

Allgemeine Geschäftsbedingungen

für Out-of-Home-, Media-, Produktions- und Digitalwerbeleistungen

Stand: 14. September 2026

§ 1 Geltungsbereich

1. Diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen („AGB“) gelten für sämtliche Verträge zwischen **sally's music & media GmbH** – nachfolgend „Agentur“ – und ihren Auftraggebern – nachfolgend „Auftraggeber“ – über die Planung, Konzeption, Vermittlung, Buchung, Durchführung und Abwicklung von Werbemaßnahmen und damit zusammenhängenden Dienstleistungen.
 2. Die Leistungen der Agentur umfassen insbesondere:
 - klassische Out-of-Home-Werbung, insbesondere Plakatwerbung und Werbung auf Litfaßsäulen, Großflächen, City-Light-Medien und sonstigen Außenwerbeträgern,
 - Digital-Out-of-Home-Werbung („DOOH“),
 - Online- und sonstige digitale Werbemaßnahmen,
 - Flyer- und Werbemittelverteilungen,
 - Auslagen und sonstige Promotionsmaßnahmen,
 - Mediaplanung und Mediaeinkauf,
 - Produktion, Druck und Aufbereitung von Werbemitteln,
 - Beratung und sonstige im jeweiligen Auftrag vereinbarte Agenturleistungen.
 3. Diese AGB gelten ausschließlich gegenüber Unternehmern im Sinne des § 14 BGB, juristischen Personen des öffentlichen Rechts und öffentlich-rechtlichen Sondervermögen. Eine Verwendung gegenüber Verbrauchern ist nicht vorgesehen.
 4. Die AGB gelten für alle gegenwärtigen und zukünftigen Geschäftsbeziehungen, sofern nicht ausdrücklich etwas anderes vereinbart wird.
 5. Abweichende, entgegenstehende oder ergänzende Allgemeine Geschäftsbedingungen des Auftraggebers werden nur dann Vertragsbestandteil, wenn die Agentur ihrer Geltung ausdrücklich in Textform zugestimmt hat. Dies gilt auch dann, wenn die Agentur in Kenntnis entgegenstehender Bedingungen des Auftraggebers Leistungen vorbehaltlos erbringt.
 6. Individuelle Vereinbarungen zwischen Agentur und Auftraggeber haben Vorrang vor diesen AGB.
-

§ 2 Vertragsschluss und Auftragsbestätigung

1. Angebote der Agentur sind, sofern nicht ausdrücklich anders bezeichnet, freibleibend und unverbindlich.
 2. Ein Vertrag kommt durch die schriftliche oder in Textform übermittelte Auftragsbestätigung der Agentur oder durch die Ausführung des Auftrags durch die Agentur zustande.
 3. Die Auftragsbestätigung bestimmt insbesondere Art und Umfang der beauftragten Leistungen, Kampagnenzeitraum, Werbemedien, Mengen, Preise und sonstige wesentliche Rahmenbedingungen.
 4. Sofern der Auftraggeber nach Zugang der Auftragsbestätigung Änderungen wünscht, bedürfen diese der Bestätigung durch die Agentur. Hierdurch entstehende Mehrkosten, Storno-, Umbuchungs- oder sonstige Kosten trägt der Auftraggeber.
 5. Soweit die Agentur Leistungen Dritter, insbesondere Werbeflächen, Werbezeiten, Plakatierungen, Verteilungen oder digitale Werbeleistungen, im Auftrag des Auftraggebers bucht, wird die Buchung mit ihrer Bestätigung verbindlich. Die jeweiligen Buchungs- und Geschäftsbedingungen des eingesetzten Medienanbieters können ergänzend Anwendung finden.
-

§ 3 Leistungsumfang und Leistungsänderungen

1. Die Agentur erbringt die im jeweiligen Auftrag vereinbarten Leistungen.
 2. Die Agentur ist berechtigt, zur Erfüllung ihrer vertraglichen Verpflichtungen geeignete Dritte, insbesondere Vermarkter, Medienanbieter, Plakatierer, Druckereien, Verteilunternehmen, Plattformbetreiber, Adserver-Anbieter und sonstige Dienstleister einzusetzen.
 3. Änderungen oder Ergänzungen des Leistungsumfangs nach Vertragsschluss bedürfen der Abstimmung zwischen den Parteien. Soweit dadurch zusätzlicher Aufwand oder zusätzliche Kosten entstehen, werden diese gesondert berechnet.
 4. Die Agentur ist berechtigt, Leistungen geringfügig abweichend auszuführen, soweit dies aufgrund technischer, organisatorischer oder durch Dritte verursachter Umstände erforderlich ist und die Abweichung für den Auftraggeber zumutbar ist.
-

§ 4 Mediaeinkauf und Leistungen Dritter

1. Die Agentur kann Werbeflächen, Werbezeiten, Standorte, Screens, digitale Werbeinventare und sonstige Medienleistungen im eigenen Namen oder im Namen und für Rechnung des Auftraggebers bei Dritten einkaufen oder vermitteln.

2. Für Leistungen, die durch Dritte erbracht werden, gelten ergänzend deren jeweilige Leistungs-, Buchungs- und Geschäftsbedingungen, soweit diese wirksam in das Vertragsverhältnis einbezogen werden oder die Agentur auf deren Grundlage Leistungen für den Auftraggeber beschafft.
 3. Die Agentur haftet nicht für Leistungsstörungen eines Dritten, sofern diese außerhalb des Verantwortungsbereichs der Agentur liegen und die Agentur den jeweiligen Dritten mit der erforderlichen Sorgfalt ausgewählt und die ihr zumutbaren Maßnahmen zur Abhilfe oder Ersatzleistung ergriffen hat.
 4. Dies gilt insbesondere für Änderungen, Ausfälle oder Einschränkungen von Werbeträgern, Standorten, Mediennetzen, Plattformen, Adservern, digitalen Ausspielsystemen oder sonstigen technischen Einrichtungen Dritter.
 5. Soweit eine ursprünglich gebuchte Leistung aufgrund einer Störung oder Nichtverfügbarkeit eines Drittanbieters nicht erbracht werden kann, ist die Agentur berechtigt, nach Möglichkeit eine wirtschaftlich und qualitativ angemessene Ersatzleistung anzubieten.
-

§ 5 Werbeträger, Standorte und Platzierung

1. Soweit nicht ausdrücklich anders vereinbart, besteht kein Anspruch des Auftraggebers auf einen bestimmten Werbestandort, eine bestimmte Position oder eine bestimmte Reihenfolge innerhalb eines Werbeträgernetzes.
 2. Platzierungswünsche werden nach Möglichkeit berücksichtigt. Eine verbindliche Zusicherung bestimmter Standorte oder Positionen bedarf einer ausdrücklichen Vereinbarung in Textform.
 3. Bei der Buchung von Standortnetzen kann es aufgrund von Verfügbarkeiten, Eigentumsverhältnissen, behördlichen Vorgaben, baulichen Veränderungen, Beschädigungen oder sonstigen Umständen zu Änderungen einzelner Standorte kommen.
 4. Die Agentur ist berechtigt, nicht verfügbare Werbeträger durch wirtschaftlich und werbewirksam vergleichbare Werbeträger zu ersetzen.
-

§ 6 Kampagnenlaufzeit, Schalttermine und Abweichungen

1. Kampagnenlaufzeit, Schaltzeitraum und Umfang der Werbemaßnahme ergeben sich aus der Auftragsbestätigung.
2. Bei klassischen Out-of-Home-Maßnahmen kann es aus organisatorischen, technischen oder durch Dritte verursachten Gründen zu geringfügigen zeitlichen Verschiebungen kommen. Eine Verschiebung von bis zu zwei Kalendertagen nach

vorne oder hinten gilt als vertragsgemäß, sofern die Gesamtleistung dadurch nicht wesentlich beeinträchtigt wird.

3. Bei digitalen Werbemaßnahmen gelten die vereinbarten Schaltzeiträume und Ausspielungsbedingungen. Technisch bedingte kurzfristige Unterbrechungen oder Abweichungen stellen keinen Mangel dar, sofern sie außerhalb des Verantwortungsbereichs der Agentur liegen und von der Agentur angemessen ausgeglichen werden können.
4. Soweit eine konkrete Menge von Werbeträgern vereinbart ist, kann es bei nicht vollständig verfügbarer Fremdleistung zu einer Mindermenge von bis zu 10 % kommen, sofern dies branchenüblich oder aufgrund der jeweiligen Buchungsbedingungen des Medienanbieters zulässig ist. Die Agentur informiert den Auftraggeber hierüber unverzüglich und erteilt für die nicht erbrachte Leistung eine angemessene Gutschrift oder bietet eine angemessene Ersatzleistung an.

§ 7 Werbemittel, Produktion und Druck

1. Sofern die Agentur mit der Erstellung, Gestaltung, Aufbereitung oder Produktion von Werbemitteln beauftragt ist, umfasst die Leistung nur den im Auftrag vereinbarten Umfang.
2. Produktions-, Druck- und sonstige Werbemittelkosten werden nach dem jeweiligen Auftrag berechnet.
3. Der Auftraggeber ist verpflichtet, von ihm bereitzustellende Inhalte, Daten und Werbemittel vollständig und rechtzeitig zur Verfügung zu stellen.
4. Die Agentur ist nicht verpflichtet, vom Auftraggeber bereitgestellte Werbemittel oder Inhalte auf ihre rechtliche Zulässigkeit zu überprüfen.
5. Korrekturen, Änderungen oder erneute Produktionen nach Freigabe durch den Auftraggeber werden gesondert berechnet, sofern die Ursache hierfür nicht in einem von der Agentur zu vertretenden Fehler liegt.
6. Produktionsbedingte geringfügige Farb-, Material- oder Maßabweichungen stellen keinen Mangel dar, soweit sie technisch unvermeidbar oder branchenüblich sind.

§ 8 Mitwirkungspflichten und Freigaben des Auftraggebers

1. Der Auftraggeber stellt der Agentur alle zur Durchführung des Auftrags erforderlichen Informationen, Inhalte, Daten, Werbemittel, Freigaben und sonstigen Unterlagen rechtzeitig zur Verfügung.
2. Der Auftraggeber ist insbesondere für die rechtzeitige Freigabe von Entwürfen und Werbemitteln verantwortlich.

3. Verzögerungen aufgrund verspäteter oder unvollständiger Mitwirkung des Auftraggebers verlängern vereinbarte Leistungs- und Schaltfristen angemessen.
 4. Kann eine Kampagne aufgrund verspäteter Anlieferung oder Freigabe des Auftraggebers nicht oder nicht vollständig durchgeführt werden, bleibt der Vergütungsanspruch der Agentur für bereits gebuchte und nicht mehr stornierbare Leistungen bestehen.
 5. Die Agentur ist nicht verpflichtet, die rechtliche Zulässigkeit der vom Auftraggeber freigegebenen Inhalte zu überprüfen.
-

§ 9 Änderungen, Unterbrechungen, Verlängerungen und Stornierungen

1. Nach erfolgter Auftragsbestätigung sind Änderungen, Unterbrechungen oder Stornierungen nur möglich, soweit die jeweilige Buchung beim eingesetzten Medienanbieter noch geändert oder storniert werden kann.
 2. Der Auftraggeber trägt sämtliche Kosten, die der Agentur aufgrund einer vom Auftraggeber gewünschten Änderung, Unterbrechung, Verschiebung oder Stornierung entstehen.
 3. Hierzu gehören insbesondere Storno- und Umbuchungskosten von Medienanbietern, Produktionskosten, bereits entstandene Media-Kosten sowie sonstige nicht mehr vermeidbare Aufwendungen.
 4. Wird eine laufende Kampagne auf Wunsch des Auftraggebers unterbrochen oder in wesentlichen Teilen geändert, gilt die Fortsetzung nach Abstimmung als neuer Auftrag, soweit die Parteien nichts anderes vereinbaren.
 5. Eine Verlängerung einer Kampagne stellt grundsätzlich einen neuen Auftrag dar und bedarf der Bestätigung durch die Agentur.
-

§ 10 Digitale Werbung und Digital-Out-of-Home (DOOH)

1. Digitale Werbung im Sinne dieser AGB umfasst insbesondere Werbung auf digitalen Außenwerbeträgern, Screens, Displays, digitalen City-Light-Boards, Videowalls, Verkehrsmitteln, Indoor-Screens, Online-Plattformen sowie sonstigen digitalen Werbeinventaren.
2. Die Ausspielung digitaler Werbemittel erfolgt regelmäßig über technische Systeme der Agentur, von Vermarktern, Medienbetreibern, Plattformen, Adservern oder sonstigen Drittanbietern.
3. Die Agentur schuldet grundsätzlich die vertragsgemäße Buchung und Beauftragung der vereinbarten digitalen Werbeleistung, nicht jedoch die ununterbrochene technische Verfügbarkeit sämtlicher eingesetzter Systeme oder Werbeträger.

4. Technische Störungen, Netzwerkstörungen, Stromausfälle, Softwarefehler, Serverausfälle, Ausfälle einzelner Screens oder sonstige technische Beeinträchtigungen können die Ausspielung beeinträchtigen.
5. Soweit die Agentur die Störung nicht zu vertreten hat, bestehen wegen einer solchen Beeinträchtigung keine Schadensersatzansprüche des Auftraggebers. Die Agentur wird sich im Rahmen des Zumutbaren um eine Ersatzschaltung, Nachholung oder sonstige angemessene Kompensation bemühen.
6. Eine bestimmte Anzahl von Kontakten, Impressions, Sichtkontakten, Reichweiten, Frequenzen, Verweildauern oder sonstigen Leistungskennzahlen gilt nur dann als verbindlich zugesichert, wenn dies ausdrücklich in der Auftragsbestätigung vereinbart wurde.
7. Soweit eine Abrechnung anhand digitaler Leistungskennzahlen erfolgt, sind grundsätzlich die Messwerte des jeweils eingesetzten Vermarkters, Plattformbetreibers, Adservers oder sonstigen vereinbarten Messsystems maßgeblich.
8. Abweichungen zwischen unterschiedlichen Messsystemen, Trackingmethoden oder technischen Zählverfahren stellen keinen Mangel dar, sofern sie sich im branchenüblichen oder technisch unvermeidbaren Rahmen bewegen.
9. Bei programmatischem Mediaeinkauf kann die Ausspielung insbesondere von der Verfügbarkeit des jeweiligen Inventars, technischen Auktionen, Gebotsstrategien, Plattformregeln, Zielgruppenparametern und sonstigen Faktoren abhängen. Eine bestimmte Ausspielungsmenge oder Reichweite wird nur geschuldet, wenn diese ausdrücklich garantiert wurde.
10. Der Auftraggeber ist für die rechtzeitige Bereitstellung technisch geeigneter digitaler Werbemittel verantwortlich. Die jeweils geltenden technischen Spezifikationen und Anlieferungsfristen sind einzuhalten.
11. Können Werbemittel aufgrund ihrer technischen Beschaffenheit, ihres Dateiformats, ihrer Größe, Auflösung, Codierung oder sonstiger Eigenschaften nicht ordnungsgemäß ausgespielt werden, haftet die Agentur hierfür nicht, sofern sie dies nicht zu vertreten hat.
12. Änderungen digitaler Werbemittel nach Freigabe können nur im Rahmen der technischen Möglichkeiten und der jeweiligen Vorlaufzeiten vorgenommen werden. Hierdurch entstehende Kosten trägt der Auftraggeber.
13. Der Betreiber oder Vermarkter eines digitalen Werbeträgers ist berechtigt, Werbemittel abzulehnen oder deren Ausspielung zu unterbrechen, wenn gesetzliche, behördliche, technische oder interne Vorgaben entgegenstehen. Die Agentur wird den Auftraggeber hierüber, soweit ihr dies bekannt wird und zumutbar ist, informieren.

14. Soweit eine digitale Kampagne aufgrund einer solchen Ablehnung oder Einschränkung nicht oder nicht vollständig durchgeführt werden kann, wird die Agentur nach Möglichkeit eine alternative Ausspielung oder Ersatzleistung anbieten.
-

§ 11 Online-Werbung und Plattformleistungen

1. Soweit die Agentur Online-Werbung über Plattformen, Suchmaschinen, soziale Netzwerke, Werbenetzwerke oder sonstige Drittanbieter durchführt, gelten ergänzend die jeweiligen Bedingungen und technischen Vorgaben der Anbieter.
 2. Die Agentur hat keinen Einfluss auf Änderungen von Algorithmen, Anzeigenrichtlinien, technischen Anforderungen, Gebotsverfahren, Reichweiten oder sonstigen Rahmenbedingungen der jeweiligen Plattformen.
 3. Eine bestimmte Reichweite, Anzahl von Klicks, Leads, Conversions oder sonstigen Ergebnissen wird nur geschuldet, wenn dies ausdrücklich vereinbart wurde.
 4. Wird eine Kampagne durch einen Plattformbetreiber aus Gründen abgelehnt, eingeschränkt, pausiert oder beendet, die die Agentur nicht zu vertreten hat, begründet dies grundsätzlich keinen Anspruch auf Schadensersatz.
-

§ 12 Rechtmäßigkeit der Werbeinhalte

1. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die rechtliche Zulässigkeit sämtlicher von ihm bereitgestellter oder freigegebener Inhalte.
 2. Dies gilt insbesondere für die Einhaltung von Vorschriften des Wettbewerbsrechts, Urheberrechts, Markenrechts, Persönlichkeitsrechts, Datenschutzrechts, Jugendmedienschutzes sowie sonstiger einschlägiger gesetzlicher und behördlicher Vorschriften.
 3. Der Auftraggeber gewährleistet, dass er über sämtliche für die vertragsgemäße Nutzung erforderlichen Rechte und Genehmigungen verfügt.
 4. Der Auftraggeber stellt die Agentur von berechtigten Ansprüchen Dritter frei, die aus einer vom Auftraggeber zu vertretenden Rechtsverletzung durch bereitgestellte oder freigegebene Inhalte entstehen.
 5. Die Freistellung umfasst auch angemessene Kosten der Rechtsverteidigung.
 6. Die Agentur ist berechtigt, Werbeinhalte abzulehnen, wenn konkrete Anhaltspunkte für eine Rechtswidrigkeit bestehen oder eine Durchführung aus rechtlichen, behördlichen oder technischen Gründen nicht zumutbar ist.
-

§ 13 Datenschutz, Tracking und digitale Technologien

1. Die Parteien beachten die jeweils geltenden datenschutzrechtlichen Vorschriften.
 2. Soweit die Agentur im Auftrag des Auftraggebers personenbezogene Daten verarbeitet, werden die datenschutzrechtlichen Verantwortlichkeiten und gegebenenfalls erforderliche Vereinbarungen zur Auftragsverarbeitung gesondert geregelt.
 3. Der Auftraggeber ist dafür verantwortlich, dass von ihm beauftragte Tracking-, Analyse-, Remarketing-, Conversion- oder sonstige Technologien rechtmäßig eingesetzt werden können.
 4. Soweit für den Einsatz entsprechender Technologien Einwilligungen, Hinweise oder sonstige rechtliche Voraussetzungen erforderlich sind, obliegt deren Einholung und rechtliche Ausgestaltung grundsätzlich dem Auftraggeber, sofern nicht ausdrücklich eine entsprechende Leistung der Agentur vereinbart wurde.
-

§ 14 Vergütung und Preise

1. Sämtliche Preise verstehen sich zuzüglich der jeweils geltenden gesetzlichen Umsatzsteuer.
 2. Die vereinbarte Vergütung umfasst ausschließlich die in der Auftragsbestätigung genannten Leistungen.
 3. Zusatzleistungen, Änderungswünsche, Sonderleistungen sowie Leistungen, die aufgrund nachträglicher Anforderungen des Auftraggebers erforderlich werden, werden gesondert berechnet.
 4. Soweit nicht anders vereinbart, sind insbesondere Media-Kosten, Produktionskosten, Druckkosten, Versandkosten, Verteilkosten, Fremdkosten sowie Kosten von Drittanbietern zusätzlich zu vergüten.
 5. Kostenvoranschläge und Kalkulationen beruhen auf den zum Zeitpunkt ihrer Erstellung bekannten Rahmenbedingungen. Änderungen von Preisen, Verfügbarkeiten oder Konditionen von Drittanbietern können zu einer Anpassung der tatsächlich anfallenden Fremdkosten führen.
-

§ 15 Fälligkeit und Zahlungsbedingungen

1. Soweit nicht anders vereinbart, ist die vereinbarte Vergütung spätestens sieben Werktage vor Beginn der Kampagne bzw. vor dem vereinbarten Leistungsbeginn zur Zahlung fällig.

2. Die Agentur ist berechtigt, für Media- und Produktionskosten angemessene Vorauszahlungen zu verlangen.
 3. Rechnungen sind innerhalb der auf der Rechnung angegebenen Zahlungsfrist ohne Abzug zu begleichen.
 4. Bei Zahlungsverzug gelten die gesetzlichen Verzugsregelungen. Gegenüber Unternehmern findet § 288 Abs. 2 BGB Anwendung.
 5. Bei Zahlungsverzug ist die Agentur nach vorheriger angemessener Aufforderung berechtigt, noch nicht erbrachte Leistungen zurückzuhalten, soweit dem keine zwingenden gesetzlichen Verpflichtungen entgegenstehen.
-

§ 16 Zahlungsverzug und Verschlechterung der Vermögensverhältnisse

1. Werden fällige Zahlungen nicht fristgerecht geleistet, ist die Agentur berechtigt, weitere Leistungen von einer Vorauszahlung oder angemessenen Sicherheitsleistung abhängig zu machen.
 2. Dies gilt auch, wenn nach Vertragsschluss konkrete Umstände bekannt werden, die begründete Zweifel an der Zahlungsfähigkeit oder Kreditwürdigkeit des Auftraggebers rechtfertigen.
 3. Bereits entstandene Ansprüche der Agentur bleiben hiervon unberührt.
 4. Ist der Auftraggeber eine Agentur oder ein Werbemittler, der die Leistungen im Auftrag eines Dritten bezieht, bleibt der Auftraggeber auch dann alleiniger Vertragspartner und Schuldner der Agentur, wenn die Finanzierung oder Bezahlung durch dessen Kunden erfolgt.
-

§ 17 Aufrechnung und Zurückbehaltungsrecht

1. Der Auftraggeber ist zur Aufrechnung nur mit unbestrittenen oder rechtskräftig festgestellten Forderungen berechtigt.
 2. Ein Zurückbehaltungsrecht kann nur wegen Gegenansprüchen aus demselben Vertragsverhältnis geltend gemacht werden.
 3. Die gesetzlichen Rechte des Auftraggebers bleiben im Übrigen unberührt.
-

§ 18 Mängel und Nacherfüllung

1. Der Auftraggeber hat die erbrachten Leistungen unverzüglich nach Erhalt bzw. Beginn der Kampagne auf erkennbare Mängel zu überprüfen und erkennbare Mängel unverzüglich in Textform anzuzeigen. Zeigt der Auftraggeber einen erkennbaren

Mangel schuldhaft nicht unverzüglich an, ist er mit Ansprüchen wegen dieses Mangels ausgeschlossen, soweit die Agentur den Mangel infolge der verspäteten Anzeige nicht mehr oder nur mit unverhältnismäßigem Aufwand beheben konnte; dies gilt nicht, wenn die Agentur den Mangel arglistig verschwiegen hat.

2. Die Mängelanzeige hat den Mangel möglichst konkret zu beschreiben und die betroffene Werbemaßnahme, den Standort, Zeitraum oder sonstige zur Prüfung erforderliche Informationen zu benennen.
3. Bei berechtigten Mängeln ist die Agentur zunächst zur Nacherfüllung berechtigt.
4. Die Nacherfüllung kann insbesondere durch Nachholung einer Werbemaßnahme, Ersatzleistung, Korrektur oder angemessene Gutschrift erfolgen.
5. Die Agentur ist berechtigt, die Art der Nacherfüllung nach billigem Ermessen zu bestimmen, soweit mehrere Möglichkeiten bestehen. Schlägt die Nacherfüllung fehl, wird sie unmöglich, verweigert die Agentur sie oder ist dem Auftraggeber eine angemessene, fruchtlos verstrichene Fristsetzung zur Nacherfüllung nicht zumutbar, bleiben die gesetzlichen Rechte des Auftraggebers auf Minderung, Rücktritt und Schadensersatz unberührt.
6. Ansprüche wegen Mängeln verjähren innerhalb der gesetzlichen Verjährungsfrist, soweit gesetzlich zulässig und in diesen AGB nichts Abweichendes vereinbart ist.
7. Für Mängel, die ausschließlich auf vom Auftraggeber bereitgestellten oder freigegebenen Werbemitteln, Inhalten, Daten oder technischen Vorgaben beruhen, haftet die Agentur nicht, sofern sie den Mangel nicht zu vertreten hat.

§ 19 Haftung

1. Die Agentur haftet unbeschränkt für Schäden, die auf Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit beruhen, sowie für Schäden aus der Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit.
2. Bei leicht fahrlässiger Verletzung wesentlicher Vertragspflichten haftet die Agentur nur für den vertragstypischen und vorhersehbaren Schaden.
3. Im Übrigen ist die Haftung der Agentur für leichte Fahrlässigkeit ausgeschlossen.
4. Die vorstehenden Haftungsbeschränkungen gelten auch zugunsten der gesetzlichen Vertreter, Mitarbeiter und Erfüllungsgehilfen der Agentur.
5. Die Haftungsbeschränkungen gelten nicht, soweit die Agentur eine Garantie übernommen oder einen Mangel arglistig verschwiegen hat oder zwingende gesetzliche Haftungsvorschriften entgegenstehen.

6. Für Ausfälle, Verzögerungen oder Leistungseinschränkungen von Medienanbietern, Vermarktern, Plattformbetreibern, technischen Dienstleistern oder sonstigen Dritten haftet die Agentur nur, soweit sie diese Umstände zu vertreten hat.

§ 20 Höhere Gewalt und sonstige unvorhersehbare Ereignisse

1. Ereignisse höherer Gewalt und sonstige außerhalb des Einflussbereichs der Agentur liegende Ereignisse, die die Durchführung einer Leistung wesentlich erschweren, verzögern oder unmöglich machen, befreien die Agentur für die Dauer und den Umfang ihrer Auswirkungen von der Leistungspflicht.
2. Hierzu zählen insbesondere Krieg, Terror, Unruhen, Naturkatastrophen, Epidemien und Pandemien, Streik, Aussperrung, Stromausfälle, erhebliche Netz- oder Systemausfälle, behördliche oder gerichtliche Maßnahmen, gesetzliche Verbote, Bau- oder Abrissmaßnahmen, Beschädigungen von Werbeträgern, außergewöhnliche Witterungsereignisse sowie sonstige unvorhersehbare Ereignisse außerhalb des Einflussbereichs der Agentur.
3. Die Agentur wird den Auftraggeber über wesentliche Beeinträchtigungen informieren, soweit ihr dies möglich und zumutbar ist.
4. Die Agentur ist berechtigt, eine wirtschaftlich und werbewirksam angemessene Ersatzleistung anzubieten.
5. Soweit die Leistung endgültig unmöglich wird, gelten die gesetzlichen Bestimmungen. Bereits entstandene Ansprüche und nicht mehr stornierbare Fremdkosten bleiben unberührt, soweit der Auftraggeber diese zu tragen hat.

§ 21 Eigentum und Herausgabe von Werbemitteln

1. Von der Agentur erstellte Entwürfe, Layouts, Konzepte, Produktionsdaten und sonstige Arbeitsergebnisse werden dem Auftraggeber erst mit vollständiger Bezahlung im Rahmen der Nutzungsrechte nach § 22 zur Nutzung freigegeben. Das Eigentum an etwaigen körperlichen Werkstücken oder Datenträgern, auf denen diese Arbeitsergebnisse verkörpert sind, verbleibt bis zur vollständigen Bezahlung bei der Agentur, soweit nicht ausdrücklich etwas anderes vereinbart wurde.
 2. Dies gilt nicht für vom Auftraggeber bereitgestellte Inhalte und Materialien.
 3. Ein Anspruch auf Herausgabe offener Arbeits-, Produktions- oder Quelldateien besteht nur, wenn dies ausdrücklich vereinbart wurde.
-

§ 22 Nutzungsrechte

1. Soweit die Agentur urheberrechtlich geschützte Leistungen erstellt, erhält der Auftraggeber nach vollständiger Zahlung die im jeweiligen Auftrag vereinbarten Nutzungsrechte.
 2. Umfang, Dauer, Gebiet und Zweck der eingeräumten Nutzungsrechte bestimmen sich nach der jeweiligen Vereinbarung.
 3. Für eigens für den Auftraggeber entwickelte, individuelle Marken- und Corporate-Design-Elemente, insbesondere Logos und Markenidentitäten, wird dem Auftraggeber, soweit nicht ausdrücklich anders vereinbart, ein ausschließliches Nutzungsrecht für den vereinbarten Zweck eingeräumt. Im Übrigen werden, soweit nicht ausdrücklich anders vereinbart, keine ausschließlichen Nutzungsrechte eingeräumt.
 4. Eine weitergehende Nutzung, Bearbeitung oder Übertragung auf Dritte bedarf einer gesonderten Vereinbarung.
 5. Nutzungsrechte an von Dritten gelieferten Materialien werden ausschließlich im Umfang eingeräumt, in dem die Agentur hierzu berechtigt ist.
-

§ 23 Referenznennung und Eigenwerbung

1. Der Auftraggeber gestattet der Agentur, durchgeführte Kampagnen, veröffentlichte Werbemotive sowie den Namen und das Logo des Auftraggebers zu eigenen Referenz- und Präsentationszwecken zu verwenden, sofern dem keine berechtigten Interessen des Auftraggebers entgegenstehen.
 2. Die Nutzung kann insbesondere auf der Website, in Präsentationen, Angebotsunterlagen, Social-Media-Auftritten und vergleichbaren Kommunikationsmitteln erfolgen.
 3. Der Auftraggeber kann einer solchen Nutzung jederzeit mit Wirkung für die Zukunft widersprechen.
-

§ 24 Vertraulichkeit

1. Die Parteien verpflichten sich, vertrauliche Informationen, die ihnen im Rahmen der Geschäftsbeziehung bekannt werden, vertraulich zu behandeln und nur für die Zwecke der Vertragsdurchführung zu verwenden.
2. Diese Verpflichtung gilt nicht für Informationen, die öffentlich bekannt sind, ohne Vertragsverletzung öffentlich bekannt werden oder aufgrund gesetzlicher Verpflichtungen offengelegt werden müssen.

3. Die Verpflichtung gilt über die Beendigung des jeweiligen Vertragsverhältnisses hinaus fort.

§ 25 Verjährung

Soweit gesetzlich zulässig, verjähren Ansprüche der Vertragsparteien gegeneinander innerhalb eines Jahres ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn. Dies gilt nicht für Ansprüche wegen Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit sowie für Ansprüche aufgrund vorsätzlichen oder grob fahrlässigen Verhaltens und für sonstige Ansprüche, für die gesetzlich zwingend eine längere Verjährungsfrist vorgesehen ist.

§ 26 Rechtswahl

1. Für sämtliche Vertragsverhältnisse zwischen der Agentur und dem Auftraggeber gilt ausschließlich das Recht der Bundesrepublik Deutschland unter Ausschluss des UN-Kaufrechts.
2. Die gesetzlichen Vorschriften über das auf Verträge mit ausländischen Unternehmen anwendbare Recht bleiben unberührt, soweit zwingendes Recht entgegensteht.

§ 27 Erfüllungsort und Gerichtsstand

1. Erfüllungsort für sämtliche Verpflichtungen aus dem Vertragsverhältnis ist, soweit gesetzlich zulässig, der Sitz der Agentur.
2. Ist der Auftraggeber Kaufmann, juristische Person des öffentlichen Rechts oder öffentlich-rechtliches Sondervermögen, wird als ausschließlicher Gerichtsstand für sämtliche Streitigkeiten aus und im Zusammenhang mit dem Vertragsverhältnis der Sitz der Agentur vereinbart.
3. Der vereinbarte Gerichtsstand gilt gleichermaßen für Klagen der Agentur gegen den Auftraggeber und für Klagen des Auftraggebers gegen die Agentur.

§ 28 Textform und Kommunikation

1. Soweit in diesen AGB oder im Vertrag die Textform vorgesehen ist, genügt die Übermittlung per E-Mail.
2. Änderungen und Ergänzungen des Vertrags bedürfen mindestens der Textform, soweit gesetzlich keine strengere Form vorgeschrieben ist.

3. Die Vereinbarung eines strengeren Formerfordernisses für individuelle Abreden ist nicht beabsichtigt.

§ 29 Schlussbestimmungen

1. Sollten einzelne Bestimmungen dieser AGB ganz oder teilweise unwirksam oder undurchführbar sein oder werden, bleibt die Wirksamkeit der übrigen Bestimmungen unberührt.
2. An die Stelle einer unwirksamen oder undurchführbaren Bestimmung tritt die gesetzliche Regelung.
3. Soweit eine gesetzliche Regelung nicht besteht, werden die Parteien eine wirksame Regelung vereinbaren, die dem wirtschaftlichen Zweck der unwirksamen oder undurchführbaren Bestimmung möglichst nahekommt.
4. Entsprechendes gilt für etwaige Regelungslücken.

Berlin, 14. September 2026 – sally's music & media GmbH