

## Allgemeine Geschäftsbedingungen für die Zusammenarbeit zwischen der FBO Marketing-Kommunikation GmbH und Auftraggebern

Diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen enthalten allgemein branchenübliche Regeln und sind als Grundlage für eine reibungslose Zusammenarbeit zwischen Agentur und Kunden zu verstehen.

Sie liegen allen Verträgen und der Zusammenarbeit zwischen Agentur und Kunde zugrunde.

Eigene Bedingungen des Kunden werden nur Vertragsbestandteil, wenn dies ausdrücklich vereinbart wurde.

### § 1

Die Agentur arbeitet als selbständiges, unabhängiges Unternehmen nach treuhänderischen Gesichtspunkten. Sie ist bemüht, die für die Erfüllung eines Auftrages notwendigen personellen und sachlichen Voraussetzungen bereitzustellen, in der Beratung absolute Objektivität zu wahren und die Interessen des Kunden in jeder möglichen Form zu wahren.

### § 2

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

### § 3

Die Agentur ist bereit, aufgrund besonderer Vereinbarung während der Auftragsdauer kein Produkt eines anderen Werbungstreibenden zu betreuen, das zu dem betreffenden Produktbereich in direktem oder indirektem Wettbewerb steht.

### § 4

Der Kunde verpflichtet sich, die Agentur rechtzeitig über Art, Umfang und Terminierung der geforderten Leistungen zu unterrichten und ihr alle für die sachgemäße Durchführung benötigten Informationen und Unterlagen fristgerecht zu liefern. Terminvereinbarungen werden von der Agentur mit der üblichen Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmannes beachtet.

### § 5

Bei Auftragsdurchführung ist die Agentur verpflichtet, sich bezüglich der betreffenden Maßnahmen mit dem Kunden abzustimmen und ihm die Entwürfe für die vorgeschlagenen Werbemittel und die Terminpläne zur Bewilligung vorzulegen.

### § 6

Die Agentur überwacht die ordnungsgemäße Durchführung aller Werbemaßnahmen. Es steht im Ermessen der Agentur, für die Ausführung ihr geeignete Dritte heranzuziehen, dabei behält sich die Agentur die Wahl ihrer Lieferanten vor.

### § 7

Werden von der Agentur im Zuge der Produktionsabwicklung Fremdangebote eingeholt, jedoch der Auftrag anderweitig vom Kunden vergeben, so berechnet die Agentur die für das Angebotseinholen aufgewendeten Leistungen nach Zeit- und Kostenaufwand. Für Aufträge, die im Namen und auf Rechnung des Kunden erteilt werden, übernimmt die Agentur gegenüber dem Werbedurchführenden keinerlei Haftung. Die Agentur tritt lediglich als Mittler auf.

### § 8

Wird die Agentur mit einer Präsentation beauftragt, so erkennt der Kunde damit an, dass die Erarbeitung der Konzeption angemessen zu honorieren ist. Wurde ein Honorar nicht vereinbart, so gilt die vorgelegte Preisliste der Agentur. Die Agentur arbeitet in keinem Fall unverbindlich und kostenlos auch nicht bei Nichtverwendung der eingereichten Ausarbeitungen oder erfolgten Beratungen.

### § 9

Ein dem Kunden unterbreitetes Angebot behält seine Gültigkeit über einen Zeitraum von drei Monaten.

### § 10

Sofern die Honorierung der Agentur nicht durch ein schriftliches Angebot geregelt ist, geschieht dies auf der Grundlage der unten aufgeführten Honorarsätze der Agentur.

### § 11

Die Honorarsätze sind Stundensätze (zzgl. der gesetzlichen Mehrwertsteuer)

Strategie, Konzeption, Beratung	140,00 EUR
Kreation, Layout	110,00 EUR
Texterarbeitung	110,00 EUR
DTP, Technische Umsetzung	90,00 EUR
Projektmanagement	70,00 EUR
Hilfsarbeiten, etc.	40,00 EUR

Separat berechnet werden: Materialien, Übersetzungen, Fahrt- und Transportkosten, Spesen, Organisations- und Beschaffungskosten, Urheberrechte, Urheberrechtsübertragungen sowie technische Kosten für Fotoaufnahmen, Werkzeugkosten und Herstellung von Werbemitteln. Leistungen hinzugezogener Spezialunternehmungen je nach entsprechendem Aufwand. Darüber hinaus stehen der Agentur die von der Marktbedeutung der Kampagne abhängigen üblichen Media- und Produktionsprovisionen zu, sofern dies nicht durch einen Agenturvertrag anders geregelt wird.

Bei Aufträgen, die einen Betrag von 20.000,00 EUR (Gesamtsumme netto) übersteigen, behält sich die Agentur folgenden Berechnungsmodus vor: ein Drittel der Gesamtsumme bei Auftragserteilung, ein Drittel der Gesamtsumme bei Produktionsbeginn, ein Drittel der Gesamtsumme bei Auslieferung bzw. nach Fertigstellung.

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. Kommt eine von der Agentur ausgearbeitete und vom Kunden genehmigte Konzeption aus Gründen, die die Agentur nicht vertreten hat, nicht zur Durchführung, so bleibt der Honoraranspruch der Agentur davon unberührt.

## Allgemeine Geschäftsbedingungen für die Zusammenarbeit zwischen der FBO Marketing-Kommunikation GmbH und Auftraggebern

### § 12

Nutzungs- und sonstige Rechte an den eingereichten Vorschlägen gehen nur insoweit auf den Kunden über, als dies aus der anfänglichen Aufgabenstellung hervorgeht.

### § 13

Mit der Zahlung des Agenturhonorars einschließlich einer Lizenz für die Übertragung des Vervielfältigungsrechtes erwirbt der Kunde nur das Recht zur Vervielfältigung der Arbeit im vereinbarten Umfang und zu dem vereinbarten Zweck.

Geht die Verwendung darüber hinaus - auch nach Ablauf des Vertrages und auch wenn kein Anspruch auf Urheberrecht 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 kein besonderer Abschnitt erfolgt. Vorentwürfe und Entwürfe bleiben nach geltendem Urheberrecht Eigentum der Agentur und sind auf Wunsch in angemessener Frist nach Beendigung des Auftrages zurückzugeben.

Die Agentur ist berechtigt, die von ihr gestellten Werbemittel zu signieren und in ihrer Eigenwerbung auf den Kunden hinzuweisen.

### § 14

Das Agenturhonorar inklusive eventuell verauslagter Kosten zuzüglich Mehrwertsteuer ist nach Erhalt der Rechnung ohne Abzug zu zahlen.

### § 15

Die Agentur haftet nicht bei Nichterfüllung, Leistungsmangel oder Verzug von Werbeträgern oder sonstigen Drittbeauftragten, die nicht ihre Erfüllungshilfen sind - auch nicht für deren vorsätzliches oder grob fahrlässiges Verhalten. In anderen Fällen tritt die Agentur ihre Ersatzansprüche gegen den Dritten an den Kunden auf dessen Verlangen hin ab. Die Agentur haftet nur für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit. Korrekturabzüge sind von dem Auftraggeber auf Satz- und sonstige Fehler zu überprüfen und der Agentur druckreif erklärt zurückzugeben. Nach der verbindlichen Druckfreigabe durch den Kunden ist die Agentur von jeder Verantwortung für die Richtigkeit der vorgelegten Arbeiten befreit. Wenn der Kunde von sich aus Korrekturen durchführen läßt, entfällt jede Haftung der Agentur.

### § 16

Beanstandungen sind nur innerhalb 48 Stunden nach Empfang der Ware zulässig. Die Agentur übernimmt keine Haftung, wenn mangelhafte Ware weiterverwendet wird, selbst wenn vom Auftraggeber Schadensersatz von dritter Seite verlangt wird. Es besteht die Pflicht des Auftraggebers, die gelieferte Ware vor Weiterverwendung zu überprüfen, auch wenn ihm vorher Korrekturen oder Muster zugesandt worden sind. Mängel eines Teiles der Lieferung können nicht zur Beanstandung der ganzen Lieferung führen. Es kann nur Minderung oder Wandlung, nicht aber Schadensersatz verlangt werden. Die Agentur hat das Recht der Nachbesserung oder Ersatzlieferung.

### § 17

Wir weisen ausdrücklich darauf hin, dass Bildschirmfarben (RGB) von Druckfarben (CMYK) auf verschiedenen Medien (z.B. unterschiedliche Papiersorten, Stoffe, Folien, Banner...) abweichen. Bei Farbabweichung ist die Rückgabe bzw. der Umtausch ausgeschlossen! Diese ist in der gesamten Druckindustrie bekannt und in gleichem Maße vollzogen. Um dieses zu vermeiden, besteht die Möglichkeit, vorab gegen Aufpreis ein farbverbindliches Proof zu bestellen. Abbildungen bzw. Bildmuster in unseren Katalogen oder im Internet sind unverbindlich. Aussehen oder Farbgebung können abweichen. Es können keine Rechte hiervon abgeleitet werden.

### § 18

Die für den Auftraggeber erstellten digitalen Projektdaten werden zur späteren Wiederverwendung auf Datenträger gespeichert und gepflegt. Diese Daten gehen bei Begleichung der entsprechenden Projektrechnung in den Besitz des Auftraggebers über. Der Archivierungs- und Pflegeaufwand der digitalen Daten ist Bestandteil des jeweils erhobenen Projektmanagements.

Die Agentur verpflichtet sich, die digitalen Projektdaten für 24 Monate aufzubewahren. In dieser Zeit hat der Auftraggeber das Recht, seine Daten auf Datenträger einzufordern. Die daraus entstehenden Kosten für Rearchivierung und Erstellung eines gesonderten Datenträgers wird nach entsprechendem Zeit- und Materialaufwand berechnet. In der Datei angewandte Schriften dürfen aus Lizenzgründen nicht mitgeliefert werden. Dies gilt ebenso für lizenzpflichtiges Bildmaterial.

### § 19

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.

### § 20

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

Saarbrücken, den 02.01.2010