

Allgemeine Geschäftsbedingungen für die Zusammenarbeit von Werbeagenturen und Auftraggebern

§ 1 Die Agentur verpflichtet sich, alle ihr im Rahmen der Zusammenarbeit mit dem Kunden zur Kenntnis gelangenden Geschäftsgeheimnisse mit der Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns zu wahren und alle diesbezüglichen Informationen und Unterlagen vertraulich zu behandeln. Die Sorgfalts- und Verschwiegenheitspflicht währt über das Vertragsende hinaus und gilt auch, wenn eine Zusammenarbeit nicht zustande kommt.

§ 2 Die Agentur arbeitet als selbständiges, unabhängiges Unternehmen nach treuhänderischen Gesichtspunkten. Sie ist bemüht, entsprechend der Aufgaben- und Terminvorgabe des Werbungtreibenden, die für die Erfüllung des Auftrages erforderlichen personellen und sachlichen Voraussetzungen bereitzustellen, in der Beratung absolute Objektivität zu wahren und die Interessen des Werbungtreibenden – insbesondere auch bei der Auswahl und Beauftragung Dritter – in jeder möglichen Form zu vertreten.

§ 3 Bei Auftragsdurchführung ist die Agentur verpflichtet, sich hinsichtlich der zu treffenden Maßnahmen mit dem Werbungtreibenden abzustimmen und ihm die Entwürfe für die vorgeschlagenen Werbemittel, die eingeholten Kostenvoranschläge, Terminpläne zur Bewilligung vorzulegen. Die Werbeagentur überwacht die ordnungsgemäße Durchführung aller Werbemaßnahmen. Es steht im Ermessen der Agentur, für die Ausführung ihrer Grundleistungen ihr geeignet erscheinende Dritte heranzuziehen.

Werden von der Agentur im Zuge der Produktionsabwicklung Fremdangebote eingeholt, jedoch der Auftrag vom Kunden anderweitig vergeben, so berechnet die Agentur die für die Angebotseinholung aufgewendeten Leistungen nach Zeit- und Kostenaufwand.

Wird ein Fremdauftrag über die Agentur abgewickelt, berechnet sie 15 Prozent des Auftragswertes als Bearbeitungspauschale.

Für Aufträge, die im Namen und auf Rechnung des Werbungtreibenden erteilt werden, übernimmt die Agentur gegenüber dem Werbedurchführenden keinerlei Haftung. Die Agentur tritt lediglich als Mittler auf.

§ 4 Wird die Agentur mit einer Präsentation beauftragt, so erkennt der Werbungtreibende damit an, dass die Ausarbeitung der Konzeption angemessen zu honorieren ist. Wurde ein Honorar nicht vereinbart, so gilt die vorgelegte Preisliste der Agentur (bzw. branchenübliche Honorarforderungen). Die Agentur kann in keinem Fall unverbindlich und kostenlos arbeiten, auch nicht bei Nichtverwendung der eingereichten Ausarbeitungen oder erfolgten Beratungen.

§ 5 Wird das Agenturhonorar mit der Mittelprovision aus dem Schaltvolumen finanziert, so muss das zu Beginn der Konzeptionsfindung genannte Media-Schaltvolumen innerhalb eines Jahres geschaltet werden, um die von der Agentur erbrachten Leistungen zu regulieren. Ansonsten berechnet die Agentur ihren Aufwand entsprechend der in ihrer Preisliste ausgewiesenen Beraterhonorare.

§ 6 Der Werbungtreibende verpflichtet sich, die Agentur rechtzeitig über Art, Umfang und Zeitfolge der geforderten Leistungen zu unterrichten und ihr alle für die sachgemäße Durchführung des Auftrages benötigten Informationen und Unterlagen, soweit diese ihm verfügbar sind, fristgerecht und kostenlos zu liefern.

Der Werbungtreibende verpflichtet sich, der Agentur nur zur Veröffentlichung oder Vervielfältigung freigegebene Vorlagen wie Fotos, Modelle oder sonstige Arbeitsunterlagen zu übergeben.

§ 7 Sofern die Honorierung der Agentur nicht durch ein schriftliches Angebot geregelt ist, geschieht diese nach den Richtlinien des Bundes Deutscher Grafikdesigner (BDG) bzw. auf der jeweils gültigen

Berechnungsgrundlage der Agentur. Im Agenturhonorar sind die Leistungen für Werbevorbereitung, Werbegestaltung, Werbetext enthalten.

Separat berechnet werden: Materialien, Reinzeichnungen, Übersetzungen, Fahrkosten, Spesen, Organisations- und Beschaffungskosten, Urheberrechtsübertragungen sowie technische Kosten wie Satz, Zwischenaufnahmen, Fotos, Fotoabzüge, Werkzeugkosten und Herstellung von Werbemitteln, Leistungen hinzugezogener Spezial-Unternehmungen (Marktforschung etc.) je nach entsprechendem Aufwand.

Die Agentur ist in jedem Fall berechtigt, angemessene Abschlagszahlungen zu verlangen, deren Höhe sich am Verhältnis zwischen den erbrachten Leistungen und dem Gesamtumfang der vertraglich geschuldeten Leistung orientiert.

Kommt eine von der Agentur ausgearbeitete und vom Werbungtreibenden genehmigte Konzeption aus Gründen, die die Agentur nicht zu vertreten hat, nicht zur Durchführung, so bleibt der Honoraranspruch der Agentur davon unberührt.

Der Beschaffungs-, Organisations- und Überwachungsaufwand der Agentur wird entweder durch Provisionierung durch den Lieferanten bzw. bei Berechnung durch die Agentur an den Werbungtreibenden abzüglich sämtlicher Rabatte und Provisionen plus „Service-free“ getragen.

§ 8 Ein der Agentur schriftlich oder mündlich erteilter Auftrag gilt als angenommen, wenn die Übernahme nicht innerhalb von 14 Tagen nach Auftragserteilung schriftlich abgelehnt wird.

§ 9 Nutzungs- und sonstige Rechte an den eingereichten Vorschlägen gehen nur insoweit auf den Werbungtreibenden über, als dies aus der anfänglichen Aufgabenstellung hervorgeht (Vertriebsgebiet, Auflagen, Zeiträume etc.), ansonsten sind diese gesondert zu regeln.

§ 10 Für die Eintragungs- und Schutzfähigkeit von Entwürfen wird die Gewähr seitens der Agentur nur nach besonderer Vereinbarung übernommen.

§ 11 Der Werbungtreibende ist nicht berechtigt, die von der Agentur im Angebotsstadium eingereichten Vorschläge zu verwenden, und zwar unabhängig davon, ob sie urheberrechtlich geschützt sind oder nicht. Dies gilt auch für eine Verwendung in abgewandelter Form oder durch Dritte.

§ 12 Die Agentur haftet nicht bei Nichtlieferung, Leistungsmangel oder Verzug von Werbeträgern oder sonstigen Drittbeauftragten, die nicht ihre Erfüllungshilfen sind, auch nicht für deren vorsätzliches oder grob fahrlässiges Verhalten. In anderen Fällen tritt die Agentur ihre Ersatzansprüche gegen den Dritten an den Werbungtreibenden ab.

Die Agentur selbst haftet nur für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit.

Terminvereinbarungen werden von der Agentur mit der allgemeinen Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns beachtet. Fixgeschäfte bedürfen einer besonderen Vereinbarung. Anderenfalls ist die Agentur lediglich zur nachträglichen ordnungsgemäßen Leistung verpflichtet. Eine Stornierung des Auftrages ist ausgeschlossen.

Nach der Druckreiferklärung durch den Werbungtreibenden ist die Agentur von jeder Verantwortung für die Richtigkeit der vorgelegten Unterlagen befreit. Soweit der Werbungtreibende von sich aus Korrekturen vornehmen läßt, entfällt jede Haftung der Agentur. Eine Haftung für die wettbewerbsrechtliche Unbedenklichkeit einer Werbung wird nicht übernommen, insbesondere ist die Agentur nicht verpflichtet, jeden Entwurf vorher juristisch überprüfen zu lassen.

§ 13 Mit der Zahlung des Agenturhonorars einschließlich der Lizenz für die Übertragung des Vervielfältigungsrechts erwirbt der Werbungtreibende nur das Recht zur Vervielfältigung der Arbeit im vereinbarten Umfang und zu dem vereinbarten speziellen Zweck. Geht die Verwendung über den vereinbarten Umfang und Zweck hinaus, ist eine neuerliche Vereinbarung sowie eine zusätzliche Honorierung erforderlich.

Nutzungsrechte für Ausland oder Rechte für weitere Auflagen gelten nicht als mitübertragen, sofern nicht eine besondere Vereinbarung erfolgt.

Vorentwürfe und Entwürfe bleiben nach geltendem Urheberrecht Eigentum der Agentur und sind auf Wunsch in angemessener Frist nach Beendigung des Auftrags zurückzugeben. Für deren Beschädigungen haftet der Werbungtreibende nach allgemeinen Grundsätzen.

Die Agentur ist berechtigt, die von ihr gestellten Werbemittel zu signieren und in ihrer Eigenwerbung auf die Betreuung des Werbungtreibenden hinzuweisen.

Die nach den Richtlinien des Bundes Deutscher Grafiker (BDG) obligatorischen Belegexemplare sind der Agentur nach Fertigstellung ohne besondere Aufforderung zu übergeben.

§ 14 Das Agenturhonorar inkl. evtl. vorausgelegter Kosten zuzüglich Mehrwertsteuer ist nach Rechnungstellung ohne Abzug zu zahlen. Werbemittelrechnungen und Anzeigenrechnungen sind sofort nach Übermittlung durch die Agentur an den Werbungtreibenden rein netto fällig.

Zielüberschreitungen werden mit Verzugszinsen in Höhe des jeweiligen Diskontsatzes der Deutschen Bundesbank berechnet. Die Geltendmachung eines weiteren Verzugs Schadens bleibt ausdrücklich vorbehalten.

§ 15 Die Nichtigkeit oder Unwirksamkeit einzelner Klauseln dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen berührt nicht die Wirksamkeit der Allgemeinen Geschäftsbedingungen im übrigen. An die Stelle der mangelhaften tritt dann die Klausel, deren wirtschaftlicher und juristischer Sinn dem der mangelhaften Klausel am nächsten kommt.

§ 16 Erfüllungsort und Gerichtsstand für alle Streitigkeiten, auch für Wechsel- und Scheckverbindlichkeiten, ist der Sitz der Agentur.