

Allgemeine Lieferungs- und Geschäftsbedingungen der FSW Gesellschaft für Werbung und Kommunikation mbH

1. Gegenstand der allgemeinen Geschäftsbedingungen

Die nachstehenden allgemeinen Geschäftsbedingungen gelten für alle Rechtsgeschäfte der FSW Gesellschaft für Werbung und Kommunikation mbH (nachfolgend kurz „Werbeagentur“ genannt), die die Tätigkeit einer Werbeagentur, also auch die Beratung bei und die Durchführung von Werbe- und Marketingmaßnahmen, Verkaufsförderungsaktionen, Veranstaltungen, Direktwerbeaktionen sowie Geschäften, die damit im Zusammenhang stehen, zum Gegenstand haben.

2. Geltung

Die Lieferungen, Leistungen und Angebote der Werbeagentur erfolgen ausschließlich auf Grund dieser Geschäftsbedingungen. Diese gelten somit auch für alle künftigen Geschäftsbeziehungen, auch wenn sie nicht nochmals ausdrücklich vereinbart werden. Spätestens mit der Entgegennahme der Ware oder Leistung gelten diese Bedingungen als angenommen. Gegenbestätigungen des Auftraggebers unter Hinweis auf seine Geschäfts- bzw. Einkaufsbedingungen wird hiermit widersprochen. Nebenabreden bedürfen stets der Schriftform.

3. Präsentation

Die Entwicklung konzeptioneller und gestalterischer Vorschläge durch die Werbeagentur mit dem Ziel des Vertragsabschlusses mit dem Werbungtreibenden erfolgt, unbeschadet abweichender Regelungen im Einzelfall, gegen Zahlung des mit dem Auftraggeber dafür vereinbarten Entgelts (Präsentationshonorar). Das Präsentationshonorar wird im Fall der Erteilung des Auftrags auf die Agenturvergütung angerechnet. Urheber-, Nutzungs- und Eigentumsrechte an den von der Agentur im Rahmen der Präsentation vorgelegten Arbeiten verbleiben auch bei Berechnung eines Präsentationshonorars bei der Agentur. Diese Rechte können im Rahmen einer zusätzlichen gesonderten Vereinbarung gegen Zahlung eines Honorars erworben werden. Die Urheber-, Nutzungs- und Eigentumsrechte an den von der Agentur im Rahmen der Präsentation vorgelegten Arbeiten gehen dann nach Maßgabe der Ziff. 11 auf den Auftraggeber über.

4. Lieferung

(1) Die Lieferung der Arbeiten der Werbeagentur erfolgt auf Kosten und Gefahr des Auftraggebers. Die Gefahr geht auf den Auftraggeber über, sobald die Sendung an die den Transport ausführende Person übergeben worden ist. Dies gilt auch, wenn die Transportperson Mitarbeiter der Werbeagentur ist. Die Auswahl der Transportperson unterliegt, sofern keine abweichende Vereinbarung getroffen wird, dem pflichtgemäßen Ermessen der Werbeagentur. Wird der Versand auf Wunsch des Auftraggebers verzögert, geht die Gefahr mit der Meldung der Versandbereitschaft auf ihn über. Auf Wunsch des Auftraggebers werden Lieferungen in seinem Namen und auf seine Rechnung versichert.

(2) Teillieferungen sind gestattet, soweit sie dem Auftraggeber zumutbar sind.

(3) Soweit die Werbeagentur Arbeiten nicht selbst erbringt, sondern durch Drittfirmen erbringen lässt, ist die Werbeagentur für Lieferüberschreitungen insoweit nicht verantwortlich, als die Selbstbelieferung ohne die Schuld der Werbeagentur nicht rechtzeitig oder nicht richtig erfolgt. Die Lieferfrist verlängert sich ferner um die Zeit, in der der Auftraggeber ihm obliegende Mitwirkungspflichten nicht erfüllt.

(4) Liefertermine oder -fristen, die verbindlich oder unverbindlich vereinbart werden können, bedürfen der Schriftform.

(5) Bei Vorliegen von durch die Werbeagentur zu vertretenden Leistungsverzögerungen wird die Dauer der vom Käufer gesetzlich zu setzenden Nachfrist auf 2 Wochen festgelegt, die mit Eingang der Nachfristsetzung bei der Werbeagentur beginnt.

(6) Sollte der Auftraggeber seinen Verpflichtungen aus früheren Verträgen, Teillieferungen oder aus sich aus diesem Vertrag ergebenden Mitwirkungspflichten nicht ordnungsgemäß nachkommen, ist die Werbeagentur berechtigt, weitere Arbeiten abzulehnen und – im Falle des Verschuldens – nach Setzung einer angemessenen Frist Schadensersatz wegen Nichterfüllung zu verlangen.

(7) Ist die Werbeagentur an der Erfüllung ihrer Verpflichtungen auf Grund höherer Gewalt über einen längeren Zeitraum gehindert, ist sie berechtigt, vom Vertrag zurückzutreten. Sofern dem Auftraggeber die ursächlichen Umstände nicht bekannt sind, besteht das Rücktrittsrecht nur dann, wenn die Werbeagentur den Besteller unverzüglich nach Eintritt der Umstände hierüber benachrichtigt hat.

(8) Für die Verzögerung auf dem Transportweg haftet die Werbeagentur nur, wenn sie diese im Sinne der Ziff. 13 dieser Geschäftsbedingungen zu vertreten hat.

(9) Bei vom Auftraggeber gewünschten Änderungen der Leistungspflichten der Werbeagentur, die die Lieferfristen beeinflussen, verlängert sich die Lieferfrist in angemessenem Umfang.

(10) Sofern der Auftraggeber der Werbeagentur nach dem Vertrag bestimmte Gegenstände bereitzustellen hat, hat er diese im Zweifel auf seine Kosten und Gefahr hin der Werbeagentur zu übermitteln.

5. Preis und Zahlung

(1) An speziell ausgearbeitete Angebote ist die Werbeagentur 30 Kalendertage gebunden. In Prospekten, Anzeigen usw. enthaltene Angebote sind – auch bezüglich der Preisangaben – freibleibend und unverbindlich.

(2) Rechnungen sind ohne Abzug sofort nach Erhalt zahlbar, wenn keine anderen Zahlungsziele vereinbart sind. Der Auftraggeber kommt in Verzug mit dem Zugang einer Mahnung der Werbeagentur, die nach Eintritt der Fälligkeit des Zahlungsanspruchs erfolgt.

Unabhängig davon kommt der Auftraggeber in Verzug, wenn er nicht zu einem im Vertrag kalendermäßig bestimmten Zahlungszeitpunkt leistet. Die gesetzliche Regelung, wonach der Schuldner auch dreißig Tage nach Zugang der Rechnung automatisch in Verzug gerät, bleibt unberührt.

(3) Media-Aufträge an Werbeträger erteilt die Werbeagentur im eigenen Namen und für eigene Rechnung. Kommt es bei den Werbeaufträgen zu Auflagenschwankungen, welche die Werbeträger (Zeitungsverlage etc.) zur Nachvergütung berechtigen bzw. zu Erstattungen verpflichtet, ist die Werbeagentur berechtigt, dem Auftraggeber eine etwaige Nachvergütung ebenfalls in Rechnung zu stellen, bzw. verpflichtet, dem Auftraggeber eine etwaige Erstattung weiterzuleiten.

(4) Die Werbeagentur ist berechtigt, angemessene Abschlagszahlungen zu verlangen, die den von ihr oder den von ihr beauftragten Dritten bereits erbrachten Leistungen entsprechen.

(5) Verlangt der Auftraggeber nachträglich die Änderung einzelner von ihm bereits abgenommener bzw. freigezeichneter Werkteile, so hat er der Werbeagentur die durch diese Änderung entstehenden zusätzlichen Kosten und Aufwendungen zu ersetzen. Diese Ersatzpflicht gilt auch für zusätzlich aufgewandte Arbeitszeit, für die der Auftraggeber eine übliche Vergütung schuldet.

(6) Der Auftraggeber ist zur Aufrechnung berechtigt, wenn die Gegenforderung unbestritten oder rechtskräftig festgestellt ist. Zur Zurückbehaltung ist der Auftraggeber jedoch auch wegen Gegenansprüchen aus demselben Vertragsverhältnis berechtigt.

6. Eigentumsvorbehalt

(1) Bis zur Erfüllung aller Forderungen, die der Werbeagentur aus jedem Rechtsgrund gegen den Auftraggeber jetzt oder künftig zustehen, behält sich die Werbeagentur das Eigentum an den von ihr gelieferten Waren vor (Vorbehaltsware). Der Auftraggeber darf über die Vorbehaltsware nicht verfügen.

(2) Bei Zugriffen Dritter – insbesondere Gerichtsvollzieher – auf die Vorbehaltsware wird der Auftraggeber auf das Eigentum der Werbeagentur hinweisen und diese unverzüglich benachrichtigen, damit die Werbeagentur ihr Eigentumsrecht durchsetzen kann. Soweit der Dritte nicht in der Lage ist, der Werbeagentur die in diesem Zusammenhang entstehenden gerichtlichen oder außergerichtlichen Kosten zu erstatten, haftet hierfür der Auftraggeber.

(3) Bei vertragswidrigem Verhalten des Auftraggebers – insbesondere bei Zahlungsverzug – ist die Werbeagentur berechtigt, die Vorbehaltsware zurückzunehmen oder gegebenenfalls Abtretung der Herausgabeansprüche des Auftraggebers gegen Dritte zu verlangen. Die Zurücknahme sowie die Pfändung der Vorbehaltsware durch die Werbeagentur ist nicht als Rücktritt vom Vertrag anzusehen.

7. Gewährleistung

(1) Im Fall berechtigter Beanstandungen wird die Werbeagentur nach ihrer Wahl Ersatz liefern oder nachbessern. Der Auftraggeber hat der Werbeagentur den Mangel mitzuteilen. Offensichtliche Mängel müssen der Werbeagentur unverzüglich, spätestens jedoch innerhalb von 2 Wochen nach Lieferung schriftlich mitgeteilt werden. Die Werbeagentur hat sodann die Möglichkeit, innerhalb angemessener Frist nachzubessern oder Ersatz zu liefern. Schlägt die Nachbesserung oder die Ersatzlieferung nach angemessener Frist fehl, kann der Auftraggeber nach seiner Wahl Herabsetzung des Kaufpreises oder Rückgängigmachung des Vertrages verlangen.

(2) Bedient sich die Werbeagentur zur Erbringung der dem Auftraggeber geschuldeten Leistung eines Dritten, hat der Auftraggeber, wenn er Unternehmer ist, zunächst den Dritten auf Mängelgewährleistung in Anspruch zu nehmen. Die Abtretung der gegen den Lieferanten/ Subunternehmer gerichteten Ansprüche erfolgt auf Anforderung des Auftraggebers. Kommt die Werbeagentur der Aufforderung zur Forderungsabtretung nicht unverzüglich nach oder schlägt die Geltendmachung der Ansprüche gegen den Lieferanten/ Subunternehmer fehl, leben die gegen die Werbeagentur gerichteten Gewährleistungsansprüche wieder auf.

(3) Bei Druckerzeugnissen können Mehr- oder Minderlieferungen bis zu 10 % nicht beanstandet werden. Berechnet wird die gelieferte Menge. Bei Lieferungen aus Papiersonderanfertigungen unter 1.000 kg erhöht sich der Prozentsatz auf 20 %, unter 2.000 kg auf 15 %.

(4) Bei farbigen Reproduktionen in allen Druckverfahren können geringfügige Abweichungen vom Original nicht beanstandet werden. Das Gleiche gilt für den Vergleich zwischen Andruck und Auflagedruck. Abweichungen in der Druckfarbe gegenüber der druckreifen Vorlage, bedingt durch Unterschiede im verwendeten Material und dem Nass-in-Nass-Druck, berechtigen ebenfalls nicht zu Mängelgewährleistungsansprüchen, soweit sie mit normalem Aufwand nicht vermeidbar sind.

(5) Für Mängel in der Beschaffenheit eingesetzter Materialien haftet die Werbeagentur nur bis zur Höhe der eigenen Ansprüche gegen den Zulieferer, wenn der Zulieferer vom Auftraggeber vorgegeben wird.

8. Treuebindung an den Auftraggeber

Die Treuebindung gegenüber ihrem Auftraggeber verpflichtet die Werbeagentur zu einer objektiven, allein auf die Zielsetzung des Kunden ausgerichteten Beratung. Dies betrifft insbesondere Fragen des Media-Einsatzes und die Auswahl dritter Unternehmen und Personen durch die Agentur, z.B. im Bereich der Werbemittelproduktion. Sofern der Auftraggeber sich ein Mitspracherecht nicht ausdrücklich vorbehalten hat, erfolgt die Auswahl Dritter unter Beachtung des Grundsatzes eines ausgewogenen Verhältnisses von Wirtschaftlichkeit und bestmöglichem Erfolg im Sinne des werbungstreibenden Auftraggebers.

9. Konkurrenzausschluss

(1) Die Agentur verpflichtet sich, ihre Auftraggeber über mögliche Konkurrenzkonflikte zu informieren. Konkurrenzausschluss für im Einzelnen festzulegende Produkte und Dienstleistungen ist zu vereinbaren.

(2) Mit der Einräumung eines Konkurrenzausschlusses durch die Agentur korrespondiert die Verpflichtung des Auftraggebers, während des ungekündigten Agenturvertrages im Bereich des Vertragsgegenstandes keine andere Werbeagentur gleichzeitig mit der Beratung, Planung, Gestaltung und Durchführung der Werbung zu beauftragen.

10. Geheimhaltungspflicht

Die Parteien sind zur Geheimhaltung aller bei der Zusammenarbeit bekannt gewordenen Geschäftsgeheimnisse des jeweiligen Vertragspartners verpflichtet. Soweit sie dritte Personen zur Erfüllung ihrer Pflichten heranziehen, sind auch diese zur Geheimhaltung zu verpflichten. Die Geheimhaltungspflicht gilt oder besteht auch über die Dauer der Zusammenarbeit hinaus.

11. Urheber- und Nutzungsrechte

Alle mit den gegliederten Arbeiten der Werbeagentur zusammenhängenden urheberrechtlichen Nutzungsrechte überträgt die Werbeagentur im Rahmen des Vertragszwecks auf den Auftraggeber, d.h. je nach Vertragszweck bestimmt sich der räumliche, zeitliche und inhaltliche Umfang des Nutzungsrechtes nur insoweit, als dies für die Erreichung des Vertragszwecks unabdingbar ist. Insbesondere verbleibt das Vervielfältigungsrecht im Zweifel bei der Agentur, wenn diese mit der Vervielfältigung beauftragt ist oder nach den Vereinbarungen beauftragt werden sollte. Wird das Vervielfältigungsrecht eingeräumt, verbleibt der Agentur im Zweifel das Recht, das Werk auf Bild- oder Tonträger zu übertragen oder das Werk zu bearbeiten. Wenn und soweit

Nutzungsrechte übertragen werden sollen, gehen sie vorbehaltlich einer anderen Vereinbarung erst mit der vollständigen Zahlung über. Im Zweifel werden die eingeräumten Nutzungsrechte nur für die Durchführung der konkreten geplanten Werbemaßnahme eingeräumt, nicht jedoch zur Durchführung anderer Werbemaßnahmen oder für die Durchführung einer Wiederholung der Werbemaßnahme.

12. Eigentum an Werkstücken

(1) Sofern im Vertrag nicht ausdrücklich vereinbart ist, dass der Auftraggeber das Eigentum an den Werkstücken (Fotos, Lithographien, Zeichnungen, Modelle etc.) übertragen erhält, bleibt dieses im Zweifel bei der Werbeagentur.

(2) Die im Eigentum der Werbeagentur stehenden Werkstücke werden von der Werbeagentur für die Dauer von 2 Jahren gerechnet ab dem Zeitpunkt der Lieferung der Arbeiten der Werbeagentur (im Sinne der Ziffer 4 dieser AGB) unentgeltlich aufbewahrt. Eine längere Aufbewahrung bedarf der gesonderten schriftlichen Vereinbarung.

13. Haftung

(1) Vertragliche und deliktische Schadensersatzansprüche sind sowohl gegen die Werbeagentur als auch gegen ihre Erfüllungs- bzw. Verrichtungsgehilfen ausgeschlossen, soweit der Schaden nicht vorsätzlich oder grob fahrlässig verursacht wurde. Dies gilt nicht für Schadensersatzansprüche aus Eigenschaftszusicherungen. Ferner gilt dies nicht für den Fall, dass die Verletzung wesentlicher, aus der Natur des Vertrages folgender Vertragspflichten vorliegt und durch die Pflichtverletzung die Erreichung des Vertragszweckes gefährdet wird oder dass durch die Freizeichnung von der Haftung für leichte Fahrlässigkeit bei Erfüllung von Nebenpflichten die Risikoverteilung des Vertrages empfindlich gestört würde. Die Haftung der Werbeagentur ist in jedem Fall auf den Ersatz des vorhersehbaren Schadens beschränkt.

(2) Zu den Aufgaben der Werbeagentur gehört es, den Auftraggeber auf von ihr erkannte rechtliche Bedenken gegen die Zulässigkeit geplanter Werbemaßnahmen hinzuweisen. Eine weitergehende Verpflichtung wird mangels einer ausdrücklichen schriftlichen Vereinbarung nicht übernommen.

14. Schlussbestimmungen

(1) Sollte eine Bestimmung dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen ganz oder teilweise unwirksam sein oder ihre Rechtswirksamkeit zu einem späteren Zeitpunkt verlieren, so wird hierdurch die Gültigkeit der übrigen Bestimmungen nicht berührt. Anstelle der unwirksamen Bestimmung soll im Wege der Vertragsanpassung eine andere angemessene Regelung gelten, die wirtschaftlich dem am Nächsten kommt, was die Vertragsparteien gewollt hätten, wenn ihnen die Unwirksamkeit der Regelung bekannt gewesen wäre.

(2) Abweichende Vereinbarungen, durch welche diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen ganz oder teilweise geändert werden, bedürfen zu ihrer Wirksamkeit der Schriftform. Gleiches gilt für die Wirksamkeit der Abbedingung des Schriftformerfordernisses.

(3) Gerichtsstand für alle Streitigkeiten im Zusammenhang mit dem Vertragsverhältnis ist Köln, soweit der Auftraggeber Kaufmann ist oder eine juristische Person des öffentlichen Rechts oder öffentlich-rechtliches Sondervermögen.

(4) Anwendung findet ausschließlich deutsches Recht; die Anwendung des internationalen Kaufrechtes ist ausgeschlossen.

Stand 12/2013