

# ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN (AGB) DER COMMARCO-GRUPPE („AGENTUR“) FÜR DIE ERBRINGUNG VON AGENTURLEISTUNGEN

## I. BEGRIFFSBESTIMMUNG, GELTUNGSBEREICH

1. Diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen gelten für alle Gesellschaften der Commarco-Gruppe. Die Begriffe „Auftrag, Agentur und Auftraggeber“ sind im kaufmännischen Sinn zu verstehen. „Auftrag“ bezeichnet das Vertragsverhältnis ohne Rücksicht auf den jeweiligen Vertragstyp, „Agentur“ denjenigen, der die Hauptleistung schuldet, „Auftraggeber“ denjenigen, der die Hauptleistung zu erhalten und die Vergütung zu zahlen hat.
2. Abweichende Geschäftsbedingungen des Auftraggebers haben nur Gültigkeit, soweit die Agentur sie schriftlich anerkannt hat.

## II. TERMINE, LIEFERFRISTEN

1. Termine und Lieferfristen sind grundsätzlich unverbindliche Orientierungshilfen. Dies gilt nicht, wenn Termine ausdrücklich schriftlich als fix vereinbart sind.
2. Die Agentur haftet nicht für Lieferverzögerungen, die darauf beruhen, dass der Auftraggeber erforderliche Mitwirkungspflichten unterlässt.
3. Kommt der Auftraggeber in Annahmeverzug oder verletzt er schuldhaft sonstige Mitwirkungspflichten, so ist die Agentur berechtigt, den insoweit entstehenden Schaden, einschließlich etwaiger Mehraufwendungen, ersetzt zu verlangen. Weitergehende Ansprüche bleiben vorbehalten.

## III. LEISTUNGSUMFANG, VERGÜTUNG

1. Der Umfang der einzelnen Leistungen sowie die geschuldete Vergütung ergeben sich aus der Leistungsbeschreibung der Agentur. Ist für eine Leistung keine Vergütung bestimmt, gelten die zum Zeitpunkt der Beauftragung gültigen Preislisten der Agentur. Mehraufwand der Agentur, insbesondere wegen Änderungs- und Ergänzungswünschen des Auftraggebers, wird als zusätzlicher Aufwand gemäß den vereinbarten Stundensätzen, ersatzweise zu den zum Zeitpunkt der Beauftragung gültigen Preislisten der Agentur berechnet.
2. Der Auftraggeber trägt den Schaden, der dadurch entsteht, dass Arbeiten infolge seiner unrichtigen, nachträglich berichtigten oder lückenhaften Angaben von der Agentur ganz oder teilweise wiederholt werden müssen oder verzögert werden, sofern der Auftraggeber den Schaden zu vertreten hat.
3. Die Agentur darf die ihr obliegenden Leistungen auch von Dritten als Subunternehmer erbringen lassen. Der Auftraggeber kann einen solchen Dritten nur dann ablehnen, wenn in der Person des Dritten ein wichtiger Grund liegt.
4. Kündigt der Auftraggeber einen Auftrag, den er gegenüber der Agentur freigegeben hat, vorzeitig, gilt bezüglich des Honorars der Agentur zwischen den Vertragspartnern § 649 BGB.
5. Die Überprüfung der rechtlichen Zulässigkeit der Werbung (insbes. Wettbewerbs-, Kennzeichen-, Lebensmittel- u. Arzneimittelrecht) wird von der Agentur nur geschuldet, wenn diese ausdrücklich Gegenstand des Auftrags ist. Beauftragt der Auftraggeber die Agentur mit diesen Leistungen, trägt er die hierdurch entstehenden Gebühren und Kosten der Agentur und Dritter (Rechtsanwalt, Behörden u. a.) zu marktüblichen Konditionen, sofern nichts Abweichendes vereinbart wird.
6. Die Agentur ist nicht verpflichtet, die in der Werbung enthaltenen, vom Auftraggeber vor- oder freigegebenen Sachaussagen über Produkte und Leistungen des Auftraggebers auf ihre Richtigkeit zu überprüfen.
7. Die Leistungen der Agentur sind auch dann vertragsgerecht erbracht, wenn sie nicht eintragungsfähig sind (z. B. Patente, Marken, Urheberschutz), sofern nichts Abweichendes ausdrücklich vereinbart wurde. Die Agentur ist nicht verpflichtet, aber berechtigt, ihre Leistungen zum Gegenstand von Schutzrechtsanmeldungen zu machen.
8. Zwecks Prüfung und Zustimmung legt die Agentur dem Kunden alle Entwürfe vor der Veröffentlichung vor. Der Auftraggeber übernimmt mit der Freigabe der Arbeiten die Verantwortung für die Richtigkeit von Inhalt, Bild, Ton und Text.

## IV. PRODUKTIONSÜBERWACHUNG (VERGABE, KOORDINATION UND ÜBERWACHUNG DER WERBEMITTELHERSTELLUNG)

1. Im Rahmen der Produktionsüberwachung wählt die Agentur geeignete Werbemittelhersteller aus und erteilt Produktionsaufträge nach Freigabe durch den Auftraggeber in Textform. Einzelaufträge bis zu max. Euro 2.000,- bedürfen nicht der Freigabe durch den Auftraggeber. Die Auftragserteilung an Werbemittelhersteller erfolgt im Namen und auf Rechnung des Auftraggebers, sofern nichts Abweichendes ausdrücklich in Textform vereinbart wurde.
2. Die Agentur koordiniert die Produktionsabwicklung und kontrolliert die Leistungen und Rechnungen der Hersteller.
3. Für die Produktionsüberwachung gemäß Ziffer IV.1 und 2 erhält die Agentur ein Agenturhonorar in Höhe von 15 % auf den Nettowert der Rechnungen der Werbemittelhersteller. Das Agenturhonorar ist jeweils mit Abrechnung der Leistungen der Hersteller fällig.
4. Soweit die Agentur Produktionsaufträge aufgrund ausdrücklicher Vereinbarung mit dem Auftraggeber ausnahmsweise im eigenen Namen und auf eigene Rechnung erteilt, werden sämtliche anfallenden Fremdkosten von der Agentur an den Auftraggeber weiterberechnet. Die Agentur ist berechtigt, bei Produktionsaufträgen ab einem voraussichtlichen Wert von Euro 5.000,- sofort fällige Vorauszahlungen bis zur Höhe des Brutto-Auftragswerts zu verlangen.

## V. HAFTUNG, GEWÄHRLEISTUNG

1. Die Agentur haftet bei Vorsatz und grober Fahrlässigkeit nach den gesetzlichen Vorschriften. Die Haftung für Mängelgewährleistungsansprüche ist jedoch auf 12 Monate ab Ablieferung begrenzt.
2. Bei leichter Fahrlässigkeit haften die Agentur sowie ihre Erfüllungs- und Verrichtungsgehilfen nur, wenn eine wesentliche Vertragspflicht (Kardinalspflicht) verletzt wird oder ein Fall des Verzugs oder der Unmöglichkeit vorliegt.
3. Im Fall einer Haftung aus leichter Fahrlässigkeit wird diese Haftung der Agentur sowie ihrer Erfüllungs- und Verrichtungsgehilfen wegen Pflichtverletzung und aus unerlaubter Handlung sowie für Ansprüche auf Ersatz vergeblicher Aufwendungen auf solche Schäden begrenzt, die vorhersehbar bzw. typisch sind.
4. Die vorgenannten Haftungsbeschränkungen sowie die verkürzte Gewährleistungspflicht gelten nicht für das Fehlen zugesicherter Eigenschaften, für Fälle von Arglist, für Verletzungen des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit, für Rechtsmängel sowie bei Haftung nach dem Produkthaftungsgesetz.
5. Wegen unverschuldeter Irrtümer und Druck- oder Übermittlungsfehlern, welche die Agentur zur Anfechtung berechtigen, kann der Auftraggeber Schadensersatz als Folge der Anfechtung nicht geltend machen.

## **VI. ABNAHME**

Schuldet die Agentur einen bestimmten Arbeitserfolg, d. h. ein individualisierbares Werk (z. B. Entwurf), ist der Auftraggeber zur Abnahme verpflichtet. Die Abnahme gilt als erfolgt, wenn sie nicht innerhalb von sieben Tagen nach Ablieferung erklärt oder verweigert wird, vorausgesetzt, das Arbeitsergebnis entspricht im Wesentlichen den Vereinbarungen. Bestehen wesentliche Abweichungen, wird die Agentur diese Abweichungen in angemessener Frist beseitigen und das Arbeitsergebnis erneut zur Abnahme vorlegen. Die Abnahme gilt spätestens mit der Zahlung oder Nutzung des Werks als erfolgt.

## **VII. RECHNUNG, PREIS, ZAHLUNG, ZAHLUNGSBEDINGUNGEN**

1. Die Agentur stellt ihre Leistungen sofort nach Erbringung in Rechnung.
2. Soweit keine anderen Zahlungsbedingungen vereinbart sind, erfolgt die Zahlung innerhalb von 10 Tagen nach Rechnungsstellung ohne Abzug.
3. Alle Preise sind Nettopreise und verstehen sich zuzüglich der gesetzlichen Umsatzsteuer. Zölle, Gebühren und sonstige Abgaben wie auch die Künstlersozialversicherung trägt der Auftraggeber, und zwar auch dann, wenn sie nacherhoben werden.
4. Der Auftraggeber darf gegen Vergütungsforderungen der Agentur nur mit unbestrittenen oder rechtskräftig festgestellten Forderungen aufrechnen. Der Auftraggeber kann ein Zurückbehaltungsrecht nur in den Fällen unbestrittener oder rechtskräftig festgestellter Ansprüche geltend machen.

## **VIII. AUFWENDUNGEN**

1. Jede Partei trägt die Kosten für Porto, Telefon und Fax, die ihr aus dem Geschäftsverkehr mit der anderen Seite erwachsen.
2. Reisekosten werden dem Auftraggeber wie folgt berechnet:
  - Fremdkosten: nach Belegen,
  - Stundenaufwand: siehe aktuelle Standardpreisliste,
  - Reisekosten im eigenen Pkw: 0,51 Euro/km.
3. Alle sonstigen Kosten wie Anwaltskosten, Kurierkosten, Transportkosten zur Vorbereitung und Überwachung von Werbemittelproduktionen sowie Farbkopien und Farbausdrucke, die vom Auftraggeber bestellt werden, werden dem Auftraggeber nach Belegen berechnet.

## **IX. URHEBERRECHTLICHE NUTZUNGSRECHTE/LEISTUNGSSCHUTZRECHTE**

1. Sofern nicht abweichend in der Leistungsbeschreibung geregelt, erwirbt der Auftraggeber mit vollständiger Bezahlung die nach dem Vertragszweck erforderlichen Nutzungsrechte an den von der Agentur gestalteten Werbemitteln für die Laufzeit des Agenturvertrags, mindestens jedoch für 6 Monate nach Abnahme. Die Nutzungsrechte sind auf das Gebiet der Bundesrepublik Deutschland beschränkt. Eine Bearbeitung oder inhaltliche Änderung der von der Agentur gestalteten Werbemittel ist nur mit vorheriger Zustimmung der Agentur zulässig. Die Weiterübertragung oder Lizenzierung der Nutzungsrechte durch den Auftraggeber an Dritte bedarf zu ihrer Wirksamkeit der vorherigen schriftlichen Zustimmung durch die Agentur.
2. Sind zur Erstellung oder Umsetzung von Arbeitsergebnissen der Agentur Nutzungs- oder Verwertungsrechte (z. B. Foto-, Film-, Urheber-, GEMA-Rechte) oder Zustimmungen Dritter (z. B. Persönlichkeitsrechte) erforderlich, wird die Agentur die Rechte und Zustimmungen Dritter im Namen und für Rechnung des Auftraggebers einholen. Dies erfolgt grundsätzlich nur in dem für die vorgesehene Werbemaßnahme zeitlich, räumlich und inhaltlich erforderlichen Umfang, sofern nichts Abweichendes ausdrücklich in Textform vereinbart wurde. Nachforderungen gemäß §§ 32, 32 a UrhG gehen zu Lasten des Auftraggebers.
3. Die Agentur übernimmt keine Haftung dafür, dass bezüglich der von ihr gelieferten Werbemittel und Arbeitsergebnisse keine Rechte Dritter bestehen.
4. Die Agentur darf die von ihr konzipierten Werbemittel zeitlich unbeschränkt zur Eigenwerbung in ihrer Internet-Website sowie auf der von ihr zu Zwecken der Eigenwerbung regelmäßig erstellten CD-ROM nutzen. Die Befugnis erstreckt sich auch auf die anderen Unternehmen der Scholz & Friends-Gruppe.
5. Nutzungsrechte für vom Auftraggeber abgelehnte oder nicht ausgeführte Entwürfe bleiben bei der Agentur. Dies gilt auch und gerade für Leistungen der Agentur, die nicht Gegenstand besonderer gesetzlicher Rechte, insbesondere des Urheberrechts, sind.

## **X. BESPRECHUNGSBERICHTE**

Die Agentur übergibt innerhalb von drei Arbeitstagen nach jeder Besprechung mit dem Auftraggeber Besprechungsberichte. Diese Besprechungsberichte sind als rechtsverbindliche Arbeitsgrundlage für die weitere Bearbeitung von Projekten bindend, soweit ihnen nicht innerhalb einer Frist von weiteren drei Arbeitstagen in Textform widersprochen wird.

## **XI. WPP Verhaltensrichtlinien für Lieferanten und Geschäftspartnern**

Der Auftraggeber stimmt den WPP Verhaltensrichtlinien für Lieferanten und Geschäftspartner zu, welche in Anlage beigefügt sind.

## **XII. SCHLUSSBESTIMMUNGEN**

1. Die Unwirksamkeit einzelner Bedingungen berührt die Wirksamkeit der übrigen nicht. Die beanstandete Bedingung ist durch eine solche zu ersetzen, die dem wirtschaftlichen Zweck der ursprünglichen möglichst nahe kommt.
2. Gerichtsstand für alle Streitigkeiten zwischen dem Auftraggeber, der Kaufmann ist, und der Agentur ist der Sitz der Agentur.
3. Anwendbar ist nur das Recht der Bundesrepublik Deutschland unter Ausschluss des deutschen Internationalen Privatrechts.

**WPP Verhaltensrichtlinien für Lieferanten und Geschäftspartner**

WPP und seine Unternehmen sind weltweit in vielen Märkten und Ländern tätig. Auf allen Ebenen respektieren wird die nationale Gesetzgebung und alle anderen Gesetze mit internationaler Reichweite, wo erforderlich, wie beispielsweise den US Foreign Corrupt Practices Act, sowie branchenbezogene Verhaltensrichtlinien. Wir sind bestrebt, in allen Aspekten unseres Geschäfts ethisch zu handeln und wahren jederzeit die Höchststandards an Ehrlichkeit und Integrität.

Von unseren Geschäftspartnern und Lieferanten erwarten und fordern wir dasselbe Streben nach ethischem Verhalten und bitten Sie daher, ihre Zustimmung zu unserer Verhaltensrichtlinie (in der ersten Spalte) zu geben, die wir, wo erforderlich, für Unternehmen, die nicht WPP angehören, angepasst haben (in der zweiten Spalte).

Wir, die Angestellten und Mitarbeiter aller Unternehmen der WPP-Gruppe („die Gruppe“) erkennen unsere Verpflichtung gegenüber allen an, die Teil an unserem Erfolg haben, darunter Aktionäre, Kunden, Mitarbeiter und Lieferanten;	Sie bestätigen, dass Sie unsere Verpflichtungen anerkennen und werden diesen Verpflichtungen nicht zuwiderhandeln.
Informationen über unsere Geschäfte werden eindeutig und unmissverständlich auf nicht diskriminierende Weise sowie gemäß den lokalen Gesetzesvorschriften kommuniziert.	Sie bestätigen, dass Sie Informationen über die WPP Gruppe wie beschrieben behandeln werden.
Wir wählen und fördern unsere Mitarbeiter auf Grundlage ihrer Qualifikationen und Verdienste, ohne Diskriminierung oder Bedenken in Bezug auf ethnische Zugehörigkeit, Religion, nationaler Herkunft, Hautfarbe, Geschlecht, sexuelle Neigung, Geschlechtsidentität oder -ausdruck, Alter oder Behinderung.	Sie bestätigen, dass in Ihrer Organisation gleichwertige Richtlinien gelten.
Wir glauben, dass ein Arbeitsplatz sicher und zivilisiert sein soll; wir dulden weder sexuelle Nötigung noch Diskriminierung oder offensives Verhalten jeglicher Art, einschließlich der ständigen Erniedrigung von Personen durch Worte oder Taten, das Zeigen oder die Verbreitung offensiven Materials oder die Nutzung oder das Mitführen von Waffen bei WPP oder bei Kunden.	Sie bestätigen, dass in Ihrer Organisation vergleichbare Richtlinien gelten und dass Sie unseren Arbeitsplatz und unsere Mitarbeiter wie beschrieben respektieren werden.
Wir dulden weder die Nutzung noch den Besitz oder die Verbreitung illegaler Drogen, oder dass unsere Mitarbeiter unter dem Einfluss von Drogen oder Alkohol zur Arbeit erscheinen.	Sie bestätigen, dass in Ihrer Organisation vergleichbare Richtlinien gelten und dass Sie unseren Arbeitsplatz und unsere Mitarbeiter wie beschrieben respektieren werden.
Wir behandeln alle Informationen, die sich auf das Geschäft oder die Kunden der Gruppe beziehen, als vertraulich. Insbesondere der Insiderhandel ist ausdrücklich verboten, und vertrauliche Informationen dürfen nicht zum persönlichen Nutzen verwendet werden.	Sie bestätigen, dass Sie unserer Richtlinie im Hinblick auf unsere Informationen zustimmen.
Wir setzen uns dafür ein, die Konsumenten-, Kunden- und Mitarbeiterdaten gemäß den geltenden nationalen Gesetzen und Branchenstandards zu schützen.	Sie bestätigen, dass Sie in Ihrer Organisation gleichwertige Richtlinien haben, die sämtliche Informationen über und im Hinblick auf unser Geschäft und unsere Geschäftspartner abdecken.
Wir werden wissentlich keine Arbeitsergebnisse erzeugen, die Aussagen, Vorschläge oder Bilder enthalten, die dem allgemeinen Anstand zuwiderlaufen, und werden die Wirkung unserer Arbeit auf Bevölkerungsminderheiten angemessen bedenken, unabhängig davon, ob sich diese Minderheit durch ethnische Zugehörigkeit, Religion, nationale Herkunft Hautfarbe, Geschlecht, sexuelle Neigung, Geschlechtsidentität oder -ausdruck, Alter oder Behinderung definiert.	Wo erforderlich bestätigen Sie, dass Ihre Arbeit gleichwertigen Standards unterliegt.
Wir werden keine Arbeit annehmen, die dazu dienen soll, irreführend zu wirken, beispielsweise im Hinblick auf Sozial-, Umwelt- und Menschenrechtsthemen.	Wo erforderlich bestätigen Sie, dass Ihre Arbeit gleichwertigen Standards unterliegt.
Wir prüfen vor Annahme eines Auftrags, inwieweit Auftrag oder Kunden den Ruf unserer Gruppe schädigen könnten. Dazu zählt eine Rufschädigung durch Kunden, die an Handlungen beteiligt sind, die zur Verletzung der Menschenrechte	Dies bezieht sich nur auf Mitglieder der WPP Gruppe.
Wir werden zum persönlichen oder familiären Nutzen keine Handlungen unternehmen, durch die ein Wettbewerb mit Unternehmen innerhalb der Gruppe entsteht oder unsere Verpflichtungen gegenüber einem solchen Unternehmen beeinträchtigt;	Dies bezieht sich nur auf Mitglieder der WPP Gruppe.

Bestechungen an Dritte oder von Dritten, insbesondere von Regierungsbeamten, Kunden und Vermittlern oder ihren Vertretern, ob in Bargeld oder anderer Form, werden von uns weder gewährt, noch zugesagt oder angenommen. Wir werden insgesamt sicherstellen, dass alle Mitarbeiter diese Richtlinie durch Training, Kommunikation und beispielhaftes Verhalten begreifen;	Dies ist unmittelbar auf Sie anwendbar.
Wir überreichen keine Geschenke, um ein Geschäft zu sichern. Diese Vorschrift dient nicht dazu, angemessene Einladungen oder das Überreichen gelegentlicher Geschenke von geringem Wert zu verbieten, es sei denn, der Kunde hat eine Richtlinie, die dies untersagt;	Dies ist unmittelbar auf Sie anwendbar.
Wir nehmen von Lieferanten, potenziellen Lieferanten oder Dritten keine Güter oder Dienstleistungen zu unserem persönlichen Nutzen entgegen, die mehr als nominellen Wert haben;	Dies ist unmittelbar auf Sie anwendbar.
Wir haben keine persönlichen oder familiären Interessenkonflikte innerhalb unserer Unternehmen oder mit unseren Lieferanten oder Dritten, mit denen wir Geschäfte machen;	Ihre Organisation sollte gleichwertige Richtlinien haben.
Politiker, politische Parteien oder Ausschüsse dürfen ohne vorherige schriftliche Genehmigung des WPP- Vorstands keinen Unternehmensbeitrag jeglicher Art erhalten, einschließlich der Erbringung von Dienstleistungen oder der Bereitstellung von Materialien für weniger als den marktüblichen Preis.	Sie sollten Ihre eigene Richtlinie in Bezug auf solche Beiträge haben, ergänzt durch angemessene Genehmigungsverfahren.
Wir werden weiterhin danach streben, einen positiven Beitrag zu Umwelt und Gesellschaft zu leisten, indem wir: hohe Standards im Bereich Marketing-Ethik bewahren; die Menschenrechte respektieren; die Umwelt respektieren; Unternehmensspenden tätigen (Corporate Giving), Sozialsponsoring durchführen (Social Sponsoring), Zweckgebundenes Marketing anbieten (Cause Related Marketing), Unternehmensstiftungen gründen (Corporate Foundations), Gemeinnütziges Arbeitnehmerengagement unterstützen (Corporate Volunteering), Aufträge an soziale Organisationen vergeben (Social Commissioning), Gemeinwesen Joint-Venture aufsetzen (Community Joint-Venture bzw. Public Private Partnership), Lobbying für soziale Anliegen durchführen (Social Lobbying); Mitarbeiterentwicklung unterstützen und erhebliche Risiken unternehmerischer Verantwortung in unseren Lieferketten übernehmen. Unsere Richtlinien zu unternehmerischer Verantwortlichkeit enthalten weitere Einzelheiten zu.	Ihre Organisation sollte gleichwertige Richtlinien haben.

Geschäftspartner und Lieferanten bestätigen, dass sie dem Verhaltenskodex der WPP Folge leisten werden und, sollten sie Verletzungen bemerken, WPP bzw. ihren jeweiligen Vertragspartner innerhalb der WPP-Gruppe sofort informieren werden. Das gilt insbesondere im Hinblick auf Bestechung oder unangemessene Geschenke oder Dienstleistungen an oder von unseren Geschäftspartnern und Lieferanten oder Dritte/n oder in Bezug auf alle anderen Angelegenheiten, die WPPs Ruf direkt oder indirekt schädigen könnten.