

## Allgemeine Geschäftsbedingungen der Bahnhof Creativ Werbeagentur GmbH

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

### § 1

Die Agentur verpflichtet sich, alle im Rahmen der Zusammenarbeit mit dem Kunden zur Kenntnis gelangenden Geschäftsgeheimnisse mit der Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmannes zu wahren und alle diesbezüglichen Informationen und Unterlagen vertraulich zu behandeln.

Auch 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 Werbungstreibenden, die für die Erfüllung des Auftrages erforderlichen personellen und sachlichen Voraussetzungen bereitzustellen, in der Beratung absolute Objektivität zu wahren und die Interessen des Werbungstreibenden – insbesondere auch bei der Auswahl der Beauftragung Dritter – in jeder möglichen Form zu vertreten.

Wird die Agentur mit der Streuung tarifgebundener Werbemittel, z.B. Schaltung von Anzeigen (Stellenanzeigen) etc. beauftragt, so erfolgt die Abrechnung zu den Bedingungen und Listenpreisen der Werbedurchführenden.

Insertionsaufträge werden im Namen und für die Rechnung der Agentur erteilt und unmittelbar mit den Verlagen oder Anstalten abgerechnet. Der Auftraggeber zahlt den anfallenden Betrag im Voraus 14 Tage vor Fälligkeit auf das Bankkonto der Agentur ein, sodass die Mittel spätestens bei Auftragserteilung an den Verlag oder die Anstalt der Agentur zur Verfügung stehen.

### § 3

Bei Auftragsdurchführung ist die Agentur verpflichtet, sich hinsichtlich der zu treffenden Maßnahmen mit dem Werbungstreibenden abzustimmen und ihm die Entwürfe für die vorgeschlagenen Werbemittel, die eingeholten Kostenvorschläge sowie Terminpläne zur Freigabe vorzulegen.

Die Werbeagentur überwacht die ordnungsgemäße Durchführung aller Werbemaßnahmen.

Es steht im Ermessen der Agentur, zur 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 Angebots-einholung aufgewendete Leistungen nach Zeit und Kostenaufwand. Wird ein Fremdauftrag über die Agentur abgewickelt, berechnet diese 15% des Auftragswertes als Bearbeitungspauschale, bei Auftragswerten unter 250,00 EUR 30%.

Für Aufträge, die im Namen und auf Rechnung des Werbungstreibenden erteilt wurden, übernimmt die Agentur gegenüber dem Werbungsdurchführenden keinerlei Haftung. Die Agentur tritt lediglich als Mittler auf.

### § 4

Wird die Agentur mit einer Präsentation beauftragt, so erkennt der Werbungstreibende damit an, dass die Ausarbeitung der Konzeption angemessen zu honorieren ist. Wurde ein Honorar nicht vereinbart, so gelten die branchenüblichen Honorarforderungen (lt. aktueller BC-Honorarliste), auch 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 aktuellen BC-Honorarliste ausgewiesenen Agenturhonorare.

### § 6

Sofern die Honorierung der Agentur nicht durch ein schriftliches Angebot geregelt ist, geschieht diese auf der jeweils gültigen Berechnungsgrundlage der Agentur (aktuelle BC-Honorarliste).

Im Agenturhonorar sind die Leistungen für Beratung, Werbevorbereitung, Werbeplanung, Werbegestaltung und Werbetexte enthalten.

Separat berechnet werden: Materialien, Reinzeichnungen, Übersetzungen, Fahrtkosten, Spesen, Organisations- und Beschaffungskosten, Urheberrechtsübertragungen, Nutzungsrechte sowie technische Kosten wie Satz, Fotos, Lithografien, Werkzeugkosten (Marktforschung, Gutachten etc.) je nach entsprechendem Aufwand. Weiterhin Kosten für Vervielfältigungen und Versand und Kosten für Reisen, die zur Erledigung notwendiger Arbeiten erforderlich sind.

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

Kommt eine von der Agentur ausgearbeitete und vom Werbungstreibenden 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 Werbungstreibenden abzüglich sämtlicher Rabatte und Provisionen plus „Handling fee“ getragen (wie § 3 Abs. 4).

### § 7

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.

### § 8

Eigentums-, Urheber-, Nutzungs- und Sonderschutzrechte an den eingereichten Vorschlägen gehen nur insoweit auf den Werbungstreibenden über als dies ausdrücklich vertraglich geregelt ist; ansonsten sind diese gesondert zu regeln.

### § 9

Mit der Zurverfügungstellung von Bildmaterial durch den Auftraggeber versichert dieser, dass die Agentur zur Verwendung und Bearbeitung dieser Daten berechtigt ist. Sollte der Werbungstreibende entgegen dieser Versicherung nicht zur Verwendung berechtigt sein, stellt dieser die Agentur von allen Ersatzansprüchen Dritter – insbesondere in Bezug auf Nutzungsrechte sowie dadurch entstehende Kosten – frei.

### § 10

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

### § 11

Der Werbungstreibende 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 Erfüllungsgehilfen sind, auch nicht für deren vorsätzliches oder grob fahrlässiges Verhalten. In anderen Fällen tritt die Agentur ihre Ersatzansprüche gegenüber Dritten an den Werbungstreibenden ab.

Die Gefahr geht in allen Fällen mit Absendung der Ware auf den Werbungstreibenden über. Wenn nicht anders vereinbart, gelten Lieferungen ab Betrieb zuzüglich Versand und Verpackung. Der Versand erfolgt ausschließlich auf Rechnung und Gefahr des Auftraggebers, Transportversicherungen werden nur auf ausdrückliche Anweisungen des Auftraggebers abgeschlossen.

Die Agentur haftet selbst 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 Auftrages ist ausgeschlossen.

Nach der Druckreifeerklärung durch den Werbungstreibenden ist die Agentur von jeder Verantwortung für die Richtigkeit der vorgelegten Unterlagen befreit.

Bei farbigen Reproduktionen in allen Druckverfahren können geringfügige Abweichungen vom Original nicht beanstandet werden. Das gleiche gilt für den Vergleich zwischen Ausdrucken und Auslagendruck.

Soweit der Werbungstreibende 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.

Archivierung: Digitale Daten und Datenträger werden vom Auftraggeber nur nach ausdrücklicher Vereinbarung und gegen besondere Vergütung über den Zeitpunkt der Übergabe des Endprodukts an den Auftraggeber oder seine Erfüllungsgehilfen hinaus archiviert. Sollen die vorbezeichneten Gegenstände versichert werden, so hat dies bei fehlender Vereinbarung der Auftraggeber selbst vorzunehmen.

Bei Druckobjekten gibt es keine Herausgabepflicht von Zwischenerzeugnissen wie Daten, Lithos oder Druckplatten, die zur Herstellung des Produktes erstellt werden, sofern kein abweichender Auftrag erteilt wurde.

### § 13

Mit der Zahlung des Agenturhonorars einschließlich der Lizenz für die Übertragung des Vervielfältigungsrechts erwirbt der Werbungstreibende nur das Recht zur Vervielfältigung der Arbeit im vereinbarten Umfang und Zeitraum sowie zu dem vereinbarten speziellen Zweck.

Geht die Verwendung hierüber hinaus – auch nach Ablauf des Vertrages und auch wenn kein Anspruch auf Urheberschutz erhoben wird oder erhoben werden kann – ist eine neuerliche Vereinbarung sowie eine zusätzliche Honorierung erforderlich. Auslandsrechte oder Rechte für weitere Auflagen gelten nicht als mitübertragen, sofern nicht ein besonderer Abschluss erfolgt.

Vorentwürfe und Entwürfe bleiben nach geltendem Urheberrecht Eigentum der Agentur und sind auf Wunsch in angemessener Frist nach Beendigung des Auftrages zurückzugeben. Für Beschädigung haftet der Werbungstreibende.

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

Die nach den Richtlinien des BDW obligatorischen Belegexemplare sind der Agentur nach Fertigstellung ohne besondere Aufforderung in 5-facher Auflage zu übergeben.

### § 14

Das Agenturhonorar inkl. eventuell verauslagter Kosten zuzüglich Mehrwertsteuer ist 7 Tage nach Rechnungsdatum ohne Abzug zu zahlen.

Werbemittelrechnungen und Anzeigenrechnungen sind sofort nach Übermittlung durch die Agentur an den Werbungstreibenden rein netto fällig.

Zielüberschreitungen werden 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 der übrigen. An die Stelle der unwirksamen Klausel tritt diejenige Klausel, die in ihrer Wirksamkeit der unwirksamen Klausel am nächsten kommt.

### § 16

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