem Zeitaufwand abgerechnet.

(2) Werden ‚Honorarpauschalen‘ vereinbart, decken diese insbesondere einerseits den von der Agentur zu erbringenden Zeitaufwand, und andererseits die Bereitstellung von Bearbeitungskapazitäten durch die Agentur ab. Die Honorarpauschalen sind grundsätzlich für beide Parteien bindend, unabhängig davon, ob der geschätzte Zeitaufwand dem tatsächlichen entspricht. Eine über die vereinbarten Honorarpauschalen hinausgehende Vergütung steht der Agentur nur dann zu, wenn die Agentur sich dieses Recht ausdrücklich bei Auftragserteilung vorbehalten hat oder wenn und soweit dies ausdrücklich zwischen den Parteien vereinbart wurde oder wenn sich ein Vergütungsanspruch aus diesen Allgemeinen Geschäfts- und Vertragsbedingungen ergibt.

(3) Die Agentur erhält von ihren Kunden für die erfolgreiche Vermittlung von Kontakten, die in geldwerte Kooperationen und anderweitigen, wirtschaftlich bewertbare Vertragsverhältnisse münden, eine handelsübliche Provision.

(4) Die Preise gelten ab Ort der Leistungserbringung (München/Berlin) exkl. Verpackung und sonstiger Versand- und Transportspesen.

(5) Liegen zwischen Vertragsschluss und Erfüllung mehr als 4 Monate, ohne dass diese Verzögerung von der Agentur zu vertreten ist, kann die Agentur den Preis unter Berücksichtigung eingetretener Material-, Lohn- und sonstiger Nebenkosten, die von der Agentur zu tragen sind, angemessen erhöhen.

(6) Berücksichtigt die Agentur Änderungswünsche des Kunden, so werden die hierdurch entstehenden Mehrkosten dem Kunden in Rechnung gestellt.

(7) Die von der Agentur an den Kunden gestellten Rechnungen sind nach Erhalt sofort ohne Abzug fällig. Bei schuldhafter Überschreitung der Zahlungsfrist



von mehr als 14 Tagen ab Rechnungsdatum werden unter Vorbehalt der Geltendmachung weitergehender Ansprüche Zinsen in Höhe von 3 % über dem jeweils geltenden Diskontsatz der Dt. Bundesbank verlangt.

(8) Im Bereich Media (§ 4 Ziff. 3) erstellt die Agentur Vorausrechnungen an den Kunden, jeweils für einen Einschaltmonat. Die Agentur ist – solange und soweit der Kunde nicht die vorstehend geregelte Vergütung auf Verlangen an die Agentur leistet – nicht verpflichtet, die Aufträge für die jeweils vorgesehenen Anzeigen an die Medienträger zu erteilen.

(9) Die in den Preislisten genannten Stundensätze bzw. technischen Leistungen haben Gültigkeit für die Dauer von einem Jahr ab Auftragserteilung. Nach Ablauf dieser Frist ist die Agentur berechtigt, diese Preise in angemessener Weise den jährlich allgemeinen Kostenentwicklungen anzupassen.

(10) Sämtliche angebotenen Leistungen der Agentur verstehen sich zuzüglich der gesetzlichen Mwst.

(11) Sollten mit der Genehmigung des Kunden sog. „Künstler“ (z.B. Grafiker, Moderatoren, Journalisten, Texter etc.) als freie Mitarbeiter beschäftigt und diese Kosten dem Kunden als Fremdleistungen im Sinne des § 4 Fremdkosten weiterberechnet werden, so ist die Agentur berechtigt, die entsprechend dem Künstlersozialversicherungsgesetz anfallenden Abgaben an den Kunden weiter zu berechnen. Es gelten die jeweils zum Stichtag der Leistung gültigen Prozentsätze.

§ 4 Fremdkosten

(1) Fremdkosten wie sie bei der Inanspruchnahme von Leistungen durch Dritte, insbesondere jedoch nicht ausschließlich für Kurier, Grafik, Text, Satz, Kopieraufträge mit hohem Volumen, Brief- und Faxaussendungen, Lithographie, Druck, Photographien, Clipping-Services, Marktforschung, Anzeigenschaltungen etc. entstehen, sind der Agentur gegen Nachweis gesondert zu vergüten, wenn nicht ausdrücklich eine andere Vereinbarung getroffen wurde.

(2) Fremdkosten werden mit einer Handling Fee in Höhe von 5% des jeweiligen Fremdkosten-Nettorechnungsbetrages erhoben.

(3) Anstelle der in Ziff. 2 vereinbarten Bearbeitungsgebühr erhält die Agentur für die im Auftrag des Kunden durchgeführten Anzeigenschaltungen in Medien die dort übliche Agenturprovision des jeweiligen Kunden-Netto-Schaltvolumens (das Kunden-Netto ist der Brutto-Einschaltpreis der Werbeträger abzüglich möglicher Rabattkonditionen, vor Abzug von Skonto).

§ 5 Neben- und Reisekosten

(1) Nebenkosten der täglichen Zusammenarbeit sind anlässlich der Durchführung eines Auftrages entstehende Kosten, insbesondere für Telefon/Telefax/E-Mail/Internet sowie Porto und Kopien, und werden mit einer jeweils an der Art des Auftrages orientierten Pauschale in Höhe von 5% der vereinbarten Honorare gemäß § 3 dem Kunden berechnet.

(2) Reisekosten sind anlässlich der Durchführung eines Auftrages entstehende Kosten für Reisen und Reisespesen. Sie werden stets nach Beleg abgerechnet. Reisekosten innerhalb Münchens/Berlins werden nicht erhoben.

§ 6 Aufrechnung und Zurückhaltung

(1) Eine Aufrechnung ist ausgeschlossen, es sei denn, dass die Aufrechnungsforderung unbestritten oder rechtskräftig festgestellt ist.

(2) Das Zurückbehaltungsrecht ist ausgeschlossen.

§ 7 Urhebernutzungsrechte

(1) Sämtliche Rechte an Vorarbeiten, wie z.B. Entwürfen und Konzeptionen sowie den sonstigen Arbeitsergebnissen der Agentur, insbesondere Urheber- und Nutzungsrechte sowie das Eigentum, verbleiben auch nach Aushändigung der



Arbeitsergebnisse an den Kunden bei der Agentur, soweit sie nicht ausdrücklich schriftlich übertragen wurden und/oder gemäß den nachfolgenden Ziffern erworben wurden.

(2) Die Agentur räumt dem Kunden zum Zeitpunkt ihres Entstehens, spätestens ihres Erwerbs, alle übertragbaren Rechte, insbesondere die urheberrechtlichen Nutzungsrechte, Markenrechte und Namensrechte zur Verwertung der erbrachten Leistungen einschließlich aller etwaigen Rechtspositionen an Ideen, Entwürfen und Gestaltungen zur exklusiven, inhaltlich und sachlich unbeschränkten und umfassenden Verwertung in allen derzeit bekannten und zukünftig bekannt werdenden Medien und Nutzungsarten ein. Hierzu gehören insbesondere, aber nicht ausschließlich, das Vervielfältigungs-, Verbreitungs-, Ausstellungs-, Vortrags-, Aufführungs- und Vorführrecht, das Senderecht, das Recht zur Wiedergabe durch Bild- und/oder Tonträger analog und/oder digital, das Recht der Wiedergabe von Funksendungen analog und/oder digital sowie das Online-Recht. Die etwaige Einräumung der Rechte wird durch die Vergütung nach §3 mit abgegolten. Die Höhe der Vergütung ist jedoch unabhängig davon, ob solche Rechte an der erbrachten Leistung bestehen.

(3) Die Agentur ist berechtigt, im Rahmen der Vertragserfüllung generative Künstliche Intelligenz als unterstützendes Werkzeug bei der Entwicklung kreativer Leistungen einzusetzen. Die Konzeption, Gestaltung und finale Ausarbeitung des Vertragsgegenstandes erfolgen jedoch unter maßgeblicher menschlicher Mitwirkung. Die erbrachten Leistungen stellen somit in der Regel urheberrechtlich geschützte Werke dar. Etwas anderes gilt, wenn auf Wunsch des Vertragspartners die Vertragsinhalte ganz oder überwiegend unter Einsatz von KI erstellt wurden. Mangels urheberrechtlichen Schutzes des Vertragsgegenstandes ist in diesen Fällen die Einräumung urheberrechtlicher Nutzungsrechte nicht möglich. Soweit aufgrund der Nutzungsbedingungen

einzelner KI-Anbieter keine Exklusivrechte an einzelnen Inhalten eingeräumt werden können, wird der Vertragspartner hierauf ausdrücklich hingewiesen. In diesem Fall erhält der Vertragspartner nur ein einfaches Nutzungsrecht am entsprechenden Teil der Leistung.

(4) Rohmaterial sowie Begleitmedien (Konzepte, Entwürfe, Layouts, Projektdateien etc.) verbleiben bei der Agentur und werden nicht zusammen mit dem Endprodukt ausgehändigt. Hat der Kunde Interesse hieran, bedarf es einer gesonderten Vergütungsvereinbarung zwischen den Parteien.

(5) Zieht die Agentur zur Vertragserfüllung Dritte (Erfüllungsgehilfen) heran, wird sie deren Urhebernutzungsrechte erwerben und im gleichen Umfang an den Kunden übertragen.

(6) Eine Rechteübertragung in geringerem Umfang, als in den Absätzen 2 bis 5 vorgesehen, erfolgt nur nach vorheriger Absprache mit dem Kunden. Auf bestehende Rechte der GEMA oder VG Wort wird die Agentur hinweisen.

(7) Will der Kunde von der Agentur gestaltete Arbeiten ganz oder teilweise im Ausland verwerten, bedarf es einer gesonderten, vorab zu treffenden Honorarabsprache.

(8) § 7 gilt nicht für die Erstellung und Lieferung von Clipping Reports (online/offline), Pressespiegeln, Mitschnitten, und anderen Monitoring- und Auswertungsunterlagen.

Die einschlägigen Regelungen hierzu enthält der nachfolgende § 8

§ 8 Monitoring / Dokumentation / Clippings

Von der Agentur gelieferte Clipping Reports, Pressespiegel oder andere Dokumentations- und Auswertungsunterlagen (Print/TV/Radio/Online) – nachfolgend zusammen „Werke“ – sind urheberrechtlich geschützt und dürfen vom Kunden nur im Rahmen der urheberrechtlichen Bestimmungen genutzt werden. Sie dürfen insbesondere nur unternehmensintern und zum



sonstigen eigenen Gebrauch im Sinne des § 53 UrhG verwendet werden. Eine weitergehende Nutzung der übersandten Werke, insbesondere ihre Vervielfältigung und Verbreitung ohne den vorherigen Abschluss entsprechender Lizenzvereinbarungen, ist unzulässig. Für elektronisch oder als Fax gelieferte Werke ist ein Vertrag des Kunden mit der PMG Presse-Monitor GmbH (PMG), Berlin erforderlich. Der Kunde ist nach Erhalt der Werke selbst für die Einhaltung von Urheber-, Eigentums-, Nutzungs- und gewerblichen Schutzrechten sowie sonstigen Rechten Dritter verantwortlich und haftet allein für von ihm begangene Verstöße gegen diese Rechte. Der Kunde verpflichtet sich, die Agentur sowie deren gesetzlichen Vertreter und Mitarbeiter von Ansprüchen Dritter freizustellen, die auf Verstößen beruhen, die der Kunde begangen hat. Die Haftungsfreistellung umfasst neben den Schadensersatzansprüchen auch die gesamten Kosten der Rechtsverfolgung und der Rechtsverteidigung.

§ 9 Änderungen oder Abbruch der Arbeiten, Laufzeit / Kündigung

(1) Der Kunde ist berechtigt, schwebende Arbeiten abubrechen, Pläne und sonstige verabschiedete Maßnahmen aufzugeben und abzuändern. In solchen Fällen wird die Agentur sofort alle geeigneten Vorkehrungen treffen, um den Anweisungen zu entsprechen und die Kosten möglichst gering zu halten. Der Kunde verpflichtet sich jedoch, die Agentur von allen bereits eingegangenen Verbindlichkeiten, soweit diese zuvor genehmigt oder Teil der bereits verabschiedeten Maßnahmen waren, freizustellen und ihr alle Schäden zu ersetzen, die sich aus solchen Maßnahmen aufgrund des Abbruchs oder der Änderungen ergeben. Die Agentur hat für die bereits vorbereiteten und bis dahin erbrachten

Leistungen Anspruch auf Vergütung entsprechend den getroffenen Vereinbarungen.

(2) Soweit zwischen der Agentur und dem Kunden feste Laufzeiten für Auftragsabwicklungen vereinbart werden, bleiben sie von Ziff. 1 unberührt, die beiderseitigen Rechte und Pflichten enden mit Beendigung der vereinbarten Laufzeit.

(3) Laufende Beratungsverhältnisse zwischen der Agentur und ihrem Kunden, die für eine Laufzeit von mindestens einem Jahr begründet werden, verlängern sich um jeweils sechs Monate, sofern sie nicht mit einer Frist von sechs Monaten zum Ende der jeweiligen Laufzeit durch eine der Parteien gekündigt werden.

(4) Kündigungen unterliegen dem Schriftformerfordernis (im Sinne von Originalunterschrift per Post).

§ 10 Lieferfrist

Die Angabe eines Lieferzeitpunktes erfolgt nach bestem Ermessen unter Angabe einer angemessenen Spanne an Werktagen und verlängert sich angemessen, wenn der Kunde seinerseits erforderliche oder vereinbarte Mitwirkungshandlungen verzögert oder unterlässt. Das gleiche gilt bei Maßnahmen im Rahmen von Arbeitskämpfen, insbesondere Streik und Aussperrung sowie beim Eintritt unvorhergesehener Hindernisse, die außerhalb des Willens der Agentur liegen, z.B. Lieferverzögerung eines Vorlieferanten, Verkehrs- und Betriebsstörungen, Werkstoff- oder Energiemangel etc. Auch vom Kunden veranlasste Änderungen der gelieferten Waren führen zu einer angemessenen Verlängerung der Lieferfrist.

§ 11 Eigentumsvorbehalt

(1) Die Agentur behält sich das Eigentum an gelieferten Waren bis zur vollständigen Bezahlung vor. Der Eigentumsvorbehalt gilt auch, bis sämtliche, auch künftige und bedingte Forderungen aus der



Geschäftsverbindung zwischen Kunde und Agentur erfüllt sind.

(2) Der Kunde ist zur Sicherungsübereignung oder Verpfändung der Ware nicht befugt, jedoch zur weiteren Veräußerung der Vorbehaltsware im geordneten Geschäftsgang berechtigt. Die hieraus gegenüber seinen Geschäftspartnern entstehenden Forderungen tritt er hiermit der Agentur bereits ab.

(3) Die Agentur ist berechtigt, das Eigentumsvorbehaltsrecht geltend zu machen, ohne vom Vertrag zurückzutreten.

§ 12 Gewährleistung

(1) Der Kunde hat die Ware unverzüglich nach Erhalt, soweit dies nach ordnungsgemäßigem Geschäftsgang tunlich ist, zu untersuchen und, wenn sich ein Mangel zeigt, der Agentur unverzüglich Anzeige zu machen. Unterlässt der Kunde diese Anzeige, so gilt die Ware als genehmigt, es sei denn, dass es sich um einen Mangel handelt, der bei der Untersuchung nicht erkennbar war. Im Übrigen gelten die §§ 377 ff. HGB.

(2) Die Gewährleistungsansprüche sind nach Wahl der Agentur auf Nachbesserung oder Ersatzlieferung beschränkt. Bei Fehlschlägen der Nachbesserung oder Ersatzlieferung hat der Kunde das Recht, nach seiner Wahl Herabsetzung der Vergütung oder Rückgängigmachung des Vertrages zu verlangen.

§ 13 Haftung

(1) Die Haftung der Agentur beschränkt sich auf grobe Fahrlässigkeit und auf den Anspruch typischer und voraussehbarer Schäden.

(2) Die Agentur verpflichtet sich, die ihr übertragenen Arbeiten mit fachlicher und kaufmännischer Sorgfalt nach bestem Wissen durchzuführen. Sie wird den Kunden rechtzeitig auf für einen ordentlichen Kaufmann erkennbare gewichtige Risiken hinweisen. Die Überprüfung der rechtlichen Zulässigkeit von getroffenen Sachaussagen über Produkte und Leistungen des Kunden, sowie von Werbe- oder

sonstigen Maßnahmen, die von der Agentur im Auftrag des Kunden entwickelt werden, gehört nicht zum Leistungsumfang der Agentur. Die Agentur haftet deshalb nicht für die rechtliche Zulässigkeit des Inhalts und/oder der Gestaltung der Arbeitsergebnisse.

(3) Der Kunde stellt die Agentur in diesem Zusammenhang von Ansprüchen Dritter frei, insbesondere wenn die Agentur auf ausdrücklichen Wunsch des Kunden gehandelt hat, obwohl sie dem Kunden ihre Bedenken im Hinblick auf die Zulässigkeit der Maßnahmen mitgeteilt hat.

(4) Auf Wunsch des Kunden ist die Agentur behilflich, für die durchzuführenden Maßnahmen eine rechtliche Prüfung der Risiken, insbesondere solche des Wettbewerbs- und Urheberrechts durch eine besonders sachkundige Person oder Institution auf Kosten des Kunden durchführen zu lassen.

(5) Die der Agentur vom Kunden benannten Ansprechpartner müssen insbesondere im Hinblick auf die Freigabe von Etats, Kostenvoranschlägen, Texten und sonstigen Abstimmungsvorgängenzeichnungsberechtigt sein. Einschränkungen der Zeichnungsberechtigung müssen vom Kunden rechtzeitig schriftlich mitgeteilt werden.

§ 14 Vertraulichkeit

Die Agentur ist zur Geheimhaltung aller ihr bei der Zusammenarbeit mit dem Kunden bekannt gewordenen Geschäftsgeheimnisse des Kunden verpflichtet. Soweit die Agentur dritte Personen zur Erfüllung ihrer Aufgaben heranzieht, hat sie diesen Personen die gleiche Verpflichtung aufzuerlegen. Die Geheimhaltungspflicht besteht über die Dauer der Zusammenarbeit hinaus. Alle zur Verfügung gestellten Unterlagen des Kunden werden von der Agentur nach Beendigung der Zusammenarbeit an den Kunden wieder zurückgegeben oder auf Wunsch vernichtet.



§ 15 Schlussbestimmungen

LHLK Agentur für Kommunikation GmbH
München, 15.07.2025

(1) Änderungen und Ergänzungen der AGB der Agentur und der mit dem Kunden geschlossenen Verträge bedürfen der Schriftform. Dies gilt auch für diese Schriftformklausel.

(2) Änderungen oder Erweiterungen der AGB insbesondere aufgrund Veränderung der Gesetzeslage oder höchstrichterlicher Rechtsprechung, der Marktgegebenheiten oder einer Währungsumstellung teilt die Agentur dem Kunden schriftlich mit. Der Kunde kann die Änderung oder Erweiterung der AGB innerhalb einer Frist von 6 Wochen widersprechen.

(3) Einbeziehung und Auslegung dieser Geschäftsbedingungen regelt sich, ebenso wie Abschluss und Auslegung der Rechtsgeschäfte mit dem Kunden selbst, ausschließlich nach dem Recht der Bundesrepublik Deutschland. Die Anwendung des Einheitlichen Internationalen Kaufrechtes ist ausgeschlossen.

(4) Erfüllungsort für die Zahlungspflicht ist der Sitz der Agentur. Erfüllungsort für Lieferungen und Leistungen der Agentur ist der Ort, an den sie die Ware zu liefern hat, bzw. an dem sie die Leistung erbringen soll.

(5) Gerichtsstand für alle Streitigkeiten aus diesem Vertragsverhältnis ist München, soweit nicht das Gesetz zwingend etwas anderes vorschreibt.

(6) Die Unwirksamkeit einzelner Bestimmungen dieses Vertrages oder seiner Bestandteile lässt die Wirksamkeit der übrigen Regelungen unberührt. Die Vertragspartner sind im Rahmen des Zumutbaren nach Treu und Glauben verpflichtet, eine unwirksame Bestimmung durch eine ihrem wirtschaftlichen Erfolg in rechtlich zulässiger Weise gleichkommende wirksame Regelung zu ersetzen, sofern dadurch keine wesentliche Änderung des Vertragsinhaltes herbeigeführt wird; das Gleiche gilt, falls ein regelungsbedürftiger Sachverhalt nicht ausdrücklich geregelt ist.