

**Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB)
der Scholz & Friends Family GmbH („Agentur“) für den
Wareneinkauf und die Bestellung von Leistungen (Stand 06/2020)**

I. Begriffsbestimmung, Geltungsbereich, Auftragserteilung

1. Diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen gelten für die Scholz & Friends Family GmbH. Die Begriffe "Auftrag" und "Auftragnehmer" sind im kaufmännischen Sinn zu verstehen. "Auftrag" bezeichnet das Vertragsverhältnis ohne Rücksicht auf den jeweiligen Vertragstyp, "Auftragnehmer" denjenigen, der die Hauptleistung schuldet. Die Scholz & Friends Family GmbH wird als "Agentur" oder "Auftraggeber" bezeichnet. "Kunden" sind Personen, die Vertragspartner der Agentur sind und denen die vom Auftragnehmer zu erbringenden Waren und Dienstleistungen letztlich zugutekommen.
2. Diese Bedingungen gelten für sämtliche Willenserklärungen, Verträge und rechtsgeschäftlichen oder rechtsgeschäftsähnlichen Handlungen der Agentur und des Kunden mit dem Auftragnehmer, unabhängig davon, ob die Agentur den Vertrag im eigenen Namen für eigene Rechnung, im eigenen Namen für fremde Rechnung oder im fremden Namen für fremde Rechnung abschließt.
3. Von diesen Bedingungen abweichende Geschäftsbedingungen des Auftragnehmers finden keine Anwendung. Gegenbestätigungen des Auftragnehmers unter Hinweis auf seine eigenen Geschäftsbedingungen wird ausdrücklich widersprochen; diese werden nicht Bestandteil von Vereinbarungen, es sei denn, die Bedingungen werden durch die Agentur schriftlich bestätigt.
4. Mündlich erteilte Aufträge, Auftragsbestätigungen, Auftragsänderungen oder sonstige Abreden sind aus Beweisgründen schriftlich zu wiederholen.

II. Termine, Lieferfristen, Erfüllungsort

1. Vereinbarte Termine und Lieferfristen sind verbindlich. Von einer drohenden Lieferverzögerung muss der Auftragnehmer der Agentur unverzüglich Kenntnis geben.
2. Die Lieferung ist vom Auftragnehmer auf seine Kosten und seine Gefahr an die angegebene Lieferanschrift, die den Erfüllungsort bezeichnet, zu senden.
3. Kommt der Auftragnehmer in Verzug, so hat die Agentur das Recht, für jeden Arbeitstag der Terminüberschreitung eine Vertragsstrafe in Höhe von 0,1 % der Netto-Auftragssumme zu verlangen. Betrifft die Überschreitung nur einen abgrenzbaren Teil der Leistung, der die Verwendbarkeit des bereits gelieferten Teils des Liefergegenstandes nicht beeinträchtigt, so berechnet sich die Vertragsstrafe nur nach diesem Teil des Liefergegenstandes. Der Höhe nach ist die Vertragsstrafe auf 5 % der Netto-Auftragssumme begrenzt. Dem Auftragnehmer wird gestattet nachzuweisen, dass infolge des Verzuges kein oder ein niedrigerer Schaden entstanden ist. Weitere gesetzliche Rechte, wie insbesondere Rücktritt und Schadensersatz, bleiben der Agentur vorbehalten. Die Vertragsstrafe wird jedoch auf Schadensersatzansprüche angerechnet. Die Agentur kann die Vertragsstrafe bis zur Endabrechnung geltend machen, auch wenn sie sich das Recht dazu bei der Annahme der Erfüllung nicht ausdrücklich vorbehalten hat.

III. Auftragsumfang

1. Der im Auftrag festgelegte mengenmäßige Leistungsumfang ist verbindlich. Eventuelle Mehrmengen werden nicht vergütet, auch wenn sie produktionstechnisch bedingt sind. Entwürfe, insbesondere für alternative Lösungen, gehören zum Lieferumfang.
2. Der Auftraggeber ist berechtigt, Änderungen des Liefergegenstandes in Konstruktion und Ausführung auch nach Vertragsschluss zu verlangen, soweit dies dem Auftragnehmer zumutbar ist. Über etwaig hieraus entstehende Auswirkungen in Bezug auf Mehr- oder Minderkosten sowie den Liefertermin sind einvernehmlich angemessene Regelungen zu treffen. Kommt eine Einigung innerhalb angemessener Zeit nicht zustande, entscheidet der Auftraggeber nach billigem, gerichtlich nachprüfbarem Ermessen.

IV. Haftung

1. Die Haftung des Auftragnehmers richtet sich nach den gesetzlichen Bestimmungen.
2. Die Agentur sowie ihre Erfüllungs- und Verrichtungsgehilfen haften bei leichter Fahrlässigkeit nur, wenn eine wesentliche Vertragspflicht (Kardinalspflicht, d.h. solche Pflicht, deren Erfüllung die ordnungsgemäße

Durchführung des Vertrags überhaupt erst ermöglicht und auf deren Einhaltung die andere Vertragspartei regelmäßig vertraut und vertrauen darf) verletzt wird oder ein Fall des Verzugs oder der Unmöglichkeit vorliegt. Im Fall einer Haftung aus leichter Fahrlässigkeit wird diese Haftung der Agentur sowie ihrer Erfüllungs- und Verrichtungsgehilfen wegen Pflichtverletzung und aus unerlaubter Handlung sowie für Ansprüche auf Ersatz vergeblicher Aufwendungen auf solche Schäden begrenzt, die vorhersehbar bzw. typisch sind. Die vorgenannten Haftungsbeschränkungen gelten nicht für das Fehlen zugesicherter Eigenschaften, für Fälle von Arglist, für Verletzungen des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit, für Rechtsmängel sowie bei Haftung nach dem Produkthaftungsgesetz.

3. Wegen unverschuldeter Irrtümer und Druck- oder Übermittlungsfehlern, welche die Agentur zur Anfechtung berechtigen, kann der Auftragnehmer Schadensersatz als Folge der Anfechtung nicht geltend machen.

V. Abnahme, Mängelrügen, Gewährleistung

1. Lieferungen, die sich auf die Gestaltung oder Herstellung von Werbemitteln beziehen, müssen die gestellte Aufgabe lösen, ggf. den zur Verfügung gestellten Vorlagen und erteilten Weisungen sowie dem neuesten Stand der Technik und den einschlägigen rechtlichen Bestimmungen entsprechen; sie müssen das technische, werbliche und künstlerische Niveau der Arbeitsproben aufweisen, die der Auftragnehmer vor Auftragserteilung vorgelegt hat. Zudem gehört es zu den Aufgaben des Auftragnehmers, die Agentur auf erkennbare rechtliche Bedenken gegen geplante Werbemaßnahmen hinzuweisen.
2. Wird im Rahmen der vertraglichen Tätigkeit ein bestimmter Arbeitserfolg, d. h. ein individualisierbares Werk (z. B. Werbemittel, Entwurf), geschuldet, ist die Agentur zur Abnahme verpflichtet. Die Abnahme gilt als erfolgt, wenn sie nicht innerhalb von zwei Wochen erklärt oder verweigert wird, nachdem der Auftragnehmer das Werk zur Abnahme bereitgestellt, die Abnahmefähigkeit angezeigt und in der Anzeige auf diese Folge hingewiesen hat.
3. Mängelrügen sind rechtzeitig, wenn sie innerhalb von 10 Arbeitstagen nach Entdecken des Mangels im Geschäftsgang der Agentur erhoben werden; dies gilt auch für offensichtliche Mängel. Zahlung bedeutet keinen Verzicht auf das Rückrecht.
4. Der Agentur stehen die gesetzlichen Gewährleistungsansprüche ungekürzt zu.
5. Das Recht, die Art der Nacherfüllung zu wählen, steht auch beim Werkvertrag grundsätzlich der Agentur zu. § 439 BGB gilt entsprechend.
6. Eine Nacherfüllung gilt nach erfolglosem, ersten Versuch als fehlgeschlagen.
7. Die Agentur kann wegen eines Mangels der gelieferten Ware oder des erstellten Werkes nach erfolglosem Ablauf einer von ihr zur Nacherfüllung bestimmten angemessenen Frist den Mangel selbst beseitigen und Ersatz der erforderlichen Aufwendungen verlangen, wenn nicht der Auftragnehmer die Nacherfüllung zu Recht verweigert. Diesbezüglich gilt die gesetzliche Regelung zur Selbstvornahme beim Werkvertrag (§ 637 BGB) für den Kaufvertrag entsprechend. Die Frist zur Nacherfüllung ist zeitlich so zu bemessen, dass die Agentur bei Fehlschlagen der Nacherfüllung den Auftrag noch anderweitig vergeben und dadurch die Anschlussstermine einhalten kann.

VI. Rechnung, Preis, Zahlungsbedingungen, Zurückbehaltungsrecht, Aufrechnung

1. Die Rechnung ist sofort nach Lieferung an die Agentur zu senden.
2. Der vereinbarte Preis darf nicht überschritten werden und schließt sämtliche Abgaben, Kosten und Gebühren, die dem Auftragnehmer entstanden sind (z. B. für Transport, Verpackung, Künstlersozialkasse und Zoll), ein.
3. Vergütungen für Vorstellungen, Präsentationen, Verhandlungen und/oder für die Ausarbeitung von Angeboten und Projekten werden nicht gewährt, sofern nichts anderes vereinbart wurde.
4. Soweit keine anderen Zahlungsbedingungen vereinbart sind, erfolgt die Zahlung innerhalb von 14 Tagen nach Rechnungseingang mit 3 % Skonto oder innerhalb von 30 Tagen ohne Abzug.
5. Bei Zahlungsverzug ist die Agentur nur verpflichtet, Zinsen in Höhe von 3 % über dem jeweiligen Basiszinssatz zu zahlen.
6. Der Auftragnehmer kann ein Zurückbehaltungsrecht nur ausüben, wenn sein Gegenanspruch auf demselben Vertragsverhältnis beruht. Die Aufrechnung gegen fällige Forderungen des Auftraggebers ist ausgeschlossen, es sei denn, diese sind durch schriftliche Erklärung des Auftraggebers als unbestritten anerkannt oder rechtskräftig festgestellt worden.

VII. Sonderbedingungen Für Fotografen

1. Zur optimalen Umsetzung der vom Kunden gebilligten Werbekonzeption kann die Agentur namens des Kunden

Schol & Friends Family

Schol & Friends Family GmbH Im Zeisehof Friedensallee 11 22765 Hamburg Germany T+49 40 37681-111 info@s-f.com www.s-f.com
Geschäftsführer: Frank-Michael Schmidt Dr. Kai Wolf Frank Wolfram Amtsgericht Hamburg HRB 120274



die das Fotomotiv mitgestaltenden Personen (insbesondere Models, Visagisten, Stylisten einschließlich deren Kostüme), Requisiten, bestimmte technische Effekte (insbesondere ein bestimmtes Licht) sowie den Aufnahmeort vorschreiben. Die hierdurch veranlassten Dienst-, Kauf- und Mietverträge hat der Auftragnehmer im Namen und für Rechnung der Agentur abzuschließen, und zwar im Rahmen der von der Agentur zuvor gebilligten Kostenvoranschläge.

2. Im Übrigen stellt der Auftragnehmer das für die Fotoaufnahmen erforderliche Personal und die benötigten Sachen, die er im eigenen Namen bucht bzw. einkauft oder mietet, auf seine Kosten und Gefahr.
3. Kann nicht fotografiert werden, weil ein vom Auftragnehmer gemäß 2. gebuchtes Model zum Aufnahmetermin nicht erscheint oder vom Auftragnehmer zu stellende Sachen nicht verfügbar sind, werden zusätzlich entstehende Kosten für Modelhonorar, Requisiten und Nebenkosten vom Auftragnehmer getragen.

VIII. Urheberrechtliche Nutzungsrechte/Leistungsschutzrechte

1. Der Auftragnehmer und die Agentur sind sich darüber einig, dass die Agentur in die Lage versetzt werden soll, die vom Auftragnehmer erbrachten Leistungen und Arbeitsergebnisse (nachfolgend zusammenfassend "Arbeitsergebnisse" genannt) in denkbar umfassender Art und Weise selbst und/oder durch Dritte (insbesondere die Kunden der Agentur) zu nutzen und zu verwerten. An den Arbeitsergebnissen räumt der Auftragnehmer daher mit der Werkschöpfung der Agentur die ausschließlichen, zeitlich, inhaltlich und räumlich unbeschränkten Nutzungs- und Verwertungsrechte für alle bekannten und unbekanntenen Nutzungsarten sowie das Recht zum Gebrauch des Bildnisses des Models - jeweils den Vertragsgegenstand betreffend - ein. Nutzungszweck: werblich und nichtwerblich, Erst- und Mehrfachverwertungen; Nutzungsarten: alle gedruckten Werbemittel (Anzeigen, Plakate, Beilagen, Kataloge, Broschüren, Verpackungen, sonstige gedruckte Werbemittel), Sammelwerke, Filme (TV, Kino, Internet), Magnetbänder (Filmkassetten, Audio- und Videokassetten), Online- und Offline-Nutzung aus elektronischen Speicherträgern (Datenbanken, CD-ROM, CD-I, MO-Laufwerke, DAT, Disketten, Internet, Multimedia); Vervielfältigungstechnik: Druck, Filmkopie, Magnetbandkopie, maschinenlesbare Erfassung, elektronische Vervielfältigung; Verbreitung: Verteilung an die Öffentlichkeit, Sendung, Aufführung, Ausstellung, Daten(fern)übertragung; sonstige Befugnisse: Nutzung auch von Teilen des Vertragsgegenstandes (auch Ausschnittverwertung, Fotocomposing, Filmcomposing), Änderungsrecht, vollständige oder teilweise Übertragung des ausschließlichen Nutzungsrechts auf Dritte, insbesondere die Kunden. Die Agentur darf die Leistung des Auftragnehmers als Teil der von ihr konzipierten Werbemittel zeitlich unbeschränkt zur Eigenwerbung in ihrer Internet-Website sowie auf der von ihr zu Zwecken der Eigenwerbung regelmäßig erstellten CD-ROM nutzen sowie zur Teilnahme an Wettbewerben einreichen.
2. Der Auftragnehmer hat in seinem Angebot den Auftraggeber darüber zu informieren, ob und ggf. welche seiner gemäß 1. zu übertragenden Nutzungsrechte er auf Verwertungsgesellschaften übertragen hat.
3. Der Auftragnehmer ist verpflichtet, Änderungen seiner Anschrift, an die eine Mitteilung über die beabsichtigte Aufnahme einer neuen Art der Werknutzung erfolgen soll, der Agentur unverzüglich in Textform mitzuteilen.
4. Soweit abweichend von 1. aufgrund gesonderter schriftlicher Vereinbarung Nutzungsrechte nicht übertragen worden sind, kann der Auftraggeber deren Übertragung ganz oder teilweise gegen angemessene Vergütung nachträglich verlangen. Die Vergütung richtet sich - soweit möglich - nach dem mit dem Auftragnehmer bereits Vereinbarten, im Übrigen nach den Vergütungssätzen der Verwertungsgesellschaften; soweit diese nicht eingreifen, ist die Vergütung vom Auftraggeber nach billigem, gerichtlich nachprüfbarem Ermessen festzusetzen.
5. Der Auftragnehmer erkennt an, dass die Durchsetzung von Ansprüchen auf dem ordentlichen Rechtsweg zur Überprüfung der Nutzungsbefugnis der Agentur oder des Kunden sowie zur Überprüfung der Ermessensentscheidung der Agentur gemäß vorstehender Ziffer 4 einen ausreichenden prozessualen Rechtsschutz darstellt. Der Auftragnehmer verzichtet hiermit für den Fall, dass die Agentur die Vergütung festgesetzt und Zahlung in entsprechender Höhe an den Auftragnehmer geleistet hat, auf die Inanspruchnahme von vorläufigem Rechtsschutz (einstweilige Verfügungen, Arrest).
6. Setzt der Auftragnehmer bei der Ausführung des Auftrags Mitarbeiter und/oder Subunternehmer und/oder Dritte ein, ist er verpflichtet, deren Nutzungsrechte in dem Umfang zu erwerben und auf den Auftraggeber zu übertragen, der in 1. für die eigene Leistung des Auftragnehmers vereinbart ist. Außerdem hat er diesen Personen die gleichen Pflichten für deren Leistungsbeitrag zugunsten der Agentur aufzuerlegen, die er selbst für seine Leistung zu übernehmen hat.
7. Der Auftragnehmer steht dafür ein, dass an seiner vertraglich geschuldeten Leistung Rechte Dritter, die den Rechtsübergang und/oder die vereinbarte Nutzung seiner Leistung beeinträchtigen können (z. B. Persönlichkeitsrechte abgebildeter Personen), nicht bestehen. Für den Fall, dass Dritte wegen der Verletzung ihrer Rechte berechnigte Ansprüche gegen die Agentur oder den Kunden im Hinblick auf



Arbeitsergebnisse des Auftragnehmers geltend machen, verpflichtet sich der Auftragnehmer, die Arbeitsergebnisse innerhalb einer der Agentur gesetzten angemessenen Frist so abzuändern oder neu zu erbringen, dass die Rechte Dritter nicht mehr verletzt werden, oder auf seine Kosten die erforderlichen Rechte von den Dritten einzuholen. Nach Ablauf der Frist kann die Agentur die Änderung auf Kosten des Auftragnehmers selbst oder durch Dritte vornehmen oder die Genehmigung von den jeweiligen Berechtigten einholen. Der Auftragnehmer stellt die Agentur von Ansprüchen Dritter aus evtl. Schutzrechtsverletzungen, die er zu vertreten hat, frei. Der Auftragnehmer übernimmt auch die von ihm zu vertretenden Kosten für die Rechtsverteidigung.

8. Der Auftragnehmer hat die von ihm zu übertragenen Nutzungsrechte sowohl umfassend gemäß 1. als auch beschränkt auf die Art der Werbemittel, für die der Vertragsgegenstand bestellt werden soll, aber im Übrigen wie zu 1., anzubieten. Etwaige weitere Einschränkungen sind in einer zusätzlichen Angebotsalternative zu erklären. Arbeitshonorar und Honorar für die Rechteeinräumung sind gesondert auszuweisen. Geschieht dies nicht, ist beides in der vereinbarten Vergütung enthalten.
9. Der Auftragnehmer ist verpflichtet, von Models eine Erklärung über die Übertragung der Nutzungsrechte unterschreiben zu lassen, und der Agentur bis zur Abnahme vorzulegen.
10. Der Auftragnehmer erkennt an, dass eine Verpflichtung zur Autorennennung nicht besteht, sofern dies branchenüblich ist.

IX. Eigentumserwerb an Illustrationen und Reproduktions-Material, Aufbewahrung, Sicherung, Zurückbehaltungsrecht

1. An Illustrationen sowie an dem zur Ausführung des Auftrags hergestellten oder vom Auftragnehmer beschafften Reproduktionsmaterial (z. B. Druckunterlagen wie Satz, Fotos, Stanzformen, Lithografien, Filme, Werkzeuge, elektronische Dateien usw. einschließlich nicht abgelieferte Entwürfe und Sicherungskopien) erwirbt die Agentur mit Zahlung des Honorars Eigentum. Ab diesem Zeitpunkt verwahrt der Auftragnehmer diese Gegenstände für die Agentur sorgfältig bis zu deren Herausgabe. Bei Einschaltung von Subunternehmern hat der Auftragnehmer den Eigentumsübergang auf die Agentur durch entsprechende Vertragsgestaltung sicherzustellen. Nach Ablauf von sechs Monaten seit Abnahme muss die Agentur die vorbezeichneten Gegenstände übernehmen, wenn der Auftragnehmer dies anbietet.
2. Der Auftragnehmer hat von jeder elektronischen Datei eine Sicherungskopie auf einem separaten Datenträger herzustellen und diesen getrennt von dem primären Datenträger zu lagern.
3. Gegenstände, die der Auftragnehmer vom Kunden oder von der Agentur erhält, gehen nicht in sein Eigentum über, dürfen nur zur Abwicklung des Auftrags verwendet werden, sind vom Auftragnehmer sorgfältig zu verwahren und auf erstes Verlangen zurückzugeben.
4. Der Auftragnehmer hat an den von ihm herauszugebenden Gegenständen kein Zurückbehaltungsrecht.

X. Geheimhaltung

1. Alle dem Auftragnehmer im Zusammenhang mit dem Auftrag zugänglich werdenden Informationen und Unterlagen ebenso wie die in Auftrag gegebenen Werbemittel und die Gegenstände gemäß IX. sind - auch nach Beendigung des Auftrags - streng vertraulich zu behandeln, und zwar auch dann, wenn es nicht zur Ausführung des Auftrags kommt.
2. Der Auftragnehmer hat diese Geheimhaltungsverpflichtung seinen mit der Ausführung des Auftrags befassten Mitarbeitern, Unterlieferanten, Models usw. schriftlich aufzuerlegen, soweit dies zur Gewährleistung der Geheimhaltung erforderlich ist.
3. Der Auftragnehmer darf Exemplare der vertraglichen Leistung nur mit vorheriger schriftlicher Zustimmung der Agentur zu eigenen Werbezwecken verwenden.

XI. Übertragbarkeit der Rechte

Die Rechte des Auftragnehmers aus dem Auftrag, insbesondere der Vergütungsanspruch, können nicht abgetreten werden.

XII. Aufträge im Namen des Kunden

Der Auftrag ist auch dann über die Agentur abzuwickeln, wenn diese den Auftrag im fremden Namen erteilt hat. In diesem Fall haftet die Agentur weder für die Vertragserfüllung durch den Kunden noch für dessen Bonität, die sie nicht prüft.

Scholz & Friends Family

Scholz & Friends Family GmbH Im Zeisehof Friedensallee 11 22765 Hamburg Germany T+49 40 37681-111 info@s-f.com www.s-f.com
Geschäftsführer: Frank-Michael Schmidt Dr. Kai Wolf Frank Wolfram Amtsgericht Hamburg HRB 120274



XIII. Mindestlohn

1. Der Auftragnehmer verpflichtet sich, das Gesetz zur Regelung eines allgemeinen Mindestlohns (Mindestlohngesetz - MiLoG) zu beachten und den jeweils verbindlich vorgeschriebenen Mindestlohn zu zahlen. Die vorstehende Regelung gilt ebenfalls für vom Auftragnehmer eingesetzte Nachunternehmer und deren eingesetztes Personal.
2. Die Agentur ist berechtigt, hierüber jederzeit aktuelle Nachweise (z.B. Stundennachweise, Lohnabrechnungen, Mitarbeiterlisten) zu verlangen. Im Falle der Nichtvorlage verlangter Nachweise ist die Agentur berechtigt, fällige Zahlungen einzubehalten.
3. Der Auftragnehmer verpflichtet sich, die Agentur von ihrer Haftung auf den Mindestlohn im Fall der Verletzung des MiLoG durch den Auftragnehmer und durch von diesem eingesetzte Nachunternehmer freizustellen.
4. Im Falle einer Zuwiderhandlung des Auftragnehmers gegen die Verpflichtung zur Zahlung des Mindestlohns ist die Agentur berechtigt, den Vertrag fristlos zu kündigen. Daneben hat sie gegenüber fälligen Zahlungsansprüchen des Auftragnehmers ein Zurückbehaltungsrecht. Darüber hinaus ist die Agentur berechtigt, nach der Entziehung des Auftrags den noch nicht vollendeten Teil der Leistung zu Lasten des Auftragnehmers durch einen Dritten ausführen zu lassen. Schadensersatzansprüche wegen weitergehender Schäden bleiben ausdrücklich vorbehalten.

XIV. WPP Verhaltensrichtlinien für Lieferanten und Geschäftspartner

Der Auftragnehmer stimmt den WPP Verhaltensrichtlinien für Lieferanten und Geschäftspartner zu, welche in der Anlage beigefügt sind.

XV. Schlussbestimmungen

1. Gerichtsstand für alle Streitigkeiten zwischen dem Auftraggeber, der Kaufmann ist, und der Agentur ist der Sitz der Agentur.
2. Anwendbar ist nur das Recht der Bundesrepublik Deutschland unter Ausschluss des deutschen Internationalen Privatrechts.

