



Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB)

1. Angebote

Mündliche oder fernmündliche Angebote bedürfen der schriftlichen Bestätigung.

Die Preise verstehen zzgl. der gesetzlichen Mehrwertsteuer in der jeweiligen Höhe.

2. Fremdleistungen

Die Werbeagentur ist berechtigt, ihre Verpflichtungen gegenüber dem Auftraggeber ggf. auch durch Dritte zu erfüllen.

3. Gefahrübergang, Versand

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

4. Lieferfristen

Wird ein vereinbarter Liefertermin oder Ausführungstermin überschritten, so ist der Auftraggeber berechtigt, der Werbeagentur eine angemessene Nachfrist zu setzen. Wird die Lieferpflicht oder Ausführungspflicht bis zum Ablauf der Nachfrist nicht erfüllt, so hat der Auftraggeber das Recht, vom Auftrag zurückzutreten. Der Rücktritt muss schriftlich spätestens innerhalb einer Woche nach Ablauf der Nachfrist erklärt werden.



Schadenersatzansprüche wegen verspäteter Lieferung oder wegen Nichtlieferung sind ausgeschlossen, wenn die Agentur die Gründe des Verzugs bzw. der Nichtlieferung nicht zu vertreten hat.

Für die Dauer der Prüfung der Entwürfe, Fertigungsmuster, Andrucke usw. durch den Auftraggeber ist die Lieferzeit jeweils unterbrochen und zwar von dem Tage der Absendung an den Auftraggeber bis zum Tage des Eintreffens seiner Stellungnahme.

5. Zahlungsbedingungen

Zahlungen sind nach Lieferung oder Erbringung von Werk- oder Dienstleistungen bzw. zu vertraglich vereinbarten Tranchen-Zahlungsterminen spätestens innerhalb von 30 Tagen nach Ausstellung der Rechnung zu leisten.

Bei größeren Aufträgen können, der geleisteten Arbeit entsprechend, Zwischenrechnungen ausgestellt oder Teilzahlungen gefordert werden.

Der Auftraggeber ist nicht berechtigt, gegenüber Zahlungsansprüchen der Werbeagentur ein Zurückhaltungsrecht geltend zu machen oder aufzurechnen.

6. Eigentumsvorbehalt

Bis zur vollen Bezahlung bleiben die gelieferten Waren aller Art, sowie Vorschläge, Texte, Entwürfe usw. im Eigentum der Werbeagentur. Hier verbleiben auch nach der Zahlung des Honorars bzw. der Pauschalvergütung sämtliche nicht ausdrücklich auf den Auftraggeber übertragenen Schutzrechte an ihren Leistungen. Insbesondere darf der Auftraggeber Leistungen der Werbeagentur nur für den Zweck in Anspruch nehmen, für den sie bestellt und erworben sind. Die Werbeagentur ist als Inhaberin der Urheberrechte befugt, ihre Arbeiten zu signieren.



Die Werbeagentur ist berechtigt, die von ihr geschaffenen Werbemittel im Rahmen ihrer Eigenwerbung zu verwenden.

Im Hinblick auf das bei der Werbeagentur liegende Urheberrecht ist der Auftraggeber nicht berechtigt, Vorschläge, Texte, Entwürfe usw. ohne Zustimmung der Werbeagentur zu ändern oder zu ergänzen oder die Änderung oder Ergänzung durch einen Dritten zu veranlassen.

7. Streuung von Werbemitteln

Wird die Werbeagentur mit der Streuung tarifgebundener Werbemittel, z. B. der Schaltung von Anzeigen (Beilegern, Beiheften) etc. beauftragt, so erfolgt die Abrechnung zu den Bedingungen und Listenpreisen der Werbedurchführenden. Die damit verbundenen Arbeiten werden abgegolten durch die Mittlungsprovision, die die Verlage oder sonstige Medien an die Werbeagenturen in deren Eigenschaft als Agentur vergüten.

Mediaaufträge werden im Namen und für Rechnung der Werbeagentur erteilt und unmittelbar mit den Mediahäusern abgerechnet.

8. Genehmigung der Muster

Die Werbeagentur verpflichtet sich, vor der Herstellung von Werbemitteln jeweils die Genehmigung des Auftraggebers bzw. eines seiner Beauftragten oder Bevollmächtigten einzuholen. Dies geschieht dadurch, dass die Entwürfe für die Werbemittel vom Auftraggeber bzw. seinem Bevollmächtigten für die Weiterverarbeitung (Litho, Druck usw.) schriftlich auf dem von der Agentur vorgelegten Freigabeformular freigegeben werden.

9. Schweigepflicht

Die Werbeagentur verpflichtet sich, über sämtliche ihr bekannt werdenden Einzelheiten der Organisation, Produktion und des Vertriebs des Auftraggebers gegenüber Dritten Stillschweigen zu bewahren, soweit diese Einzelheiten ihrer Natur nach vertraulich zu behandeln sind.



10. Versicherung, Lagerkosten

Für das Eigentum des Auftraggebers, insbesondere für Manuskripte, Originale, Elektronische Daten, reproduktionsfähige Vorlagen, Negative usw. wird von der Werbeagentur bei Transport und Aufbewahrung keine Haftung übernommen, es sein denn, dass die Werbeagentur der Vorwurf grober Fahrlässigkeit trifft. Wünscht der Auftraggeber die Versicherung gegen Feuer oder Diebstahl, so hat er sie selbst zu besorgen. Das gilt auch für Druckvorlagen des Auftraggebers, die bei den Druckereien lagern.

11. Rechtliche Überprüfung

Dem Auftraggeber obliegt die Überprüfung der rechtlichen Zulässigkeit in Wort und Bild aller von der Werbeagentur vorgeschlagenen und gestalteten Werbemittel. Die Agentur kann durch den Auftraggeber zur rechtlichen Prüfung beauftragt werden. Sie wird dann entsprechende Fachanwälte (Urheberrecht, Wettbewerbsrecht, Patentrecht) vorschlagen und alle ihr verfügbaren, zweckdienlichen Unterlagen und Informationen bereitstellen. Der Auftraggeber trägt alle Kosten des Prüfungsverfahrens. Der Auftraggeber weiß, dass rechtliche Beurteilungen Auslegungssache sind und auch Rechtsanwälte keine absolut verbindliche Garantie auf ihre Expertise geben. Unterbleibt eine solche Prüfung oder eine diesbezügliche Beauftragung der Agentur, so haftet der Auftraggeber.

12. Rechtsmittel

Bei Meinungsverschiedenheiten unterwerfen sich die Vertragspartner zur Vermeidung des ordentlichen Rechtsweges zunächst einem Schiedsgericht, das sich aus Mitgliedern folgender Institutionen zusammensetzen soll:

- a) einem Mitglied der Industrie- und Handelskammer Bonn

- b) einem Vertreter des Industrieverbandes, dem der Auftraggeber angehört



- c) einem Sachverständigen, der vom Deutschen Kommunikationsverband Bonn als Beisitzer benannt wird.

Wird der Spruch des Schiedsgerichts von einer Seite nicht akzeptiert, so steht der Rechtsweg offen, jedoch trifft den Kläger dann grundsätzlich die Beweislast.

13. Gerichtsstand und anwendbares Recht

Gerichtsstand für alle Streitigkeiten ist der Geschäftssitz der Werbeagentur. Die Beziehungen zwischen der Werbeagentur und dem Auftraggeber unterliegen ausschließlich dem Recht der Bundesrepublik Deutschland.