

#### Allgemeine Geschäftsbedingungen · NEW COLOR® Werbeagentur

Diese Geschäftsbedingungen enthalten allgemein branchenübliche und anerkannte Regeln und sind für die reibungslose Zusammenarbeit zwischen NEW COLOR®, Andreas Kunz (nachstehend „Agentur“) und ihren Auftraggebern (nachstehend „Werbungtreibende“) zu verstehen. Die Allgemeinen Geschäftsbedingungen liegen, sofern nicht ausdrücklich etwas Gegenteiliges vereinbart wurde, den vorliegenden und allen künftigen Verträgen zwischen Agentur und Werbungtreibenden zu Grunde, 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 Pflichten der Agentur

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.
2. Die Sorgfalts- und Verschwiegenheitspflicht währt über das Vertragsende hinaus und gilt auch, wenn eine Zusammenarbeit nicht zu Stande kommt.

#### § 2 Arbeitsweise der Agentur

1. 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 Konkurrenzausschluss

1. Die Agentur ist bereit, während der Vertragsdauer kein Produkt eines anderen Werbungtreibenden agenturmäßig zu betreuen, das zu dem diesen Vertrag betreffenden Produktbereich/Dienstleistungsbereich in direktem oder indirektem Wettbewerb steht.

#### § 4 Auftragsdurchführung

1. Bei Auftragsdurchführung ist die Agentur verpflichtet, sich hinsichtlich der zu treffenden Maßnahmen mit dem Werbungtreibenden abzustimmen und ihm die Entwürfe/Fotos für die vorgeschlagenen Werbemittel, die eingeholten Kostenvoranschläge und Terminpläne zur Bewilligung vorzulegen.
2. Die Werbeagentur überwacht die ordnungsgemäße Durchführung aller Werbemaßnahmen. Es steht im Ermessen der Agentur, für die Ausführung ihrer Grundleistungen ihr geeignet erscheinende Dritte heranzuziehen.
3. Werden von der Agentur im Zuge der Produktionsabwicklung Fremdangebote eingeholt, jedoch der Auftrag vom Kunden anderweitig vergeben, so berechnet die Agentur die für die Angebotsanforderung aufgewendeten Leistungen nach Zeit und Kostenaufwand.
4. Wird ein Fremdauftrag über die Agentur abgewickelt, berechnet sie 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.

#### § 5 Präsentation

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

#### § 6 Honorar aus Schaltvolumen

1. Wird das Agenturhonorar 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.

#### § 7 Pflichten des Werbungtreibenden

1. 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, so weit diese ihm verfügbar sind, fristgerecht und kostenlos zu liefern.
2. Der Werbungtreibende verpflichtet sich, der Agentur nur zur Veröffentlichung oder Vervielfältigung freigegebene Vorlagen wie Fotos, Modelle oder sonstige Arbeitsunterlagen zu übergeben.

#### § 8 Honorar

1. Sofern die Honorierung der Agentur nicht durch ein schriftliches Angebot geregelt ist, geschieht diese nach den Richtlinien des Bundesverbandes der Werbeagenturen bzw. auf der jeweils gültigen Berechnungsgrundlage der Agentur.
2. Im Agenturhonorar sind die Leistungen für Werbevorbereitung, Werbeplanung, Werbegestaltung, Werbetext, Fotografie 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 Spezialunternehmen (Marktforschung etc.) je nach entsprechendem Aufwand.
3. 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.
4. Kommt eine von der Agentur ausgearbeitete und vom Werbungtreibenden genehmigte Konzeption aus Gründen, welche die Agentur nicht zu vertreten hat, nicht zur Durchführung, so bleibt der Honoraranspruch der Agentur davon unberührt.
5. 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.
6. Bei Fremdschaltungen von Anzeigen oder Druckaufträgen berechnet die Agentur in der Regel 15% vom Schaltwert, bzw. Druckpreis für die Abstimmung, Datenaufbereitung und Handling.

#### § 9 Auftragsannahme

1. 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.

#### § 10 Nutzungsrechte

1. 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.

2. Im Falle der Zurverfügungstellung von digitalen Daten oder Weitergabe an Dritte zur Nutzung der Arbeiten, werden niemals native Datenformate, sondern rein Zweckbestimmte übergeben (Vektorformate werden beispielsweise immer als Pixelformate geliefert).
3. Ideen, Konzeptionen, Entwürfe, digitale Druck-Vorlagen (dies betrifft auch Teile dessen) dürfen zu keinem anderen Zweck als dem vereinbarten genutzt werden, sofern nicht ausdrücklich eine anderslautende Vereinbarung getroffen wurde.

#### § 11 Eigentumsvorbehalt

1. An digital, wie manuell erstellten Entwürfen, Werkzeichnungen und digitalen Vorlagen zur Realisierung werden lediglich Nutzungsrechte eingeräumt, ein Eigentumsrecht wird nicht übertragen. Der Auftraggeber kann von der Agentur digitale Daten, Druckvorlagen, Ideen, Entwürfe oder Endprodukte jeglicher Form erwerben. Der Auftraggeber ist erst nach Zahlung des zu vereinbarenden Honorars in voller Höhe zur Nutzung berechtigt. Eine Verpflichtung der Agentur zur Herausgabe besteht nicht.

#### § 12 Verwendung der Entwürfe

1. 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.

#### § 13 Eintrags- und Schutzfähigkeit

1. Für die Eintrags- und Schutzfähigkeit von Entwürfen wird die Gewähr seitens der Agentur nur nach besonderer Vereinbarung übernommen.

#### § 14 Musik

1. Niemand darf ohne Genehmigung von NEW COLOR® Werbung, Andreas Kunz, ein Werk abdrucken, senden, ausstellen, aufführen, ins Internet stellen oder verändern. Die Nutzungseinerlaubnis erfolgt ausschließlich gegen Zahlung eines Honorars, welches im Einzelfall festzulegen ist. Wird ein musikalisches Werk nachträglich durch NEW COLOR® verändert (z.B. durch Übersetzung, textliche Änderung, musikalische Änderung, usw.), unterliegt das Ursprungswerk den gleichen Nutzungsbedingungen, wie das Weiterentwickelte.

#### § 15 Hosting

1. Domainnamen, die im Auftrag des Endkunden durch die Agentur bei der jeweiligen Registrierungsstelle angemeldet und gehostet werden, fallen bei Zahlungsverzug oder eintretender Insolvenz des Endkunden an NEW COLOR® und werden entweder überschrieben oder in Transfer gesetzt oder es wird die Löschung beauftragt.

#### § 16 Haftung

1. 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.
2. In anderen Fällen tritt die Agentur ihre Ersatzansprüche gegen den Dritten an den Werbungtreibenden ab.
3. Die Agentur selbst haftet nur für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit.
4. Terminvereinbarungen werden von der Agentur mit der allgemeinen Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns beachtet.
5. Fixgeschäfte bedürfen einer besonderen Vereinbarung. Andernfalls ist die Agentur lediglich zur nachträglichen ordnungsgemäßen Leistung verpflichtet. Eine Stornierung des Auftrages ist ausgeschlossen.
6. Nach der Druckfreierklärung durch den Werbungtreibenden ist die Agentur von jeder Verantwortung für die Richtigkeit der vorgelegten Unterlagen befreit.
7. Soweit der Werbungtreibende von sich aus Korrekturen vornehmen lässt, entfällt jede Haftung der Agentur.
8. 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.

#### § 17 Verwendung

1. 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.
2. Geht die Verwendung über den vereinbarten Umfang und Zweck hinaus, ist eine neuerliche Vereinbarung sowie eine zusätzliche Honorierung erforderlich.
3. Auslandsrechte oder Rechte für weitere Auflagen gelten nicht als mitübertragen, sofern nicht eine besondere schriftliche Vereinbarung erfolgt.
4. 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.
5. Die Verwendung von Gestaltungselementen, welche auf einem von der Agentur entwickelten Designkonzept beruhen, dürfen nur mit schriftlicher Genehmigung der Agentur außerhalb von Agenturaufträgen genutzt werden. Sämtliche Copyrights verbleiben bei der Agentur.
6. Die Agentur ist berechtigt, die von ihr gestellten Werbemittel zu signieren und in ihrer Eigenwerbung zu verwenden, sowie auf die Betreuung des Werbungtreibenden hinzuweisen.
7. Die obligatorischen Belegexemplare sind der Agentur nach Fertigstellung ohne besondere Aufforderung zu übergeben.

#### § 18 Fälligkeit und Verzug

1. Das Agenturhonorar inkl. evtl. verauslagter Kosten zuzüglich Mehrwertsteuer ist nach Rechnungsstellung ohne Abzug zu zahlen.
2. Werbemittelrechnungen und Anzeigenrechnungen sind sofort nach Übermittlung durch die Agentur an den Werbungtreibenden rein netto fällig.
3. Zielüberschreitungen werden mit 5 % Verzugszinsen über dem jeweiligen Diskontsatz der Deutschen Bundesbank berechnet.
4. Die Geltendmachung eines weiteren Verzugschadens bleibt ausdrücklich vorbehalten.

#### § 19 Salvatorische Klausel

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

#### § 20 Gerichtsstand

1. Erfüllungsort und Gerichtsstand für alle Streitigkeiten, auch für Wechsel- und Scheckverbindlichkeiten, ist Stendal.

© NEW COLOR® · Stand: 2012



intüiv kreativ!