

Allgemeine Geschäftsbedingungen für die Zusammenarbeit von concret-marketing - Inhaber Uwe Diedrich (hier als Agentur genannt)**und Auftraggeber (hier als Werbungtreibenden genannt)**

§ 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 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 dem diesen Vertrag betreffenden Produkt- / Dienstleistungsbereich in direktem oder indirektem Wettbewerb steht.

§ 4 Bei Auftragsdurchführung ist die Agentur verpflichtet, sich hinsichtlich der zu treffenden Maßnahmen mit dem Werbungtreibenden abzustimmen und ihm die Entwürfe für die vorgeschlagenen Werbemittel, Terminpläne zur Bewilligung vorzulegen.

Die Agentur 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 Angebote für Fremdleistungen 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 auf Fremdleistungen 17,65 % Service Fee als Bearbeitungspauschale. 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.

§ 5 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 branchenübliche Honorarforderung (laut Etat-Kalkulator des creativ collection Verlages der jeweils - aktuellsten Ausgabe). Die Agentur kann in keinem Fall unverbindlich und kostenlos arbeiten, auch nicht bei Nichtverwendung der eingereichten Ausarbeitungen oder erfolgten Beratungen.

§ 6 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 branchenüblichen Honorarforderung (laut Etat-Kalkulator des creativ collection Verlages der jeweils - aktuellsten Ausgabe).

§ 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 Auftrags 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.

§ 8 Sofern die Honorierung der Agentur nicht durch ein schriftliches Angebot geregelt ist, geschieht diese auf der jeweils gültigen Berechnungsgrundlage der Agentur (laut Etat-Kalkulator des creativ collection Verlages der jeweils - aktuellsten Ausgabe). Im Agenturhonorar sind die Leistungen für Werbevorbereitung, Werbeplanung, Werbegestaltung, Werbetext enthalten. Separat berechnet werden: Materialien, Reinzeichnungen und digitale Aufbereitungen, Übersetzungen, Fahrtkosten, Spesen, Organisations- und Beschaffungskosten, Nutzungsrechtsübertragungen 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 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. Der Beschaffungs-, Organisations- und Überwachungsaufwand der Agentur wird entweder durch Provisionierung durch den Lieferanten oder bei Berechnung durch die Agentur an den Werbungtreibenden abzüglich sämtlicher Rabatte und Provisionen **plus** „Service-Fee“ getragen.

§ 9 Der Auftraggeber hat das Recht, gegen Bezahlung einer Stornogebühr von 35 % des Kaufpreises/Werklohnes ohne Angabe von Gründen vom Vertrag innerhalb von 14 Tagen nach Auftragserteilung zurückzutreten. Dieses Recht steht nur bis zur Weitergabe etwaiger Druckaufträge zu.

Tritt der Auftraggeber vom Auftrag zurück, so gilt ein Schadenersatz in Höhe des entstandenen Aufwandes, zumindest aber in Höhe von 50 % des Netto-Auftragswerts als vereinbart. Sollte kein Kostenvoranschlag oder Angebot erstellt worden sein, so erfolgt eine nachträgliche Schätzung auf Basis der verfügbaren Daten. Bei einer Stornierung von Aufträgen erhebt die Agentur eine Stornogebühr, bei der alle entstanden Kosten zzgl. des 17,65% Services Fee in Rechnung gestellt werden.

§ 10 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.

§ 11 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.

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

§ 13 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.

§ 14 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. 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. Andernfalls ist die Agentur lediglich zur nachträglichen ordnungsgemäßen Leistung verpflichtet. Eine Stornierung des Auftrags 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.

§ 15 Bis zur endgültigen und vollständigen Bezahlung, bleiben alle gelieferte Ideen, Produkte, Printmedien, Softwarelösungen und Dienstleistungen das uneingeschränkte Eigentum der Agentur.

§ 16 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 (siehe § 15). 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.

§ 17 Die Agentur überträgt dem Auftraggeber die für den jeweiligen Zweck erforderlichen Nutzungsrechte. Soweit nicht anders vereinbart ist, wird jeweils nur ein einfaches Nutzungsrecht übertragen. Eine Übertragung der Nutzungsrechte durch den Auftraggeber an Dritte bedarf der vorherigen schriftlichen Vereinbarung zwischen Auftraggeber und Agentur. Die Berechnung der Nutzungsvergütung ergibt sich aus folgenden möglichen Nutzungsfaktoren: Nutzungsumfang: Die Vereinbarung über den Nutzungsumfang richtet sich z.B. nach der Auflagenhöhe, der Größe der Zielgruppe oder ähnlichen Kriterien. Es ist auch von Bedeutung, ob ein Entwurf projektbezogen, beispielsweise für ein Plakat, oder für mehrere Medien genutzt wird.

Nutzungsfaktoren:

Nutzungsart	einfach	ausschließlich		
Faktor	0,2	1		
Nutzungsgebiet [räumlich]	regional	national	Europa	weltweit
Faktor	0,1	0,4	1,2	2,5

Nutzungsdauer [zeitlich]	bis 1 Jahr	bis 5 Jahre	bis 10 Jahre	unbegrenzt
Faktor	0,1	0,3	0,5	1,5
Nutzungsumfang [inhaltlich]	gering	mittel	umfangreich	
Faktor	0,1	0,3	1,2	

Berechnung:

Faktor Nutzungsart
+ Faktor Nutzungsgebiet
+ Faktor Nutzungsdauer
+ Faktor Nutzungsumfang

= Gesamtnutzungsfaktor
Gesamtnutzungsfaktor x Entwurfsvergütung

= Nutzungsvergütung

17.1 Die Nutzungsrechte gehen erst nach vollständiger Zahlung der Vergütung durch den Auftraggeber auf diesen über.

§ 18 Vorentwürfe und Entwürfe bleiben nach geltendem Urheberrecht Eigentum der Agentur und sind auf Wunsch 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. Von allen vervielfältigten Arbeiten überlässt der Auftraggeber der Agentur 10 bis 20 Belegexemplare nach Fertigstellung ohne besondere Aufforderung. Die Agentur ist berechtigt, diese Muster zum Zwecke der Eigenwerbung zu verwenden.

§ 19 Das Agenturhonorar inkl. evtl. verauslagter Kosten zuzüglich Mehrwertsteuer ist sofort nach Rechnungserhalt ohne Abzug zu zahlen. Werbemittelrechnungen und Anzeigenrechnungen sind sofort nach Übermittlung durch die Agentur an den Werbungtreibenden rein netto fällig. Zielüberschreitungen werden mit 4 % Verzugszinsen über dem jeweiligen Referenzzinssatz der Europäischen Zentralbank berechnet. Die Geltendmachung eines weiteren Verzugschadens bleibt ausdrücklich vorbehalten.

§ 20 Reisekosten und Spesen für Reisen, die zur Erfüllung dieses Vertrages erforderlich und vom Auftraggeber genehmigt sind und ausdrücklich gewünscht sind, werden von der Agentur dem Auftraggeber in Rechnung gestellt, und zwar

- Flüge in der Economy-Class,
- Zugfahrten in der 2. Klasse,
- Fahrten mit dem PKW mit € 0,30 pro km.

Kosten für Reisen zum und vom Sitz des Auftraggebers werden nicht erstattet, sofern die Agentur damit ihre Beratungs- und Betreuungspflichten gegenüber dem Auftraggeber erfüllt.

§ 21 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.

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

§ 23 Angegebene Lieferzeiten berechnen sich grundsätzlich ab dem Datum der Layout- und Leistungsfreigaben.

Stand: 01.01.2020