

## Allgemeine Geschäftsbedingungen der DOC'S COMMUNICATIONS Werbeagentur

### 1. Gegenstand der Allgemeinen Geschäftsbedingungen

1.1. Die nachstehenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen gelten für alle Rechtsgeschäfte von Dr. Oskar Cöster als Inhaber der DOC'S COMMUNICATIONS Werbeagentur, nachstehend „Agentur“ genannt, mit anderen Unternehmen oder sonstigen Auftraggebern, nachstehend „Kunden“ genannt. Eventuell entgegenstehende Bestimmungen der Allgemeinen Geschäftsbedingungen dieser gelten nicht.

1.2. Die Geltung der vorliegenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen erstreckt sich auf Verträge (seien es förmliche Agenturverträge oder Projektverträge oder Verträge durch Auftragserteilungen auf Basis von Angeboten), auf Vorverträge, wie sie gemäß Ziffer 8.3. im Vorfeld der Hauptverträge über die Erbringung der Agenturleistungen zustande kommen, und auf Willenserklärungen (z. B. Angebote).

1.3. Für das Zustandekommen eines Vertrages durch Auftragserteilung auf der Basis eines Angebots ist zu beachten, dass sich die Agentur an abgegebene Angebote in Leistungsumfang und Preisstellung 10 Wochen lang gebunden hält.

1.4. Die Agentur erbringt Dienstleistungen auf den Gebieten der Marketing- und Vertriebsberatung, der Werbeplanung, Werbegestaltung und Werbemittlung, des Webdesigns, des Sponsoring, der Public Relations und des Eventmarketing.

1.5. Die nähere Beschreibung der von der Agentur zu erbringenden Dienstleistungen ergibt sich aus den Verträgen, deren Anlagen und etwaigen Leistungsbeschreibungen der Agentur.

### 2. Grundlagen einer Zusammenarbeit

2.1. Grundlage für die Agenturarbeit ist neben den AGB und unter ihrer Geltung der jeweilige Vertrag sowie - als Vertragsbestandteil - in der Regel ein Briefing des Kunden.

2.2. Wird das Briefing mündlich erteilt, erstellt die Agentur über den Inhalt des Briefings einen Kontaktbericht, der dem Kunden innerhalb von 3 Arbeitstagen nach der Besprechung übergeben wird.

2.3. Der Kontaktbericht wird Vertragsbestandteil, wenn der Kunde ihm nicht innerhalb von 2 Arbeitstagen widerspricht.

2.4. Bestandteil des Vertrags werden auch Vorverträge, soweit sie nicht durch den Hauptvertrag abgelöst werden.

2.5. Vorvertrag, Vertrag sowie die Bestandteile des Vertrags und ebenso Änderungen des Vertrags bedürfen der Schriftform.

### 3. Präsentationen

3.1. Die Entwicklung konzeptioneller und gestalterischer Vorschläge durch die Agentur mit dem Ziel des Vertragsabschlusses erfolgt, unbeschadet im Einzelfall abweichender Regelungen, gegen Zahlung des mit dem Auftraggeber dafür vereinbarten, wenigstens kostendeckenden Entgelts (Präsentationshonorar). Das Präsentationshonorar wird im Falle der Erteilung des Auftrags auf die Agenturvergütung angerechnet.

3.2. Urhebernutzungs- und Eigentumsrechte an den von der Agentur im Rahmen der Präsentation vorgelegten Arbeiten verbleiben bei Berechnung eines Präsentationshonorars bei der Agentur. Werden im Rahmen der Präsentation vorgelegte Arbeiten dagegen vereinbarungsgemäß voll bezahlt, gehen die Nutzungs- und Eigentumsrechte nach Maßgabe der Ziffer 5 auf den Auftraggeber über.

#### 4. Vergütung

4.1. Es gilt die im Vertrag vereinbarte Vergütung. Zahlungen sind innerhalb 14 Tagen nach Rechnungsstellung ohne jeden Abzug fällig. Bei Überschreitung der Zahlungstermine steht der Agentur ohne weitere Mahnung ein Anspruch auf Verzugszinsen in Höhe von 10 % über dem Basiszinssatz nach § 1 des Diskont-Überleitungsgesetzes zu. Das Recht zur Geltendmachung eines darüber hinausgehenden Schadens bleibt unberührt.

4.2. Wenn der Kunde Aufträge, Arbeiten, Planungen und dergleichen ändert oder abbricht, bzw. die Voraussetzungen für die Leistungserbringung ändert, wird er der Agentur alle dadurch anfallenden Kosten ersetzen und die Agentur von allen Verbindlichkeiten gegenüber Dritten freistellen.

4.3. Falls der Auftraggeber vor Beginn des Projektes vom Vertrag zurücktritt, kann die Agentur folgende Prozentsätze vom vereinbarten Honorar als Stornogebühr verlangen:  
Bis 6 Monate vor Beginn des Auftrags bzw. der Veranstaltung 10 %; ab 6 Monate bis 3 Monate vor Beginn des Auftrages bzw. der Veranstaltung 25 %; ab 3 Monate bis 3 Wochen vor Beginn des Auftrages bzw. der Veranstaltung 50 %; ab 3 Wochen bis 1 Woche vor Beginn des Auftrages bzw. der Veranstaltung 80 %; ab 1 Woche vor Beginn des Auftrages bzw. der Veranstaltung 100 %.

4.4. Alle zu zahlenden Beträge verstehen sich zuzüglich der gesetzlich gültigen Umsatzsteuer in der jeweils geltenden Höhe.

#### 5. Urheber- und Nutzungsrechte

5.1. Die Agentur erbringt eine über die rein technische Arbeit hinausgehende geistig-kreative Gesamtleistung, die urheberrechtlich geschützt ist. Nicht das Urheberrecht, wohl aber Nutzungsrechte sind übertragbar.

5.2. Alle mit den gelieferten Arbeiten der Agentur zusammenhängenden Nutzungsrechte überträgt die Agentur im Rahmen des Vertragszwecks auf den Auftraggeber, das heißt je nach Vertragszweck bestimmen sich der räumliche, zeitliche, inhaltliche und mediale Umfang des Nutzungsrechts sowie eine etwa sonstwie eingeräumte Nutzungsart.

5.3. Nutzungsrechte an Arbeiten, die bei 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 Agentur.

5.4. Wenn der Kunde Agenturarbeiten außerhalb des Vertragsumfanges nutzt, wie z. B.

- außerhalb des im Vertrag genannten Gebietes (räumliche Ausdehnung) und / oder
- nach Beendigung des Vertrages (zeitliche Ausdehnung) und / oder
- in abgeänderter, erweiterter oder umgestellter Form (inhaltliche Ausdehnung) und / oder
- Einsatz in anderen Werbeträgern (mediale Ausdehnung) und / oder
- außerhalb einer sonstwie definierten Nutzungsart,

berechnet die Agentur ein zusätzliches Nutzungshonorar für die Dauer von längstens 3 Jahren, und zwar für das 1. Jahr in Höhe von 50 %, für das 2. Jahr in Höhe von 25 % und für das 3. Jahr in Höhe von 15 % der ursprünglichen vertraglichen Vergütung.

## 6. Treuebindung an den Auftraggeber

Die Treuebindung an den Kunden verpflichtet die Agentur 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 Kunde sich ein Mitspracherecht nicht ausdrücklich vorbehalten hat, erfolgt die Auswahl Dritter unter der Beachtung des Grundsatzes eines ausgewogenen Verhältnisses von Wirtschaftlichkeit und bestmöglichem Erfolg im Sinne des Werbungtreibenden.

## 7. Konkurrenzausschluss

7.1. Die Agentur verpflichtet sich, ihre Auftraggeber über mögliche Konkurrenzkonflikte zu informieren und gewährt auf Verlangen Konkurrenzausschluss für im einzelnen festzulegende Produkte und Dienstleistungen.

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

## 8. Geheimhaltungspflicht

8.1. Die Agentur ist zur Geheimhaltung aller ihr bei der Zusammenarbeit bekannt gewordenen Geschäftsgeheimnisse des Kunden verpflichtet. Soweit sie dritte Personen zur Erfüllung ihrer Aufgaben heranzieht, verpflichtet die Agentur diese zur gleichen Sorgfalt. Die Geheimhaltungspflicht besteht auch über die Dauer der Zusammenarbeit hinaus.

8.2. Der Kunde ist damit einverstanden, dass Inhalte des Vertrages und im Rahmen dieses Vertrages erstellte Leistungen von der Agentur elektronisch gespeichert und verarbeitet werden. Beide Vertragsseiten verpflichten sich, keine Daten - weder elektronisch gespeicherte noch auf andere Weise verfügbare - an Dritte weiterzugeben, die nicht in die Durchführung des Vertrages involviert sind.

8.3. Soweit die Agentur eigene Geschäftsgeheimnisse unter der Maßgabe der Vertraulichkeit mitteilt - z. B. in Form innovativer Konzepte und Strategien für den Bereich Marketing und Vertrieb -, so ist der Empfänger dieser vertraulichen Informationen zur strikten Geheimhaltung verpflichtet, sofern er die Informationen im Wissen um ihre Vertraulichkeit in schriftlicher Form bestellt hat. Dies gilt auch und besonders in der Phase der Anbahnung eines Vertrags über die Erbringung von Agenturleistungen und unabhängig von dessen Zustandekommen, denn das Einvernehmen über die Vertraulichkeit stellt selbst einen Vertrag (Vorvertrag) dar und ist bindend. Bei Verletzung der Geheimhaltungspflicht und / oder bei direkter oder indirekter Verwendung der vertraulichen Informationen ist die Agentur berechtigt, Schadenersatz zu verlangen.

## 9. Gewährleistung und Haftung

9.1. Das Risiko der rechtlichen Zulässigkeit der durchgeführten Projektmaßnahmen wird vom Kunden getragen. Das gilt insbesondere für den Fall, dass die Werbemaßnahmen gegen Vorschriften des Wettbewerbsrechts, des Urheberrechts und der speziellen Werberechtsgesetze verstoßen. Jedoch ist die Agentur verpflichtet, auf rechtliche Risiken hinzuweisen, sofern ihr diese bei der Vorbereitung bekannt werden. Der Kunde stellt die Agentur von Ansprüchen Dritter frei, wenn die Agentur auf ausdrücklichen Wunsch des Kunden gehandelt hat, obwohl sie dem Kunden ihre Bedenken im Hinblick auf die Zulässigkeit der Werbemaßnahmen mitgeteilt hat.

9.2. Erachtet die Agentur für die durchzuführenden Maßnahmen eine wettbewerbsrechtliche Prüfung durch eine besonders sachkundige Person oder Institution für erforderlich, so trägt der Kunde nach Abstimmung die Kosten.

9.3. In keinem Fall haftet die Agentur wegen der in den Werbemaßnahmen enthaltenen Sachaussagen über Produkte und Leistungen des Kunden. Die Agentur haftet auch nicht für die patent-, urheber- und markenrechtliche Schutz- oder Eintragungsfähigkeit der im Rahmen des Vertrages gelieferten Ideen, Anregungen, Vorschläge, Konzeptionen, Entwürfe etc.

9.4. Die Agentur haftet nur für Schäden, die sie vorsätzlich oder grob fahrlässig herbeigeführt hat. Von der Agenturhaftung ausgeschlossen sind Schäden, die etwa von durchführenden Subunternehmern verursacht wurden (im Rahmen von Fremdleistungen im Gegensatz zu Agenturleistungen).

9.5. Der Höhe nach ist die Haftung der Agentur beschränkt auf die bei vergleichbaren Geschäften dieser Art typischen Schäden, die bei Vertragsschluss oder spätestens bei Begehung der Pflichtverletzung vorhersehbar waren. Die Haftung der Agentur für Mangelfolgeschäden aus dem Rechtsgrund der positiven Vertragsverletzung ist ausgeschlossen, wenn und soweit sich die Haftung der Agentur nicht aus einer Verletzung der für die Erfüllung des Vertragszweckes wesentlichen Pflichten ergibt.

9.6. Verstößt der Kunde gegen wesentliche Bestimmungen des abgeschlossenen Vertrags, hat er für Schäden, die der Agentur hieraus entstehen, unabhängig vom Stand der Arbeiten zur Durchführung des Vertrags und erfolgten Zahlungen, eine Konventionalstrafe in Höhe der

vereinbarten Vergütung zu zahlen. Die Geltendmachung weiterer Schadenersatzansprüche bleibt vorbehalten.

## 10. Vertragsdauer, Kündigungsfristen

10.1. Der Vertrag tritt mit seiner Unterzeichnung in Kraft. Er wird für die im Vertrag genannte Vertragslaufzeit bzw. bei Projektverträgen für die Zeit bis zur Durchführung aller vertraglichen Leistungen geschlossen.

10.2. Soweit der Vertrag für eine unbestimmte Zeit abgeschlossen wurde, kann er mit einer Frist von 3 Monaten zum Monatsende gekündigt werden. Das Recht zur fristlosen Kündigung aus wichtigem Grund bleibt unberührt. Die Kündigung bedarf der Schriftform.

## 11. Abtretung, Aufrechnung, Zurückbehaltungsrecht

11.1. Der Kunde ist nicht berechtigt, seine Ansprüche aus dem Vertrag abzutreten.

11.2. Die Aufrechnung oder die Geltendmachung eines Zurückbehaltungsrechts durch den Kunden ist nur mit anerkannten oder rechtskräftig festgestellten Gegenansprüchen zulässig.

## 12. Schlussbestimmungen

Es gilt das Recht der Bundesrepublik Deutschland. Erfüllungsort und Gerichtsstand ist Hamburg.