



## Allgemeines

Für sämtliche Geschäfte zwischen dem Kunden und First Class Promo gelten ausschließlich diese allgemeinen Geschäftsbedingungen. Entgegenstehende Geschäftsbedingungen des Kunden sind nur dann wirksam, wenn sie von der Agentur ausdrücklich anerkannt werden.

Von diesen allgemeinen Geschäftsbedingungen abweichende und ergänzende Vereinbarungen bedürfen der Schriftform.

Sollten einzelne Bestimmungen dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen unwirksam sein, so berührt das die Verbindlichkeit der übrigen Bestimmungen und der unter ihrer Zugrundelegung geschlossenen Verträge nicht. Die unwirksame Bestimmung ist durch eine wirksame, die ihr dem Sinn und Zweck nach am nächsten kommt, zu ersetzen.

## Vertragsschluss

Grundlage der Geschäftsbeziehung ist das jeweilige Angebot, in dem alle vereinbarten Leistungen samt Vergütung festgehalten werden. Die Angebote der Agentur sind freibleibend. Annahmeerklärungen und sämtliche Bestellungen bedürfen zur Rechtswirksamkeit der schriftlichen oder fernschriftlichen Bestätigung von First Class Promo. Das gleiche gilt für Ergänzungen, Abänderungen oder Nebenabreden. An speziell ausgearbeitete Angebote hält sich First Class Promo 30 Kalendertage gebunden. Der Kunde ist an seinen Auftrag zwei Wochen nach Zugang in der Agentur gebunden.

## Leistung und Honorar

Wenn nichts anderes vereinbart entsteht der Honoraranspruch der Agentur für jede einzelne Leistung, sobald diese erbracht wurde. Die Agentur ist berechtigt zur Deckung ihres Aufwandes Vorschüsse zu verlangen.

Alle Leistungen der Agentur, die nicht ausdrücklich durch das vereinbarte Honorar abgegolten sind, werden gesondert berechnet. Dies gilt insbesondere für alle Nebenleistungen.

Alle der Agentur erwachsenen Barauslagen (Kosten für Taxi- und Botendienste) sind zu ersetzen.

Kostenvoranschläge der Agentur sind unverbindlich. Abweichungen von +/- 10% gelten als genehmigt, bei Abweichungen darüber hinaus, wird die Agentur den Kunden auf die höheren Kosten hinweisen. Diese Kostenüberschreitung gilt als vom Kunden genehmigt, wenn er nicht binnen 2 Tagen widerspricht.

Für alle Arbeiten der Agentur, die aus welchem Grund auch immer nicht zur Ausführung gelangen, gebührt der Agentur eine Vergütung/Abstandshonorar von 1/3 der angefallenen Kosten. Mit der Bezahlung an dieser Arbeit erwirbt der Kunde keinerlei Rechte, nicht ausgeführte Konzepte, Entwürfe und dergleichen sind vielmehr unverzüglich der Agentur auszuhändigen.

## Präsentation

Für die Teilnahme an Präsentationen steht der Agentur ein angemessenes Honorar zu, das zumindest den gesamten Personal- und Sachaufwand der Agentur für die Präsentation sowie die Kosten sämtlicher Fremdleistungen deckt.



# First Class Promo

print . neue medien . werbeartikel

Allgemeine Geschäftsbedingungen von First Class Promo

Seite 2 von 6

Erhält die Agentur nach der Präsentation keinen Auftrag, so bleiben alle Leistungen der Agentur, insbesondere die Präsentationsunterlagen und deren Inhalt Eigentum der Agentur. Der Kunde ist nicht berechtigt, diese – in welcher Form auch immer – weiter zu nutzen; die Unterlagen sind der Agentur auszuhändigen.

Führt die Präsentation zu einem Auftrag, so ist das Präsentationshonorar anzurechnen.

Werden die im Zuge einer Präsentation an Kunden eingebrachten Ideen und Konzepte für die Lösung von Kommunikationsaufgaben, nicht für diesen Kunden verwendet, so ist die Agentur berechtigt, die präsentierten Ideen und Konzepte anderweitig zu verwenden. Die Weitergabe von Präsentationsunterlagen an Dritte, sowie deren Veröffentlichung, Vervielfältigung oder sonstige Verbreitung ist ohne ausdrückliche Zustimmung der Agentur unzulässig.

## **Aufträge**

1) Aufträge an Werbeträger erteilt die Agentur im eigenen Namen und für eigene Rechnung zu den für den Werbungtreibenden günstigsten tariflichen Bedingungen, soweit letztere der Agentur bekannt sind. Werden Mengenrabatte oder Malstaffeln in Anspruch genommen, erhält der Auftraggeber bei Nichterfüllung der Rabatt- oder Staffelvoraussetzungen eine Nachbelastung, die sofort fällig wird. Für mangelhafte Leistung der Werbeträger haftet die Agentur nicht.

2) Von der Agentur übermittelte Besprechungsprotokolle sind verbindlich, wenn der Auftraggeber nicht unverzüglich nach Erhalt widerspricht.

3) Vorlagen, Dateien und sonstige Arbeitsmittel (insbesondere Satzdateien, Quelltextdateien, Negative, Modelle, Originalillustrationen u.a.), die die Agentur erstellt oder erstellen lässt, um die nach dem Vertrag geschuldete Leistung zu erbringen, bleiben Eigentum der Agentur. Eine Herausgabepflicht besteht nicht. Zur Aufbewahrung sind wir nicht verpflichtet.

## **Verschwiegenheit**

Die Agentur, ihre Mitarbeiter und hinzugezogene Dritte, verpflichten sich, über alle Angelegenheiten, die ihnen mit der Tätigkeit in Zusammenhang mit dem Kunden bekannt werden, Stillschweigen zu bewahren. Die Geheimhaltungspflicht besteht auch über die Dauer der Zusammenarbeit hinaus.

## **Eigentumsrecht/Urheberschutz**

Alle Leistungen von First Class Promo (Anregungen, Ideen, Konzepte, Skizzen, Vorentwürfe, Layouts, Reinzeichnungen, Negative, Datenfiles) oder einzelne Teile davon, bleiben Eigentum der Agentur. Der Kunde erwirbt durch die Zahlung des Honorars lediglich die Nutzung (einschließlich Vervielfältigung) zum vereinbarten Zweck und vereinbarten Umfang.

Für die Nutzung von Leistungen der Agentur, die über den ursprünglich vereinbarten Zweck und



Umfang hinausgeht, ist – unabhängig davon, ob diese Leistung urheberrechtlich geschützt ist – die Zustimmung der Agentur erforderlich. Dafür steht der Agentur eine gesonderte, angemessene Vergütung zu.

1) Die von der Agentur gelieferten, aber nicht erstellten Arbeitsergebnisse Dritter wie z.B. Bilder, Grafiken, Texte sowie Programmierung oder webbasierte Softwarelösungen sind urheberrechtlich geschützt und stehen dem Vertragspartner nur für die einmalige Nutzung für den im Vertrag angegebenen Zweck, Umfang und Sprachraum zur Verfügung. Jede weitere Nutzung bedarf der vorherigen schriftlichen Zustimmung von First Class Promo.

2) Alle mit den gelieferten Arbeiten zusammenhängenden urheberrechtlichen Nutzungsrechte der Agentur überträgt diese im Rahmen des Vertragszweckes auf den Auftraggeber, d.h., je nach Vertragszweck bestimmen sich der räumliche, zeitliche und inhaltliche Umfang des Nutzungsrechtes sowie die jeweils eingeräumte Nutzungsart. Nutzungsrechte an Arbeiten, die bei der Beendigung des Vertrags noch nicht bezahlt oder im Falle der Abrechnung auf Provisionsbasis noch nicht veröffentlicht worden sind, verbleiben vorbehaltlich anderweitig getroffener Abmachungen bei der Werbeagentur.

3) Der Kunde versichert gegenüber der Agentur, dass er Urheberrechtsinhaber bzw. Inhaber eines umfassenden zur Durchführung des erteilten Auftrages notwendigen Verwertungsrechtes des von ihm der Agentur zur Verfügung gestellten Materials (z.B. Bilder) ist. Der Kunde hat die Agentur von jeglicher Inanspruchnahme der verletzten Person und/oder Dritten freizuhalten.

## **Kennzeichnung**

Die Agentur ist berechtigt, auf allen Informationsmitteln und bei allen Maßnahmen auf die Agentur hinzuweisen, ohne dass dem Kunden dafür ein Entgeltanspruch zusteht.

## **Genehmigung**

Alle vorgeschlagenen und durchgeführten Leistungen und Maßnahmen der Agentur sind vom Kunden zu überprüfen und freizugeben. Werden die durchzuführenden Leistungen im Rahmen von Meetings, Gesprächen oder Telefonaten an die Agentur herangetragen, so erfolgt die Freigabe der Leistungen durch den Kunden auf Grundlage der Besprechungsprotokolle der Agentur.

## **Liefertermine**

First Class Promo bemüht sich, die vereinbarten Termine einzuhalten. Die Nichteinhaltung der Termine berechtigt den Kunden allerdings erst dann zur Geltendmachung der gesetzlich vorgesehenen Rechte, wenn er der Agentur eine Nachfrist von mindestens 14 Tagen gewährt hat. Diese Frist beginnt mit dem Zugang des Mahnschreibens an die Agentur.

1) Liefertermine oder Fristen, die verbindlich oder unverbindlich vereinbart werden können, bedürfen der Schriftform.



2) Liefer- und Leistungsverzögerungen aufgrund höherer Gewalt und aufgrund von Ereignissen, die der Agentur die Leistung wesentlich erschweren oder unmöglich machen - hierzu gehören insbesondere Streik, Aussperrung, behördliche Anordnung usw., auch wenn sie bei den Lieferanten der Agentur oder deren Unterlieferanten eintreten - hat die Agentur auch bei verbindlich vereinbarten Fristen und Terminen nicht zu vertreten. Sie berechtigen die Agentur, die Leistung für die Dauer der Behinderung zuzüglich einer angemessenen Anlaufzeit hinauszuschieben oder wegen des noch nicht erfüllten Teils ganz oder teilweise vom Vertrag zurückzutreten.

3) Wenn die Behinderung länger als drei Monate dauert, ist der Auftraggeber nach angemessener Nachfristsetzung berechtigt, hinsichtlich des noch nicht erfüllten Teils vom Vertrag zurückzutreten. Verlängert sich die Leistungszeit oder erfolgt ein Rücktritt vom Vertrag durch die Agentur oder den Auftraggeber, so kann der Auftraggeber hieraus keine Schadensersatzansprüche herleiten.

4) Auf die genannten Umstände kann sich die Agentur nur berufen, wenn sie den Auftraggeber unverzüglich benachrichtigt.

5) Sofern die Agentur die Nichteinhaltung verbindlich zugesagter Fristen und Termine zu vertreten hat oder sich im Verzug befindet, hat der Auftraggeber Anspruch auf eine Verzugsentschädigung in Höhe von 0,5 % für jede vollendete Woche des Verzuges, insgesamt jedoch höchstens bis zu 5 % des Rechnungswertes der vom Verzug betroffenen Leistung. Darüber hinausgehende Ansprüche sind ausgeschlossen, es sei denn, der Verzug beruht zumindest auf grober Fahrlässigkeit der Agentur.

6) Die Lieferverpflichtungen der Agentur sind erfüllt, sobald die Arbeiten und Leistungen zur Versendung gebracht sind. Das Risiko der Übermittlung (z.B. Beschädigung, Verlust, Verzögerung), gleich mit welchem Medium übermittelt wird, trägt der Auftraggeber.

7) Lieferfristen sind nur verbindlich, wenn der Auftraggeber etwaige Mitwirkungspflichten (z.B. Beschaffung von Unterlagen, Freigaben) ordnungsgemäß erfüllt hat.

8) Von der Agentur zur Verfügung gestellte Vorlagen und Entwürfe sind nach Farbe, Bild- oder Tongestaltung erst dann verbindlich, wenn ihre entsprechende Realisierungsmöglichkeit schriftlich von der Agentur bestätigt wird.

9) Wettbewerbsrechtliche Überprüfungen sind nur dann Aufgabe der Agentur, wenn dies ausdrücklich vereinbart ist.

## **Erfüllungshilfen**

Die Agentur ist berechtigt, sich zur Erfüllung ihrer Verpflichtungen dem Auftraggeber gegenüber dritter Personen zu bedienen.



## Zahlung

Die Zahlung erfolgt nach Zahlungsbedingungen der jeweiligen Rechnung. Bis zur vollständigen Zahlung bleibt die Agentur Eigentümerin.

1) Die Ablehnung von Schecks oder Wechsel behält sich die Agentur ausdrücklich vor. Die Annahme erfolgt stets nur zahlungshalber. Diskont- und Wechselspesen gehen zu Lasten des Auftraggebers und sind sofort zur Zahlung fällig.

2) Vereinbarte Preise sind Nettopreise, zu denen die jeweils geltende Mehrwertsteuer hinzukommt.

3) Künstlersozialabgaben, Zölle oder sonstige, auch nachträglich entstehende Abgaben werden an den Auftraggeber weiterberechnet.

4) Bei Werbemittlung sind die jeweils gültigen Listenpreise der Werbeträger am Erscheinungstag verbindlich.

5) Bis zur vollständigen Zahlung aller den Auftrag betreffender Rechnungen, behält sich die Agentur das Eigentum an allen überlassenen Unterlagen und Gegenständen vor. Rechte an unseren Leistungen, insbesondere urheberrechtliche Nutzungsrechte, gehen erst mit vollständiger Bezahlung aller den Auftrag betreffenden Rechnungen auf den Auftraggeber über.

## Gewährleistung und Schadensersatz

Der Kunde hat Reklamationen innerhalb von drei Tagen nach Leistung durch die Agentur anzuzeigen und zu begründen. Im Fall berechtigter und begründeter Reklamation steht dem Kunden das Recht auf Nachbesserung der Leistung der Agentur zu. Schadensersatzansprüche des Kunden, insbesondere wegen Verzugs, Unmöglichkeit der Leistung, positiver Vertragsverletzung, Gewährleistung oder unerlaubter Handlungen sind ausgeschlossen, soweit sie nicht auf Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit beruhen.

## Aufrechnungsverbot

Der Auftraggeber ist zur Aufrechnung, Zurückbehaltung oder Minderung, auch wenn Mängelrügen oder Gegenansprüche geltend gemacht werden, nur berechtigt, wenn die Gegenansprüche rechtskräftig festgestellt wurden oder unstreitig sind.

## Haftung

1) Schadensersatzansprüche aus Verschulden bei Vertragsschluss, aus positiver Forderungsverletzung und unerlaubter Handlung sind sowohl gegen die Werbeagentur als auch gegen deren Erfüllungsgehilfen ausgeschlossen, soweit nicht vorsätzliches oder grob fahrlässiges Handeln vorliegt. Dies gilt auch für Schadensersatzansprüche wegen Nichterfüllung, allerdings nur insoweit, als der



Ersatz von mittelbarem oder Mangelfolgeschaden verlangt wird, es sei denn, die Haftung beruht auf einer Zusicherung, die den Auftraggeber gegen das Risiko von solchen Schäden absichern soll. Jede Haftung ist auf den bei Vertragsschluss vorhersehbaren Schaden begrenzt.

2) Von der Agentur gelieferte Arbeiten und Leistungen hat der Auftraggeber unverzüglich nach Erhalt, in jedem Falle aber vor einer Weiterverarbeitung, zu überprüfen und Mängel unverzüglich nach Entdeckung zu rügen. Unterbleibt die unverzügliche Überprüfung oder Mangelanzeige, bestehen keine Ansprüche des Auftraggebers.

3) Bei Vorliegen von Mängeln steht der Agentur das Recht zur zweimaligen Nachbesserung innerhalb angemessener Zeit zu.

4) Schadensersatzansprüche jeder Art sind ausgeschlossen, wenn die Agentur, ihre gesetzlichen Vertreter oder ihre Erfüllungsgehilfen leicht fahrlässig gehandelt haben. Das gilt nicht bei Verletzung wesentlicher Vertragspflichten. In diesem Falle ist die Haftung auf typische und vorhersehbare Schäden beschränkt.

## **Gerichtsstand, Anwendbares Recht**

1) Für diese Geschäftsbedingungen und die gesamten Rechtsbeziehungen zwischen First Class Promo und dem Auftraggeber gilt das Recht der Bundesrepublik Deutschland.

2) Soweit der Auftraggeber Vollkaufmann im Sinne des Handelsgesetzbuches, juristische Person des öffentlichen Rechts oder öffentlich-rechtliches Sondervermögen ist, ist Siegen ausschließlicher Gerichtsstand für alle sich aus dem Vertragsverhältnis unmittelbar ergebenden Streitigkeiten.

3) Sollte eine Bestimmung im Rahmen sonstiger Vereinbarungen zwischen den Parteien unwirksam sein oder werden, so wird hierdurch die Wirksamkeit aller sonstigen Bestimmungen oder Vereinbarungen nicht berührt.