

Allgemeine Geschäftsbedingungen der TE + TE Werbeagentur GmbH

Stand Oktober 2006



TE + TE Werbeagentur GmbH

ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN

Information: Unsere Geschäftsbedingungen enthalten allgemein branchenübliche und anerkannte Regeln und sind für die reibungslose Zusammenarbeit zwischen Werbeagentur (nachstehend „Agentur“ genannt) und den Auftraggebern (nachstehend „Werbungtreibende“ genannt) zu verstehen.

Die Allgemeinen Geschäftsbedingungen liegen, sofern nicht ausdrücklich etwas Gegenteiliges vereinbart wurde, den vorliegenden und allen künftigen Verträgen zwischen Agentur und Werbungtreibenden zugrunde, auch wenn dies künftig nicht mehr ausdrücklich im Einzelfall vereinbart werden sollte. Eigene Bedingungen des Werbungtreibenden werden nur Vertragsbestandteil, wenn dies ausdrücklich vereinbart wurde.

§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 selbstständiges, 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 durchschnittlich 15 % 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 Honoraranforderungen). 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 Mittlerprovision aus dem Schaltvolumen (Budget) 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 Verbandes der Werbeagenturen bzw. auf der jeweiligen Berechnungsgrundlage der Agentur. Im Agenturhonorar sind die Leistungen für Werbevorbereitung, Werbeplanung, Werbegestaltung, Werbetext enthalten. Separat berechnet werden: Materialien, Reinzeichnungen, Übersetzungen, Fahrtkosten, 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. Die Zahlung von Abschlagsrechnung ist grundsätzlich ohne Abzug von Skonto fällig. 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-fee“ getragen (wie §4).

§ 8

Ein der Agentur schriftlich oder mündlich erteilter Auftrag gilt als angenommen, wenn die Agentur die Übernahme nicht innerhalb von 14 Tagen nach Auftragserteilung schriftlich ablehnt oder wenn der Auftrag zu Bedingungen erteilt wurde, die sich nicht mit dem Angebot der Agentur decken.

§ 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 sie gesondert zu regeln.

§ 10

Die Agentur prüft nicht, ob Ware oder Leistung, insbesondere die Entwürfe, gegen Rechte Dritter (Urheberrecht, Warenzeichen, Firmenrecht etc.) verstoßen bzw. als Warenzeichen schutzfähig sind. Insoweit schließen wir jede Haftung auch für mittelbare Schäden des Auftraggebers aus.

§ 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 Nichterfüllung, 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 oder 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 Druckreifeerklärung 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 kann nicht übernommen werden, insbesondere ist die Agentur nicht verpflichtet, jeden Entwurf vorher juristisch überprüfen zu lassen.

§ 13

Mit der Zahlung des Agenturhonorares 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. Auslandsrechte 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 in angemessener Frist nach Beendigung des Auftrags zurückzugeben. Für Beschädigungen haftet der Werbungtreibende. Die Agentur ist berechtigt, die von ihr gestellten Werbemittel zu signieren und in ihrer Eigenwerbung auf die Betreuung des Werbungtreibenden hinzuweisen. Belegexemplare sind der Agentur nach Fertigstellung ohne besondere Aufforderung zu übergeben.

§ 14

Vorlagen, Dateien und sonstige Arbeitsmittel (Negative, Originalillustrationen etc.), die die Agentur erstellt oder erstellen lässt, bleiben Eigentum der Agentur. Eine Herausgabepflicht besteht nicht. Zur Aufbewahrung oder Pflege ist die Agentur nicht verpflichtet.

§ 15

Das Agenturhonorar incl. evtl. verauslagter Kosten zuzüglich Mehrwertsteuer ist nach Rechnungsstellung ohne Abzug zu zahlen, es sei denn die Agentur bestätigt in ihrem Angebot eine andere Regelung. Werbemittelrechnungen und Anzeigenrechnungen sind sofort nach Übermittlung durch die Agentur an den Werbungtreibenden rein netto fällig. Zielüberschreitungen werden mit 5 % Verzugszinsen über dem jeweiligen Diskontsatz der Deutschen Bundesbank (bzw. vergleichbarer Bank) berechnet. Die Geltendmachung eines weiteren Verzugs Schadens bleibt ausdrücklich vorbehalten.

§ 16

Die Nichtigkeit einzelner Formulierungen dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen berührt nicht die Wirksamkeit im übrigen. An die Stelle der unwirksamen Klausel tritt diejenige Klausel, die in ihrer Wirkung der unwirksamen Klausel wirtschaftlich am nächsten kommt.

§ 17

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