

## Allgemeine Geschäftsbedingungen der Sixth Sense GmbH Corporate Communication (1/2)

### § 1 Geltungsbereich

- (1) Die Allgemeinen Geschäftsbedingungen liegen, sofern nicht ausdrücklich etwas Gegenteiliges vereinbart wurde, den vorliegenden und allen zukünftigen Verträgen zwischen Agentur und Auftraggeber (im folgenden „Werbungtreibender“) zugrunde, auch wenn dies künftig nicht mehr ausdrücklich im Einzelfall vereinbart werden sollte.
- (2) Hiervon abweichende Regelungen sind nur wirksam, wenn sie schriftlich getroffen und von der Agentur schriftlich bestätigt sind.

### § 2 Sorgfalts- und Verschwiegenheitspflicht

- (1) Die Agentur verpflichtet sich, alle ihr im Rahmen der Zusammenarbeit mit dem Kunden zur Kenntnis gelangten Geschäftsgeheimnisse mit der Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns zu wahren und alle diesbezüglichen Informationen und Unterlagen vertraulich zu behandeln.
- (2) Die Sorgfalts- und Verschwiegenheitspflicht währt über das Vertragsende hinaus und gilt auch, wenn eine Zusammenarbeit nicht zustande kommt.

### § 3 Unabhängigkeit der Agentur

Die Agentur arbeitet als selbständiges, unabhängiges Unternehmen nach treuhänderischen Gesichtspunkten. Sie ist bemüht, entsprechend der Aufgaben- und Terminvorgabe des Werbungtreibenden, die für die Erfüllung des Auftrages erforderlichen personellen und sachlichen Voraussetzungen bereitzustellen, in der Beratung absolute Objektivität zu bewahren und die Interessen des Werbungtreibenden – insbesondere auch bei der Auswahl und Beauftragung Dritter – in jeder möglichen Form zu vertreten.

### § 4 Konkurrenzausschluss

- (1) Die Agentur ist bereit, während der Vertragsdauer kein Produkt eines anderen Werbungtreibenden agenturmäßig zu betreuen, das zu dem diesen Vertrag betreffenden Produktbereich/ Dienstleistung in direktem oder indirektem Wettbewerb steht.
- (2) Der Konkurrenzausschluss gilt nicht bei einzelnen Projektaufträgen für den Werbungtreibenden oder bei projektweiser Beauftragung der Agentur durch die Leitagentur des Werbungtreibenden.

### § 5 Auftragsdurchführung

- (1) Bei Auftragsdurchführung ist die Agentur verpflichtet, sich hinsichtlich der zu treffenden Maßnahmen mit dem Werbungtreibenden abzustimmen und ihm die Entwürfe für die vorgeschlagenen Werbemittel, die eingeholten Kostenvoranschläge, Terminpläne etc. zur Bewilligung vorzulegen.
- (2) Die Werbeagentur überwacht die ordnungsgemäße Durchführung aller Werbemaßnahmen. Es steht im Ermessen der Agentur, für die Ausführung ihrer Grundleistungen ihr geeignet erscheinende Dritte heranzuziehen.
- (3) Terminvereinbarungen werden von der Agentur mit der allgemeinen Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns beachtet. Fixgeschäfte bedürfen einer besonderen schriftlichen Vereinbarung. Anderenfalls ist die Agentur lediglich zur nachträglichen ordnungsgemäßen Leistung verpflichtet. Eine Stornierung des Auftrages ist ausgeschlossen.
- (4) Werden von der Agentur im Zuge der Produktionsabwicklung Fremdangebote eingeholt, jedoch der Auftrag vom Werbungtreibenden 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 15% des Auftragswertes als Bearbeitungspauschale.
- (5) Für Aufträge, die im Namen und auf Rechnung des Werbungtreibenden erteilt werden, übernimmt die Agentur gegenüber dem Werbedurchführenden keine Haftung. Die Agentur tritt lediglich als Mittler auf.

### § 6 Mitwirkungspflicht des Werbungtreibenden

- (1) Der Werbungtreibende verpflichtet sich, die Agentur rechtzeitig über Art, Umfang und Zeitfolge der geforderten Leistungen zu unterrichten und ihr alle die für die sachgemäße Durchführung des Auftrages benötigten Informationen und Unterlagen, soweit diese ihm verfügbar sind, fristgerecht und kostenlos zu liefern.
- (2) Der Werbungtreibende verpflichtet sich, der Agentur nur zur Veröffentlichung oder Vervielfältigung freigegebene Vorlagen wie Fotos, Modelle oder sonstige Arbeitsunterlagen zu übergeben. Die Agentur haftet diesbezüglich nicht für Honorarforderungen, Urheberrechtsverletzungen und sonstigen Ansprüchen von dritter Seite.

### § 7 Honorar für Präsentationen

- (1) Wird die Agentur vor dem Abschluss eines Beratungs- bzw. Betreuungsvertrages mit einer Präsentation beauftragt oder zur Teilnahme an einer Wettbewerbspräsentation eingeladen, so erkennt der Werbungtreibende damit an, daß die Ausarbeitung der Konzeption angemessen zu honorieren ist. Wurde ein Honorar nicht vereinbart, so gilt die vorgelegte Preisliste der Agentur.
- (2) Die Agentur kann in keinem Fall kostenlos und unverbindlich arbeiten, auch nicht bei Nichtverwendung der eingereichten Ausarbeitungen oder erfolgten Beratungen.

### § 8 Agenturhonorar aus Mittlerprovision

- (1) Wird das Agenturhonorar mit der Mittlerprovision aus dem Schaltungsvolumen finanziert, so muss das zu Beginn der Konzeptionsfindung genannte Media-Schaltungsvolumen innerhalb eines Jahres geschaltet werden, um die von der Agentur erbrachten Leistungen zu regulieren. Ansonsten berechnet die Agentur ihren Aufwand entsprechend der in ihrer Preisliste ausgewiesenen Honorare bzw. der im Vertrag zwischen Agentur und Werbungtreibenden vereinbarten Honorare.

### § 9 Agenturhonorar

- (1) Sofern die Honorierung der Agentur nicht durch ein schriftliches Angebot oder einen Agenturvertrag geregelt ist, geschieht diese nach der jeweils gültigen Preisliste der Agentur auf der Basis von Stundensätzen. In einem ggf. pauschal vereinbarten Agenturhonorar sind die Leistungen für die Werbevorbereitung, Werbeplanung, Werbegestaltung und Werbetext enthalten.
- (2) Separat berechnet werden: Materialien, Übersetzungen, Fahrtkosten, Spesen, Organisations- und Beschaffungskosten, Urheberrechtsübertragungen, technische Kosten wie Satz, Lithografie, Druckfilmerstellung, Zwischenaufnahmen, Fotos, Fotoabzüge, Werkzeugkosten und ähnliche spezifische Herstellungskosten von Werbemitteln sowie Leistungen hinzugezogener Spezial-Unternehmen (Marktforschung etc.) je nach entsprechendem Aufwand.
- (3) Die Agentur ist in jedem Fall berechtigt, angemessene Abschlagszahlungen für Honorare und verauslagte Fremdkosten zu verlangen, deren Höhe sich an Verhältnis zwischen den erbrachten Leistungen und dem Gesamtumfang der vertraglich geschuldeten Leistung orientiert. Bei Projekten bzw. Arbeiten mit einem Gesamtbudget von über 5.000,-€ erfolgen Abschlagszahlungen in Höhe von jeweils einem Drittel der Gesamtsumme bei Auftragserteilung, Projektübergabe und Projektabschluss.
- (4) 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.
- (5) Der Beschaffungs-, Organisations- und Überwachungsaufwand der Agentur bei allen zur Auftragsdurchführung erforderlichen Leistungen Dritter wird entweder durch Provisionierung durch den Lieferanten bzw. bei Berechnung durch die Agentur an den Werbungtreibenden abzüglich sämtlicher Rabatte und Provisionen plus „Service-Fee“ getragen oder durch die ggf. vertraglich vereinbarten Bearbeitungs- oder Administrationspauschalen.
- (6) Service-Fee wird prozentual in Höhe von 15 v. H. auf den netto-netto-Preis der Fremdkosten bzw. Lieferantenrechnungen erhoben und gesondert ausgewiesen.

## Allgemeine Geschäftsbedingungen der Sixth Sense GmbH Corporate Communication (2/2)

### § 10 Auftragsannahme und -ablehnung

- (1) 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.
- (2) Des weiteren behält sich die Agentur vor, einen bereits bestätigten Auftrag ohne Angabe von Gründen innerhalb von 14 Tagen nach Datum der Bestätigung schriftlich abzulehnen.

### § 11 Übertragung von Nutzungs- und sonstigen Rechten

- (1) 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 Eintragungs- und Schutzfähigkeit von Entwürfen

- (1) Für die Eintragungs- und Schutzfähigkeit von Entwürfen wird die Gewähr seitens der Agentur nur nach besonderer Vereinbarung übernommen.

### § 13 Verwendungsverbot eingereichter Vorschläge

- (1) 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 Haftung

- (1) 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 gegen den Dritten an den Werbungtreibenden ab.
- (2) Beanstandungen müssen innerhalb von 8 Tagen nach Empfang bzw. Schaltung der Vertragserzeugnisse schriftlich unter Angabe von Gründen geltend gemacht werden.
- (3) Die Agentur selbst haftet nur für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit.
- (4) Nach der Druckreifeerklärung durch den Werbungtreibenden ist die Agentur von jeder Verantwortung für die Richtigkeit der vorgelegten Unterlagen befreit.
- (5) Soweit der Werbungtreibende von sich aus oder von Dritten Korrekturen vornehmen lässt, entfällt jede Haftung der Agentur.
- (6) Eine Haftung für die wettbewerbsrechtliche Unbedenklichkeit eines Vertragserzeugnisses kann nicht übernommen werden. Insbesondere ist die Agentur nicht verpflichtet, Entwürfe vorher juristisch prüfen zu lassen. Sollte vom Werbungtreibenden eine inhaltliche oder wettbewerbsrechtliche Prüfung ausdrücklich gewünscht werden, haftet die Agentur für das Ergebnis der rechtlichen Prüfung nicht. Die durch die rechtliche Prüfung entstandenen Kosten gehen zu Lasten des Werbungtreibenden.
- (7) Für eventuelle Abmahnungen Dritter gegen die Agentur oder rechtliche Verfügungen gegen Vertragserzeugnisse der Agentur oder deren Inhalte haftet der Werbungtreibende. Dieser hat die Agentur von allen Ansprüchen Dritter wegen einer solchen Rechtsverletzung freizustellen.

### § 15 Übertragung von Urheberrechten

- (1) Mit der Zahlung des Agenturhonorars einschließlich der Lizenz für die Übertragung des Vervielfältigungsrechtes erwirbt der Werbungtreibende nur das Recht zur Vervielfältigung der Arbeit im vereinbarten Umfang und zu dem vereinbarten speziellen Zweck.
- (2) Geht die Verwendung über den vereinbarten Umfang und Zweck hinaus, ist eine neuerliche Vereinbarung und Honorierung erforderlich.
- (3) Auslandsrechte oder Rechte für weitere Auflagen gelten als nicht mitübertragen, sofern nicht eine besondere Vereinbarung erfolgt.
- (4) Vorentwürfe und Entwürfe bleiben nach geltendem Urheberrecht Eigentum der Agentur und sind auf Wunsch in angemessener Frist nach Beendigung des Auftrages zurückzugeben. Für Beschädigungen haftet der Werbungtreibende.
- (5) Die Agentur ist berechtigt, die von ihr gestellten Werbemittel zu signieren und in ihrer Eigenwerbung auf die Betreuung des Werbungtreibenden hinzuweisen.
- (6) Die nach den Richtlinien der GWA obligatorischen Belegexemplare sind der Agentur nach Fertigstellung ohne besondere Aufforderung zu übergeben.

### § 16 Zahlungsweise

- (1) Das Agenturhonorar inkl. verauslagter Kosten zzgl. gesetzlicher Mehrwertsteuer ist nach Rechnungstellung ohne Abzug per Bank- oder Postüberweisung zu zahlen.
- (2) Schecks und Wechsel werden nur erfüllungshalber ohne Skonto-Gewährung entgegengenommen. Diskont und Spesen trägt der Werbungtreibende. Für die rechtzeitige Vorlegung, Protestierung, Benachrichtigung und Rückleitung eines Wechsels oder Schecks haftet die Agentur nicht, sofern der Agentur oder ihren Erfüllungsgehilfen nicht Vorsatz oder grobe Fahrlässigkeit zur Last fällt. Gutschriften für Schecks und Wechsel erfolgen unter Vorbehalt des Eingangs mit Wertstellung zu dem Tage, an welchem die Agentur über den Gegenwert verfügen kann.
- (3) Werbemittelrechnungen und Anzeigenrechnungen sind sofort nach Übermittlung durch die Agentur an den Werbungtreibenden rein netto fällig.

### § 17 Zahlungsverzug

- (1) Gerät der Werbungtreibende mit einer fälligen Zahlung ganz oder teilweise in Verzug oder geht ein von ihm gegebener Scheck oder Wechsel zu Protest oder wird eine Verschlechterung der Vermögensverhältnisse des Werbungtreibenden bekannt, ist die Agentur berechtigt, Vorauszahlungen und sofortige Zahlungen aller offenen, auch der noch nicht fälligen Rechnungen zu verlangen, noch nicht ausgelieferte Werbemittel zurückzuhalten sowie die Arbeiten an noch laufenden Aufträgen einzustellen.
- (2) Zielüberschreitungen werden mit 4 % Verzugszinsen über dem jeweiligen Diskontsatz der Deutschen Bundesbank bzw. dem Referenzzinssatz nach dem Euro-Einführungsgesetz berechnet. Die Geltendmachung eines weiteren Verzugschadens bleibt ausdrücklich vorbehalten.

### § 18 Erfüllungsort

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