

ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN

Für die Zusammenarbeit zwischen der DIG/PLUS GMBH Agentur für Kommunikation, nachfolgend Agentur genannt und Auftraggebern

Die nachfolgenden Bedingungen finden auf alle Verträge der DIG/PLUS GMBH Anwendung. Ergänzend gelten das Bürgerliche Gesetzbuch (BGB), das Handelsgesetzbuch sowie das Urheberrechtsgesetz (UrhG).

Allgemeine Hinweise

§ 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 Vertragende hinaus und gilt auch, wenn eine Zusammenarbeit nicht zustande kommt.

§ 2 Die Agentur arbeitet als selbständiges, unabhängiges Unternehmen nach treuhänderischen Gesichtspunkten. Sie verpflichtet sich, entsprechend der Aufgaben und Terminvorgaben 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 Die Agentur ist bereit, während der Vertragsdauer kein Produkt eines anderen Werbungtreibenden agenturmäßig zu betreuen, das zu diesem Vertrag betreffenden Produkt-/Dienstleistungsbereich in direktem Wettbewerb steht.

Auftragserteilung

§ 4 Die Auftragserteilung an die Agentur erfolgt in der Regel schriftlich. Eine mündliche Auftragserteilung ist in Ausnahmefällen möglich. 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.

§ 5 Bei Auftragsdurchführung ist die Agentur verpflichtet, sich hinsichtlich der zu treffenden Maßnahmen mit dem Werbungtreibenden abzustimmen und ihm die Entwürfe für die vorgeschlagenen Werbemittel 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 (Fremdleistungen) heranzuziehen.

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

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

§ 6 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 und erfolgten Beratungen.

§ 7 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.

Honorierung der Agentur- und Fremdleistungen

§ 8 Sofern die Honorierung der Agentur nicht durch einen Vertrag bzw. durch ein schriftliches Angebot geregelt ist, geschieht diese auf der jeweils gültigen Berechnungsgrundlage der Agentur (Preisliste der Agentur).

Wird die Honorierung der Agentur mit der Mittlerprovision 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.

§ 9 Die Honorierung der Agentur erfolgt durch Vergütung der Agenturleistungen und der Fremdleistungen.

Die Agenturleistungen beinhalten die Leistungen und Kosten für Werbevorbereitung, Werbeplanung, Werbegestaltung, Werbetext und Kommunikationsberatung.

Die Fremdleistungen beinhalten nachfolgende Leistungen und Kosten, die nach Aufwand berechnet werden:

- technische Kosten wie Satz, Reinzeichnungen (Filme, elektron. Datenträger), Fotos, Fotoabzüge, Zwischenaufnahmen, Werkzeugkosten und Materialien,
- Kosten der Herstellung von Werbemitteln,
- Fahrtkosten, Spesen, Organisations- und Beschaffungskosten,
- Verpackungs- und Versandkosten
- Übersetzungen, Übertragungen von Nutzungsrechten sowie
- Leistungen hinzugezogener Spezialunternehmen (Marktforschung, Beratung etc.).

Der Beschaffungs-, Organisations- und Überwachungsaufwand der Agentur wird abzüglich sämtlicher Rabatte und Provisionen zzgl. "Servicefee" in Höhe von 17,65% auf die Fremdleistungen vom Werbungtreibenden getragen, es sei denn, Agentur und Werbungtreibender vereinbaren sich gesondert.

Die Agentur ist in jedem Fall berechtigt, angemessene Abschlagszahlungen zu verlangen, deren Höhe sich am Verhältnis zwischen der erbrachten Leistung 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.

Urheber- und Nutzungsrechte

§ 10 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.

§ 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 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. Auslandsrechte oder Rechte für weitere Auflagen gelten nicht als mit übertragen, 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 Auftrages zurückzugeben. Für Beschädigungen haftet der Werbungtreibende.

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

Haftung, Gewährleistung

§ 13 Die Agentur haftet nicht bei Nichterfüllung, Leistungsmangel oder Verzug von Werbeträgern oder sonstigen Drittbeauftragten, die nicht ihre Erfüllungsgehilfen 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.

Nach der Druckreifeerklärung (Imprimatur) 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.

Zahlungsbedingungen, Sonstiges

§ 14 Das Agenturhonorar sowie verauslagte Kosten zuzüglich Mehrwertsteuer sind innerhalb von 14 Kalendertagen nach Rechnungsstellung ohne Abzug fällig.

Werbemittel- und Anzeigenrechnungen sind innerhalb von 14 Kalendertagen nach Rechnungsstellung ohne Abzug fällig.

Zahlungsverzug des Werbungtreibenden wird mit 5% Verzugszinsen über dem jeweiligen Diskontsatz der Deutschen Bundesbank berechnet. Die Geltendmachung eines weiteren Verzugschadens bleibt ausdrücklich vorbehalten.

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

§ 16 Erfüllungsort und Gerichtsstand für alle Streitigkeiten, auch für Wechsel- und Scheckverbindlichkeiten, ist Berlin.

Berlin, den 1. Januar 2012