



**allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB) der
Einzigmarke GmbH (nachfolgend Markenberatung genannt)**

Stand 29.3.2024

1. Allgemeine Grundlagen/Geltungsbereich

1. Für sämtliche Rechtsgeschäfte zwischen dem Auftraggeber und dem Auftragnehmer (Markenberater) gelten ausschließlich diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen. Maßgeblich ist jeweils die zum Zeitpunkt des Vertragsabschlusses gültige Fassung.
2. Diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen gelten auch für alle künftigen Vertragsbeziehungen, somit auch dann, wenn bei Zusatzverträgen darauf nicht ausdrücklich hingewiesen wird. Diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen gelten auch für alle künftigen Vertragsbeziehungen, somit auch dann, wenn bei Zusatzverträgen darauf nicht ausdrücklich hingewiesen wird. Entgegenstehende Allgemeine Geschäftsbedingungen des Auftraggebers sind ungültig, es sei denn, diese werden vom Auftragnehmer (Markenberater) ausdrücklich schriftlich anerkannt.
3. Für den Fall, dass einzelne Bestimmungen dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen unwirksam sein und/oder werden sollten, berührt dies die Wirksamkeit der verbleibenden Bestimmungen und der unter ihrer Zugrundelegung geschlossenen Verträge nicht. Die unwirksame ist durch eine wirksame Bestimmung, die ihr dem Sinn und wirtschaftlichen Zweck nach am nächsten kommt, zu ersetzen.
4. Der Leistungsumfang ergibt sich jeweils aus der Auftragsklärung, dem Beratungsauftrag, dem vereinbarten Betreuungsauftrag und gegebenenfalls aus den Anforderungen des individuellen Sachverhaltes.
5. Bei den Tätigkeiten der Markenberatung handelt es sich ausschließlich um Dienstleistungen.

2. Umfang des Beratungsauftrages

1. Der Umfang eines konkreten Beratungsauftrages wird im Einzelfall vertraglich in Form eines schriftlichen Angebots vereinbart.
2. Die Auftragsklärung, die Beratung und die Betreuung werden nach bestem Wissen und Gewissen durchgeführt. Sie führen i. d. R. zu einer oder mehreren Handlungsempfehlungen. Die daraus resultierenden Entscheidungen werden vom Auftraggeber in eigener Verantwortung und auf eigenes Risiko getroffen, auch wenn die Markenberatung bei der anschließenden Umsetzung beratend behilflich ist.
3. Sämtliche Leistungen werden von Markenberatung gemäß der vereinbarten Leistungsbeschreibung des jeweiligen Angebots erbracht.
4. Darüber hinaus individuell vereinbarte Leistungen werden individuell kalkuliert und erst nach schriftlicher Freigabe durch den Auftraggeber erbracht.

3. Verpflichtungen der Markenberatung

1. Beide Vertragspartner verpflichten sich zur gegenseitigen Loyalität.
2. Die Markenberatung wird im Rahmen der Beratung vom Auftraggeber erhaltene vertrauliche Unterlagen vertraulich behandeln.
3. Die Markenberatung verpflichtet sich, während der Zusammenarbeit keine Aufträge zu bearbeiten oder anzunehmen, die im Konkurrenzverhältnis zum Auftraggeber stehen. Ist dies nicht mit Sicherheit seitens der Markenberatung zu beurteilen, verpflichtet diese sich, gemeinsam mit dem Auftraggeber den Sachverhalt zu prüfen und die Vereinbarung, die heraus entsteht, schriftlich für beide Parteien zu dokumentieren.
4. Diese Verpflichtung des Konkurrenzausschlusses kann auch über die aktive Zusammenarbeit hinaus gehen, was vor Auftragsbeginn individuell zwischen der Markenberatung und dem Auftraggeber vereinbart und schriftlich festgehalten wird. Dies kann für den Auftraggeber ein zusätzliches Honorar bedeuten.
5. Die Markenberatung verpflichtet sich, geschäftsrelevante Auftragsresultate nicht an Dritte weiterzugeben. Dies gilt für die Zeit vor, während und nach dem Markenberatungsauftrag.
6. Wollen Auftragsresultate von der Markenberatung für ihre Leistungserbringung an anderen Kunden genutzt werden (z.B. als Fallbeispiele), wird dies vorab schriftlich mit dem Auftraggeber vereinbart.
7. Die Markenberatung verpflichtet sich zu unbedingtem Stillschweigen über alle ihr zur Kenntnis gelangenden geschäftlichen Angelegenheiten, insbesondere Geschäfts- und Betriebsgeheimnisse sowie jedwede Information, die er über Art, Betriebsumfang und praktische Tätigkeit des Auftraggebers erhält.



8. Des weiteren verpflichtet sich die Markenberatung über den gesamten Inhalt des Werkes sowie sämtliche Informationen und Umstände, die ihr im Zusammenhang mit der Erstellung des vereinbarten Arbeitsergebnisses zugegangen sind, insbesondere auch über die Daten von Klienten des Auftraggebers, Dritten gegenüber Stillschweigen zu bewahren.
9. Die Markenberatung ist von der Schweigepflicht gegenüber allfälligen Gehilfen und Stellvertretern, denen er sich bedient, entbunden. Er hat die Schweigepflicht aber auf diese vollständig zu überbinden und haftet für deren Verstoß gegen die Verschwiegenheitsverpflichtung wie für einen eigenen Verstoß.
10. Die Schweigepflicht reicht unbegrenzt auch über das Ende dieses Vertragsverhältnisses hinaus.

4. Verpflichtungen des Auftraggebers

1. Der Auftraggeber wird der Markenberatung rechtzeitig alle notwendigen Informationen für die Durchführung des Auftrags zur Verfügung stellen.
2. Der Auftraggeber wird den Auftragnehmer (Unternehmensberater) auch über vorher durchgeführte und/oder laufende Beratungen – auch auf anderen Fachgebieten – umfassend informieren.
3. Erfüllt der Auftraggeber seine Mitwirkungspflichten nicht oder nicht rechtzeitig, geht ein hierdurch verursachter Mehraufwand und Verzögerungen zu seinen Lasten. Der Vergütungsanspruch der Markenberatung bleibt unberührt.
4. Alle Urheberrechte an den von der Markenberatung oder von ihren Mitarbeitern geleisteten Arbeiten, Ergebnisse sowie Unterlagen, wie z. B. Analysen, Dokumentationen, Organisationsunterlagen, Arbeitsunterlagen usw. verbleiben bei der Markenberatung. Der Auftraggeber darf sie nur für vertraglich festgelegte Zwecke für sein Unternehmen verwenden. Eine Vervielfältigung oder Weitergabe bedarf der schriftlichen Zustimmung der Markenberatung. Eine unberechtigte Vervielfältigung oder Weitergabe schließt eine Haftung der Markenberatung gegenüber Dritten aus und berechtigt die Markenberatung zu Unterlassungs- und Schadenersatzansprüchen.
5. Der Auftraggeber selbst ist dafür verantwortlich, die rechtliche Zulässigkeit der Nutzung oder Verwendung von Arbeitsergebnissen (z.B. Naming, Design etc.) zu prüfen oder prüfen zu lassen und die anwendbaren gesetzlichen Bestimmungen einzuhalten. Im Fall vertrags- und/oder weisungsgemäßer Leistungserbringung stellt der Auftraggeber die Markenberatung von Ansprüchen Dritter frei.

5. Nennung als Referenz

1. Die Markenberatung ist berechtigt, den Auftraggeber allgemein im Rahmen von Angeboten für Dritte und auf seiner Internetseite als Referenz zu benennen und zu diesem Zweck in marktüblicher Form die Marke und/oder das Logo des Auftraggebers zu verwenden.
2. Der Auftraggeber ist berechtigt, jederzeit von der Markenberatung schriftlich zu verlangen, die Nutzung seiner Marke und/oder des Logos künftig zu unterlassen. GMK wird dem innerhalb angemessener Frist nachkommen.

6. Laufzeit/Kündigung

1. Der Auftrag beginnt an dem im jeweiligen Auftrag bestimmten Datum und endet automatisch mit vollständiger Leistungserbringung oder dem Ablauf der vereinbarten Laufzeit.
2. Das Recht zur Kündigung aus wichtigem Grund nach Maßgabe der gesetzlichen Bestimmungen bleibt unberührt. Sofern im Hinblick auf das vertragswidrige Verhalten einer Partei Abhilfe möglich ist, ist die Kündigung erst nach erfolglosem Ablauf einer zur Abhilfe bestimmten angemessenen Frist nach Maßgabe der gesetzlichen Bestimmungen zulässig.
3. Die Kündigung aus wichtigem Grund durch eine Partei ist insbesondere zulässig, wenn die andere Partei
 - a. in schwerwiegender Weise gegen ihre vertraglichen Hauptpflichten verstößt,
 - b. gegen Vertraulichkeitspflichten verstößt,
 - c. gegen datenschutzrechtliche Bestimmungen verstößt oder
 - d. ihre Zahlungen einstellt, über ihr Vermögen ein Insolvenz- oder ein Vergleichsverfahren eröffnet oder mangels Masse abgelehnt wird oder ein außergerichtliches Vergleichsverfahren stattfindet.
4. Ein wichtiger Grund für die Markenberatung liegt insbesondere vor, wenn der Auftraggeber seine Mitwirkungspflichten nicht oder nicht rechtzeitig erfüllt und die Leistungserbringung hierdurch erheblich oder dauerhaft erschwert oder unmöglich wird.



5. Ein wichtiger Grund für die Markenberatung liegt ferner vor, wenn der Auftraggeber mit einer (1) monatlichen Zahlung in Verzug oder mit einer sonstigen Zahlung mehr als zwanzig (20) Kalendertagen in Verzug ist. Die Kündigung ist in diesen Fällen ohne weitere Nachfrist zulässig.
6. Die außerordentliche Kündigung eines Auftrags bedarf der Schriftform.

7. Haftung Schadensersatz

1. Die Markenberatung haftet dem Auftraggeber für Schäden – ausgenommen für Personenschäden - nur im Falle groben Verschuldens (Vorsatz oder grobe Fahrlässigkeit).
2. Schadenersatzansprüche des Auftraggebers können nur innerhalb von sechs Monaten ab Kenntnis von Schaden und Schädiger, spätestens aber innerhalb von drei Jahren nach dem anspruchsbegründenden Ereignis gerichtlich geltend gemacht werden.
3. Der Auftraggeber hat jeweils den Beweis zu erbringen, dass der Schaden auf ein Verschulden der Markenberatung zurückzuführen ist.

8. Preise

1. Die Vergütung der Markenberatung beinhaltet ein festes Ergebnishonorar und gegebenenfalls einen Auslagenersatz. Der Auslagenersatz beinhaltet vorab zu vereinbarende direkte bzw. indirekte Auslagen. Alle Vergütungen verstehen sich als Nettosätze, welchen die jeweils gültige Mehrwertsteuer noch hinzuzurechnen ist.
2. Vor Beginn der Zusammenarbeit erhält die Markenberatung eine Anzahlung von 30% des vereinbarten Gesamtpreises.
3. Die Markenberatung ist berechtigt, dem Arbeitsfortschritt entsprechend Zwischenabrechnungen zu legen und dem jeweiligen Fortschritt entsprechende Akonti zu verlangen. Das Honorar ist jeweils mit Rechnungslegung durch die Markenberatung fällig.
4. Nach Vollendung des vereinbarten Ergebnisses erhält die Markenberatung ein Honorar gemäß der Vereinbarung zwischen dem Auftraggeber und der Markenberatung.
5. Die Markenberatung wird jeweils eine zum Vorsteuerabzug berechtigende Rechnung mit allen gesetzlich erforderlichen Merkmalen ausstellen.
6. Anfallende Barauslagen, Spesen, Reisekosten, etc. sind gegen Rechnungslegung der Markenberatung vom Auftraggeber zusätzlich zu ersetzen.
7. Unterbleibt die Ausführung des vereinbarten Ergebnisses aus Gründen, die auf Seiten des Auftraggebers liegen, oder aufgrund einer berechtigten vorzeitigen Beendigung des Vertragsverhältnisses durch die Markenberatung, so behält die Markenberatung den Anspruch auf Zahlung des gesamten vereinbarten Honorars abzüglich ersparter Aufwendungen.
8. Im Falle der Nichtzahlung von Zwischenabrechnungen ist der Auftragnehmer (Unternehmensberater) von seiner Verpflichtung, weitere Leistungen zu erbringen, befreit. Die Geltendmachung weiterer aus der Nichtzahlung resultierender Ansprüche wird dadurch aber nicht berührt.

9. Elektronische Rechnungslegung

9. Die Markenberatung ist berechtigt, dem Auftraggeber Rechnungen auch in elektronischer Form zu übermitteln. Der Auftraggeber erklärt sich mit der Zusendung von Rechnungen in elektronischer Form durch die Markenberatung ausdrücklich einverstanden.

10. Schlussbestimmungen

1. Die Vertragsparteien bestätigen, alle Angaben im Vertrag gewissenhaft und wahrheitsgetreu gemacht zu haben und verpflichten sich, allfällige Änderungen wechselseitig umgehend bekannt zu geben.
2. Änderungen des Vertrages und dieser AGB bedürfen der Schriftform; ebenso ein Abgehen von diesem Formerfordernis. Mündliche Nebenabreden bestehen nicht.
3. Es gilt deutsches Recht. Gerichtsstand ist Düsseldorf.



4. Sollten sich einzelne Bestimmungen des Beratungsauftrages oder dieser ihm zugrundeliegenden Allg. Geschäftsbedingungen ganz oder teilweise als unwirksam oder undurchführbar erweisen oder unwirksam oder undurchführbar werden, bleiben die übrigen Bestimmungen und ihre Wirksamkeit im Ganzen hiervon unberührt. An die Stelle der unwirksamen oder undurchführbaren Bestimmung soll die wirksame und durchführbare Bestimmung treten, die dem Sinn und Zweck der nichtigen Bestimmung möglichst nahe kommt.