



Das Kleingedruckte

Allgemeine Geschäftsbedingungen von SANSKINE Communications GmbH
(nachfolgend: »Agentur«)

§ 1 Allgemeines

1. Für alle Lieferungen und sonstigen Leistungen gelten ausschließlich die nachstehenden Geschäftsbedingungen, insbesondere für den Verkauf von Waren sowie für künstlerische oder sonstige Dienst- und Werkleistungen. Sie gelten ferner für alle künftigen Geschäftsbeziehungen, auch wenn sie nicht nochmals ausdrücklich vereinbart wurden.
2. Abweichende Bedingungen des Vertragspartners (nachfolgend Kunde), welche die Agentur nicht ausdrücklich schriftlich anerkennt, sind unwirksam, auch wenn die Agentur ihnen nicht ausdrücklich widerspricht. Änderungen und Ergänzungen der AGB der Agentur und der mit dem Kunden geschlossenen Vertrag bedürfen der Schriftform. Dies gilt auch für diese Schriftformklausel.

§ 2 Angebote, Leistungsumfang und Vertragsabschluss

1. Angebote der Agentur sind frei bleibend.
2. Für den Umfang der vertraglich geschuldeten Leistung ist ausschließlich die Auftragsbestätigung/das Angebot der Agentur maßgebend.
3. Teillieferungen sind zulässig.
4. Die dem Angebot oder der Auftragsbestätigung zugrunde liegenden Unterlagen wie Kalkulationen von Zeit- und Fremdkostenaufwand sind in der Regel nur als Annäherungswerte zu verstehen, sofern sie nicht ausdrücklich als verbindlich bezeichnet werden.
5. Soweit nicht ausdrücklich anders vereinbart, wird auf Grundlage der Stundensätze der Agentur nach tatsächlichem Zeitaufwand abgerechnet.
6. Werden »Honorarpauschalen« vereinbart, decken diese insbesondere einerseits den von der Agentur zu erbringenden Zeitaufwand und andererseits die Bereitstellung von Bearbeitungskapazitäten durch die Agentur ab. Die Honorarpauschalen sind grundsätzlich für beide Parteien bindend, unabhängig davon, ob der geschätzte Zeitaufwand dem tatsächlichen entspricht. Eine über die vereinbarte Honorarpauschalen hinausgehende Vergütung steht der Agentur nur dann zu, wenn die Agentur sich dieses Recht ausdrücklich bei Auftragserteilung vorbehalten hat oder wenn und soweit dies ausdrücklich zwischen den Parteien vereinbart wurde oder wenn sich ein Vergütungsanspruch aus diesen Allgemeinen Geschäftsbedingungen ergibt.
7. Die Agentur erhält von ihren Kunden für die erfolgreiche Vermittlung von Geschäftskontakten, die in geldwerten Kooperationen und anderweitigen, wirtschaftlich bewertbaren Vertragsverhältnisse münden, eine handelsübliche Provision.

§ 3 Fremdkosten

1. Fremdkosten wie sie bei der Inanspruchnahme von Leistungen durch Dritte, insbesondere für Grafik, Text, Satz, Lithografie, Druck, Fotografien, Clippings, Marktforschung, Anzeigenschaltung etc. entstehen, sind der Agentur gegen Nachweis zu vergüten, wenn nicht ausdrücklich eine andere Vereinbarung getroffen wurde.
2. Darüber wird von der Agentur auf die Fremdkosten eine Bearbeitungsgebühr in Höhe von 15% des jeweiligen Fremdkosten-Nettobetrages erhoben.
3. Anstelle der in Ziff. 2 vereinbarten Bearbeitungsgebühr erhält die Agentur für die im Auftrag des Kunden durchgeführten Anzeigenschaltungen in Medien die dort übliche Agenturprovision des jeweiligen Kunden-Netto-Schaltpvolumens (das Kunden-Netto ist der Brutto-Einschaltpreis der Werbeträger abzüglich möglich Rabatkkonditionen, vor Abzug von Skonto).

§ 4 Nebenkosten

1. Nebenkosten sind anlässlich der Durchführung eines Auftrages entstehende Kosten, insbesondere für Reisen, Reisespesen, Kommunikationsdienste, z. B. Telefon, Telefax, Briefdienst, sowie Kurierdienste und werden gegen Nachweis gesondert berechnet.



2. Die Agentur behält sich das Recht vor die Nebenkosten mit einer jeweils zu vereinbarenden Pauschale in Form eines prozentualen Anteils der vereinbarten Honorare gemäß § 2 dem Kunden zu berechnen, bei Kleinaufträgen wird eine Mindestpauschale von EUR 50,- erhoben.

§ 5 Preise und Zahlungsbedingungen

1. Die Preise gelten ab Firmensitz ausschließlich Verpackung und sonstiger Versand und Transportspesen.

2. Liegen zwischen Vertragsabschluss und Erfüllung mehr als 4 Monate, ohne dass diese Verzögerung von der Agentur zu vertreten ist, kann die Agentur den Preis unter Berücksichtigung eingetretener Material-, Lohn- und sonstiger Nebenkosten, die von der Agentur zu tragen sind, angemessen erhöhen.

3. Berücksichtigt die Agentur Änderungswünsche des Kunden, so werden die hierdurch entstehenden Mehrkosten dem Kunden in Rechnung gestellt.

4. Die von der Agentur an den Kunden gestellten Rechnungen sind nach Erhalt sofort ohne Abzug fällig. Bei schuldhafter Überschreitung der Zahlungsfrist von mehr als 14 Tagen ab Rechnungsdatum werden unter Vorbehalt der Geltendmachung weitergehender Ansprüche, Zinsen in Höhe von 8% über dem jeweils geltenden Basiszins gemäß §1 Diskontsatzüberleitungsgesetz verlangt.

5. Im Bereich Media (§ 3 Ziff. 3) erstellt die Agentur Vorausrechnungen an den Kunden, jeweils für einen Einschaltmonat. Die Agentur ist – solange und soweit der Kunde nicht die vorstehend geregelte Vergütung für das werbedurchführende Unternehmen auf Verlangen an die Agentur leistet – nicht verpflichtet, die Aufträge für die jeweils vorgesehenen Anzeigen an die Medienträger zu erteilen.

6. Die in den Preislisten genannten Stundensätze bzw. technischen Leistungen haben Gültigkeit für die Dauer von einem Jahr ab Auftragserteilung. Nach Ablauf dieser Frist ist die Agentur berechtigt, aber nicht verpflichtet, diese Preise in angemessener Weise den jährlichen Kostenentwicklungen anzupassen.

7. Sämtliche angegebenen Kosten der Agentur verstehen sich zuzüglich der gesetzlich gültigen Mehrwertsteuer.

8. Sollten mit der Genehmigung des Kunden sog. »Künstler« (z. B. Grafiker, Moderatoren, Journalisten, Texter, etc.) als freie Mitarbeiter beschäftigt und diese Kosten dem Kunden als Fremdleistungen weiterberechnet werden, so ist die Agentur berechtigt, die entsprechend dem Künstlersozialversicherungsgesetz anfallenden Abgaben an den Kunden weiterzuberechnen. Es gelten die jeweils zum Stichtag der Leistung gültigen Prozentsätze.

§ 6 Änderung oder Abbruch der Arbeiten, Laufzeit/Kündigung

1. Der Kunde ist berechtigt, schwebende Arbeiten abzubrechen, Pläne und sonstige verabschiedete Maßnahmen aufzugeben und abzuändern. In solchen Fällen wird die Agentur sofort alle geeigneten Vorkehrungen treffen, um den Anweisungen zu entsprechen und die Kosten möglichst gering zu halten. Der Kunde verpflichtet sich jedoch, die Agentur von allen bereits eingegangenen Verbindlichkeiten, soweit diese zuvor genehmigt oder Teil der bereits verabschiedeten Maßnahmen waren, freizustellen und ihr alle Verluste zu ersetzen, die sich aus solchen Maßnahmen aufgrund des Abbruchs oder der Änderung ergeben. Die Agentur hat für die bereits vorbereiteten und bis dahin erbrachten Leistungen Anspruch auf Vergütung entsprechend den getroffenen Vereinbarungen.

2. Soweit zwischen der Agentur und dem Kunden feste Laufzeiten für Auftragsabwicklungen vereinbart werden, bleiben diese von Ziff. 1 unberührt. Die beiderseitigen Rechte und Pflichten enden mit Beendigung der vereinbarten Laufzeit. Das Recht zur außerordentlichen Kündigung bleibt unbenommen.

3. Laufende Beratungsverhältnisse zwischen der Agentur und ihrem Kunden, die für eine Laufzeit von mindestens einem Jahr begründet werden, verlängern sich um jeweils ein Jahr, sofern sie nicht mit einer Frist von drei Monaten zum Ende der jeweiligen Laufzeit durch eine der Parteien gekündigt werden.

4. Kündigungen sind schriftlich zu erklären.



§ 7 Aufrechnung und Zurückbehaltung

4. Aufrechnungen und Zurückbehaltungen seitens des Kunden sind ausgeschlossen, es sei denn, dass die Aufrechnungsforderung unbestritten oder rechtskräftig festgestellt ist.

§ 8 Lieferfrist

1. Bei Angabe eines verbindlichen Lieferzeitpunktes durch die Agentur verlängert sich die Lieferfrist angemessen, wenn der Kunde seinerseits erforderliche oder vereinbarte Mitwirkungsbehandlungen verzögert oder unterlässt. Das gleiche gilt bei Maßnahmen im Rahmen von Arbeitskämpfen, insbesondere Streik und Aussperrung sowie beim Eintritt unvorhergesehener Hindernisse, die außerhalb des Willens und des Verschuldens der Agentur liegen, z. B. Lieferverzögerungen, Werkstoff- oder Energiemangel etc. Auch vom Kunden veranlasste Änderungen führen zu einer angemessenen Verlängerung der Lieferfrist.

§ 9 Eigentumsvorbehalt

1. Die Agentur behält sich das Eigentum an der gelieferten Ware bzw. an den geschaffenen Werbemitteln bis zur vollständigen Begleichung aller Forderungen aus der laufenden Geschäftsbeziehung vor.

2. Der Kunde ist, solange der Eigentumsvorbehalt besteht, zur Sicherungsübereignung oder Verpfändung der Ware nicht befugt, jedoch zur weiteren Veräußerung der Vorbehaltsware im geordneten Geschäftsgang berechtigt. Die hieraus gegenüber seinen Geschäftspartnern entstehenden Forderungen tritt er hiermit der Agentur bereits ab, die diese Abtretung annimmt.

3. Die Agentur ist berechtigt, das Eigentumsvorbehaltsrecht geltend zu machen, auch ohne vom Vertrag zurückzutreten, wenn der Kunde sich im Zahlungsverzug befindet.

§ 10 Gewährleistung

1. Soweit aufgrund des geschlossenen Vertrages die Herstellung eines Werkes im Sinne des §631 BGB vereinbart ist : Stellen sich Leistungen im Zeitpunkt des Gefahrübergangs als mangelhaft heraus, so kann der Kunde Nacherfüllung verlangen. In diesem Fall kann die Agentur nach ihrer Wahl den Mangel beseitigen oder ein neues Werk herstellen. Ist die Agentur zu Mängelbeseitigung/Neuherstellung nicht bereit oder nicht in der Lage, oder verzögert diese sich über angemessene Fristen hinaus aus Gründen, die von der Agentur zu vertreten sind, oder schlägt die Mängelbeseitigung/Neuherstellung in sonstiger Weise fehl, so ist der Kunde nach seiner Wahl im Rahmen der gesetzlichen Vorschriften berechtigt, den Mangel selbst zu beseitigen und den Ersatz der erforderlichen Aufwendungen, Rücktritt oder Minderung und Schadenersatz oder Ersatz vergeblicher Aufwendungen zu verlangen.

2. Soweit aufgrund des geschlossenen Vertrages die Eigentumsübertragung einer Sache gemäß § 433 BGB vereinbart ist, wird bezüglich der Gewährleistung folgendes vereinbart:

Die Gewährleistungsrechte des Kunden setzen voraus, dass dieser seinen nach § 377 HGB geschuldeten Untersuchungs- und Rügeobliegenheiten ordnungsgemäß und in Schriftform nachgekommen ist. Lieferungen, die sich im Zeitpunkt des Gefahrübergangs als mangelhaft herausstellen, werden nach Wahl des Kunden nachgeliefert oder nachgebessert (Nacherfüllung).

Der Kunde wird die Agentur bei der Fehlerfeststellung und Mängelbeseitigung nach Kräften unterstützen. Die Agentur kann die gewählte Art der Nacherfüllung oder die gesamte Nacherfüllung verweigern, wenn sie nur mit unverhältnismäßigen Kosten möglich ist. Liefert die Agentur zum Zweck der Nacherfüllung eine mangelfreie Sache, so hat der Kunde die gelieferte Sache zurückzugewähren. Ist die Agentur zur Mängelbeseitigung/Ersatzlieferung nicht bereit oder nicht in der Lage, insbesondere verzögert sich diese über angemessene Fristen hinaus aus Gründen, die die Agentur zu vertreten hat, oder schlägt die Mängelbeseitigung/Ersatzlieferung fehl, so ist der Kunde nach seiner Wahl im Rahmen der gesetzlichen Vorschriften berechtigt, Rücktritt oder Minderung und Schadenersatz zu verlangen. Im Falle eines Rückgriffs nach § 478 BGB gelten die dort getroffenen Regelungen.

3. Die Gewährleistungsfrist beträgt ein Jahr, gerechnet ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn.



§ 11 Haftung

1. Auf Schadensersatz haftet die Agentur unbeschränkt nur für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit. Für einfache Fahrlässigkeit haftet die Agentur nur und begrenzt auf den vertragstypischen vorhersehbaren Schaden, sofern eine Pflicht verletzt wird, deren Einhaltung für die Erreichung des Vertragszwecks von besonderer Bedeutung ist (Kardinalpflicht).
2. Die vorstehenden Haftungsbeschränkungen bzw. -ausschlüsse gelten nicht für Ansprüche aus dem Produkthaftungsgesetz und bei Schäden aus der Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit.
3. Für die der anfänglichen Unmöglichkeit haftet die Agentur nur, wenn ihr das Leistungshindernis bekannt war oder die Unkenntnis auf grober Unkenntnis beruht.
4. Soweit die Haftung der Agentur ausgeschlossen oder beschränkt ist, gilt dies auch für die persönliche Haftung ihrer Angestellten, Arbeitnehmer, Mitarbeiter, Vertreter und Erfüllungsgehilfen.

§ 12 Verantwortlichkeit für Werbemaßnahmen

1. Soweit vertraglich nichts anderes vereinbart ist, hat der Kunde das Risiko der rechtlichen Zulässigkeit der Werbemaßnahmen zu tragen. Dies gilt insbesondere für den Fall, dass eine Werbemaßnahme gegen Vorschriften des Wettbewerbsrecht, des Urheberrechts und der speziellen Werbegesetze verstößt. Die Agentur ist jedoch verpflichtet, auf rechtliche Bedenken hinzuweisen, sofern sie ihr bei der Vorbereitung der Werbemaßnahme bekannt sind oder wurden.
2. In keinem Fall haftet die Agentur wegen der in der Werbung enthaltenen Sachaussagen über Produkte und Leistungen des Kunden.
3. Der Kunde stellt die Agentur in diesem Zusammenhang von Ansprüchen Dritter frei, insbesondere wenn die Agentur auf ausdrücklichen Wunsch des Kunden gehandelt hat, obwohl sie dem Kunden ihre Bedenken im Hinblick auf die Zulässigkeit der Maßnahmen mitgeteilt hat.
4. Auf Wunsch des Kunden ist die Agentur behilflich, für die durchzuführenden Maßnahmen eine rechtliche Prüfung der Risiken, insbesondere solche des Wettbewerbs- und Urheberrechts, durch ihre Hausjuristen auf Kosten des Kunden durchführen zu lassen.

§ 13 Urhebernutzungsrechte

1. Sämtliche Rechte an Vorarbeiten, wie z. B. Entwürfen und Konzeptionen sowie den sonstigen Arbeitsergebnissen der Agentur, insbesondere Urheber- und Nutzungsrechte sowie das Eigentum, verbleiben auch nach Aushändigung der Arbeitsergebnisse an den Auftraggeber bei der Agentur soweit sie nicht ausdrücklich schriftlich übertragen wurden.
2. Die Weiterverwertung der Vorlagen (z. B. als Werbeanzeige) bedarf der schriftlichen Zustimmung der Agentur.
3. Auf bestehende GEMA-Rechte oder solche der Verwertungsgesellschaft Wort wird die Agentur hinweisen.
4. Will der Kunde von der Agentur gestaltete Arbeiten ganz oder teilweise im Ausland verwerten, bedarf das einer gesonderten, vorab zu treffenden Honorarabrede.
5. Gleiches gilt, wenn der Kunde von der Agentur gestaltete schutzfähige Arbeiten, wie z.B. digitale Daten, nach Beendigung der Zusammenarbeit weiter verwenden will.

§ 14 Vertraulichkeit

1. Die Agentur ist zur Geheimhaltung aller ihr bei der Zusammenarbeit mit dem Kunden bekannt gewordenen Geschäftsgeheimnisse des Kunden verpflichtet. Soweit die Agentur Dritte zur Erfüllung ihrer Arbeiten heranzieht, hat sie diesen die gleiche Verpflichtung aufzuerlegen. Die Geheimhaltungspflicht besteht über die Dauer der Zusammenarbeit hinaus. Alle zur Verfügung gestellten Unterlagen des Kunden werden von

der Agentur nach Beendigung der Zusammenarbeit an den Kunden wieder zurückgegeben oder auf Wunsch vernichtet.

§ 15 Mitwirkungspflichten

1. Die der Agentur vom Kunden genannten Ansprechpartner müssen insbesondere im Hinblick auf die Freigabe von Etats, Kostenvoranschlägen, Texten und sonstige Abstimmungsvorgängen



zeichnungsberechtigt sein. Einschränkungen der Zeichnungsberechtigung müssen vom Kunden zuvor rechtzeitig schriftlich mitgeteilt werden.

§ 16 Rechtswahl, Erfüllungsort/Gerichtsstand, Salvatorische Klausel

1. Einbeziehungen und Auslegung dieser Geschäftsbedingungen regelt sich, ebenso wie Abschluss und Auslegung der Rechtsgeschäfte mit dem Kunden selbst, ausschließlich nach dem Recht der Bundesrepublik Deutschland. Die Anwendung des Einheitlichen Internationalen Kaufrechts ist ausgeschlossen.

2. Erfüllungsort für die Zahlungspflicht ist der Sitz der Agentur. Erfüllungsort für Lieferungen und Leistungen der Agentur ist der Ort, an den sie die Ware zu liefern hat, bzw. an dem sie die Leistung erbringen soll. Gerichtsstand ist der für den Firmensitz der Agentur zuständige Gerichtsort. Die Agentur ist auch berechtigt, vor einem Gericht zu klagen, welches für den Sitz oder eine Niederlassung des Kunden oder einer Niederlassung der Agentur zuständig ist.

3. Die Unwirksamkeit einzelner Bestimmungen dieses Vertrages oder seiner Bestandteile läßt die Wirksamkeit der übrigen Regelungen unberührt. Die Vertragspartner sind im Rahmen des Zumutbaren nach Treu und Glauben verpflichtet, eine unwirksame Bestimmung durch ein ihrem wirtschaftlichem Erfolg in rechtlich zulässiger Weise gleichkommende wirksame Regelung zu ersetzen, sofern dadurch keine wesentliche Änderung des Vertragsinhaltes herbeigeführt wird; das gleiche gilt auch, falls ein regelungsbedürftiger Sachverhalt nicht ausdrücklich geregelt ist.