

**Allgemeine Geschäftsbedingungen
für Kunden der OMA Online Marketing Agency GmbH
Düsseldorf, 12.04.2007**

Vorwort

Diese AGB regeln Zusammenarbeit der OMA Online Marketing Agency GmbH – kurz OMA genannt – mit ihren Kunden sowie die Auftragsabwicklung in der Planung, der Herstellung und im Einsatz von Kommunikationsmitteln im Kundenauftrag, soweit ein bestätigter schriftlicher Kundenauftrag oder ein Agenturvertrag nicht ausdrücklich anderes bestimmt.

§ 1 Zusammenarbeit

Der Kunde und die OMA arbeiten vertrauensvoll unter strikter Beachtung der gültigen Rechtslage als ehrbare Kaufleute zusammen.

Bei Abweichungen von dem vereinbarten Vorgehen, Zweifel an der Rechtmäßigkeit oder Richtigkeit der Vorgehensweise des anderen, bei Hindernissen in der Vertragsdurchführung, bei Abweichungen von dem vereinbarten Vorgehen und bei erreichten Arbeitsfortschritten, die eine Zwischenabstimmung angeraten erscheinen lassen, unterrichten sich die Parteien unverzüglich gegenseitig, um gegebenenfalls lenkend in die Durchführung des Auftrags eingreifen zu können.

Der Kunde und die OMA benennen einander Ansprechpartner und deren Stellvertreter, die für die Auftragsdurchführung sachlich und verantwortlich zuständig sind.

Veränderungen in den benannten Personen teilen sich Kunde und die OMA jeweils unverzüglich mit. Bis zum Zugang einer solchen Mitteilung gelten die zuvor benannten Ansprechpartner und/oder deren Stellvertreter als berechtigt, im Rahmen ihrer bisherigen Vertretungsmacht Erklärungen abzugeben und entgegenzunehmen.

Bei Meinungsverschiedenheiten und Problemen im Rahmen des Auftrags- oder Vertragsverhältnisses versuchen beide Parteien grundsätzlich, durch Kompromissbereitschaft und gegenseitiges Verständnis, eine einvernehmliche Lösung herbeizuführen

§ 2 Sorgfalt, Vertraulichkeit

Die OMA verpflichtet sich, alle ihr im Rahmen der Zusammenarbeit mit dem Kunden zur Kenntnis gelangenden geschäftlichen Informationen und die übergebenen Unterlagen nur für die Zwecke des Auftragsverhältnisses zu verwenden und sie vertraulich zu behandeln.

Die Sorgfalts- und Verschwiegenheitspflicht währt über das Vertragsende hinaus und gilt auch zuvor, wenn eine Zusammenarbeit nicht zustande kommt.

Die OMA verpflichtet auch von ihr beauftragte Dritte (Unternehmen und Personen) auf die Pflichten gem. (§ 1) und (§ 2).

Presseinformationen und Auskünfte über ihr Vertragsverhältnis und über die jeweils andere Partei sind zulässig.

§ 3 Treuhändisches Verhalten

Die OMA arbeitet als selbstständiges, unabhängiges Unternehmen nach treuhändischen Prinzipien. Sie stellt, entsprechend der Aufgaben und Terminvorgaben des Kunden, die für die Erfüllung des Auftrags erforderlichen personellen und sachlichen Ressourcen bereit und ist bemüht, in der Beratung absolute Objektivität zu wahren und die Kundeninteressen – besonders auch bei der Auswahl und Beauftragung Dritter – in jeder möglichen Form zu vertreten.

Der Kunde und die OMA verpflichten sich, während der Dauer der Zusammenarbeit und für ein Jahr danach, einander keine Mitarbeiter oder freien Mitarbeiter abzuwerben oder ohne Zustimmung der anderen Partei einzustellen. Gleiches gilt für die direkte Beauftragung eines Subunternehmers des Vertragspartners. Bei schuldhafter Zuwiderhandlung gilt ein Ausfallhonorar von 25.000 Euro als vereinbart.

§ 4 Auftragsdurchführung

Arbeitsgrundlage der OMA sind in der Regel Auftrag, Auftragsbeschreibung (Kundenbriefing), Auftragsbestätigung (Rückbriefing), Terminplan und Kostenvoranschlag, jeweils in Schriftform.

Ein der OMA mündlich erteilter Auftrag gilt als angenommen, wenn die OMA die Annahme nicht innerhalb von 3 Tagen nach Auftragserteilung schriftlich ablehnt.

Die OMA überwacht die ordnungsgemäße und fachgerechte Durchführung aller beauftragten Entwicklungs-, Produktions- und Kommunikationsmaßnahmen. Es steht im Ermessen der OMA, für die Ausführung ihrer Leistungen, unter Beachtung der §§ 1 bis 3, ihr geeignet erscheinende Dritte heranzuziehen.

Bei Nichtgefallen der von ihr präsentierten Vorschläge zeigt die OMA grundsätzlich bis zu zwei Nachbesserungen ohne Mehrkosten, falls die Nachbesserung nicht durch eine Änderung der Aufgabenstellung des Kunden erforderlich wurde. In diesem Fall ist der Mehraufwand honorarpflichtig. Bei Gefallen der erstvorgelegten Vorschläge ist der Kunde nicht berechtigt, einen Honorarnachlass zu fordern.

Im Verlauf der Auftragsabwicklung sind dem Kunden vor dem Arbeitsbeginn für Maßnahmen, die über den ursprünglich vereinbarten Leistungsumfang hinausgehen und dadurch Mehrkosten in Höhe von mehr als 500 Euro oder in Höhe von mehr als 10% der ursprünglich vereinbarten Auftragssumme verursachen, Kostenvoranschläge in Schriftform zur Genehmigung vorzulegen.

Bei der Auftragsdurchführung ist die OMA verpflichtet, sich hinsichtlich der zu treffenden Maßnahmen mit dem Kunden abzustimmen und ihm insbesondere die Entwürfe für die vorgeschlagenen Kommunikationsmittel, geänderte Terminpläne und die eingeholten Kostenvoranschläge Dritter zur Bewilligung vorzulegen.

Zur Auftragsdurchführung wesentliche Gesprächsergebnisse übermittelt die OMA dem Kunden in Ergebnisprotokollform. Wird dem vom Kunden nicht spätestens binnen 24 Stunden nach Zugang widersprochen, gilt der Inhalt als verbindlich für den weiteren Auftragsfortschritt vereinbart.

Terminvereinbarungen werden von der OMA mit der allgemeinen Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns beachtet. Fixgeschäfte bedürfen einer gesonderten Vereinbarung. Andernfalls ist die OMA lediglich zur nachträglichen ordnungsgemäßen Leistung verpflichtet. Eine Stornierung des Auftrags dieserhalb ist ausgeschlossen.

§ 5 Mitwirkungspflicht des Kunden

Der Kunde unterstützt die OMA bei der Erfüllung ihrer vertraglich geschuldeten Leistungen.

Mitwirkungshandlungen nimmt der Kunde auf seine Kosten vor.

Der Kunde verpflichtet sich, der OMA das zur Auftragsdurchführung benötigte Informations-, Text-, Bild-, Ton- und Datenmaterial, sowie Hard- und Software innerhalb der vereinbarten Frist zur Verfügung zu stellen, sofern die vereinbarte Mitwirkungsleistung des Kunden und/oder die Art des Auftrags dies erfordern.

Der Kunde stellt die Unterlagen in einem gängigen, problemlos verwertbaren, digitalen Format nach Anforderung der OMA zur Verfügung. Ist eine Konvertierung des vom Kunden überlassenen Materials in ein anderes Format erforderlich, so trägt der Kunde die hierfür anfallenden Kosten. Der Kunde stellt sicher, dass er die zur Nutzung dieser Materialien erforderlichen Rechte besitzt.

Der Kunde hat digital übermittelte Unterlagen frei von sog. Computerviren oder sonstigen Schadensquellen zu liefern. Er ist insbesondere verpflichtet, zu diesem Zweck handelsübliche Schutzprogramme einzusetzen, die jeweils dem neuesten Stand der Technik zu entsprechen haben. Bei Vorliegen von Schadensquellen auf einer übermittelten Datei wird die OMA von dieser Datei keinen Gebrauch machen und diese, soweit zur Schadensvermeidung bzw. -begrenzung erforderlich, löschen, ohne dass der Kunde in diesem Zusammenhang Schadensersatzansprüche geltend machen kann. Die behält sich vor, den Kunden auf Schadensersatz in Anspruch zu nehmen, wenn ihm durch solche durch den Kunden infiltrierte Schadensquellen ein Schaden entstanden ist.

Für Dritte, die auf Veranlassung oder unter Duldung des Kunden für den Kunden im Tätigkeitsbereich der OMA tätig sind oder die für ihn mit ihrem Arbeitsergebnis die Auftragserfüllung der OMA für den Kunden beeinflussen, steht der Kunde wie für Erfüllungsgehilfen ein. Die OMA haftet nicht für Verzögerungen und Schäden, die an ihrem Auftragswerk für den Kunden ursächlich durch Verhalten oder Zulieferung eines vor bezeichneten Dritten entstehen, oder wenn sie aufgrund dessen Verhalten ihren Verpflichtungen gegenüber dem Kunden ganz oder teilweise nicht nachkommen kann. Der Kunde ist verpflichtet, das auftrags- bzw. vertragsgemäß hergestellte Werk bzw. die geschuldete Dienstleistung abzunehmen. Sie sind als auftrags- bzw. vertragsgemäße Leistung anerkannt, wenn der Kunde der OMA nicht binnen 5 Tagen nach der Ablieferung anderweitig Mitteilung macht.

§ 6 Leistungsänderungen

Der vertraglich festgelegte Umfang der von der OMA zu erbringenden Leistungen kann nach näherer Maßgabe des § 4 nur schriftlich geändert werden.

Ein Änderungswunsch des Kunden gilt so lange als nicht vereinbart, bis die OMA unverzüglich, jedoch innert angemessener Frist Gelegenheit hatte, die Auswirkungen hinsichtlich Machbarkeit, Widersprüchlichkeitsfreiheit, Mehraufwand, Terminen und Vergütung zu prüfen und bis das Prüfungsergebnis in einer eventuellen Auftragsänderung einvernehmlich berücksichtigt worden ist.

Durch Änderungswünsche entstehenden Mehraufwand für Prüfung, Neukalkulation, Stillstandszeiten etc. trägt der Kunde nach Maßgabe von Zeit-Mehraufwand und Preisliste. Dies gilt auch, wenn der Änderungswunsch nicht realisiert wird.

Für Terminverzug infolge von Änderungswünschen des Kunden haftet der Kunde. Die OMA werden jedoch stets versuchen, negative Folgen für den Kunden zu begrenzen. Den dadurch entstehenden Mehraufwand der OMA oder deren Erfüllungsgehilfen (z. B. für Überstunden oder Personal-Umdisposition) trägt der Kunde nach Maßgabe von tatsächlich angefallenem Zeit-Mehraufwand und Preisliste.

§ 8 Vergütung

Die Honorarkalkulation der OMA orientiert sich gemäß branchenüblichen Standards und Rechtsprechung an zwei Einflussgrößen:

A. An dem durch effiziente Kommunikation erzielbaren Kundennutzen. Für dessen Größenordnung stellen die Umsatzkategorie des Kunden/des Produktes und die vorgesehene Verbreitung der Kommunikationsmaßnahmen zwei anerkannte Hilfsmaßstäbe dar.

B. An den Herstellungskosten, wesentlich beeinflusst von dem Produkt aus Zeitaufwand mal Stundensatz.

Sofern die Honorierung der OMA nicht durch Vertrag oder durch Angebot und Auftrag anderweitig schriftlich geregelt ist, erfolgt diese nach Zeitaufwand zu den Sätzen der aktuellen Preisliste der OMA für den betreffenden Kunden.

Wird der OMA von den mit der Schaltung beauftragten Werbeträgern eine Mittlerprovision eingeräumt, so steht diese grundsätzlich der OMA zur Abgeltung ihrer erbrachten Leistungen zu.

Wird das Honorar für die OMA zur Gänze oder in Teilen mit der Mittlerprovision aus dem Schaltvolumen finanziert, so muss das zu Beginn der Konzeptionsfindung benannte Media-Schaltvolumen innerhalb eines Jahres geschaltet werden, um die von der OMA erbrachten Leistungen zu finanzieren. Ansonsten ist die OMA berechtigt, ihren Aufwand alternativ oder zusätzlich entsprechend ihrer Preisliste nach Zeitaufwand zu berechnen.

Separat berechnet werden nach Kostenvoranschlag und tatsächlichem Aufwand: Materialien, Reinzeichnungen, digitale Aufbereitungen, Übersetzungen, Fahrtkosten, Spesen, Organisations- und Beschaffungskosten, Nutzungsrechts-Übertragungen sowie technische Kosten wie Satz, Repros, Fotokosten, Fotonebenkosten, Illustrationen, Grafik- und Tabellenerstellung, Scans, EBV-Retuschen, Proofs und hochwertiger Digitaldruck, auftragsspezifische Musterkosten, die Herstellung Bearbeitung und Programmierung von Kommunikationsmitteln (Druck, Konfektionierung, Sprach-, Musik-, Film- und Videoaufnahmen, digitale Animationen, Software) und Leistungen von hinzugezogenen Spezial-Unternehmen (z. B. für Marktforschung, Produktion, Distribution, PR-Dienstleistungen, Veranstaltungsorganisation, Messeleistungen, Software, Programmierung etc.) je nach auftragsspezifischem Aufwand.

Sämtliche Angebote von OMA sind freibleibend. Erst durch die schriftliche Bestätigung von Aufträgen durch OMA werden diese für OMA verbindlich. Alle Preise sind verbindliche Preise exklusive gesetzlicher Steuern und Abgaben.

Die OMA ist berechtigt, angemessene Abschlagszahlungen zu verlangen, deren Höhe sich am Verhältnis von erbrachter Leistung zum Gesamtumfang der vertraglich geschuldeten Leistung orientiert.

Der im Kundenauftrag erfolgte Beschaffungs-, Organisations- und Überwachungsaufwand der OMA für Produktionen Dritter wird entweder durch Rabatte durch den Lieferanten oder durch Berechnung der OMA an den Kunden abzüglich sämtlicher Rabatte und Provisionen plus „Service-Fee“ (Bearbeitungspauschale) abgerechnet. Sie beträgt 10% auf den Netto-Auftragswert. Hierüber ist vor Beauftragung Dritter mit dem Kunden eine schriftliche Übereinkunft zu treffen.

Änderungen der Preisliste bleiben vorbehalten. Soweit nicht ausdrücklich eine andere Vereinbarung getroffen ist, gelten neue Tarife bzw. Preisanpassungen nicht für bereits bestätigte bzw. laufende Aufträge.

Insertionen werden 10 Tage vor Insertionsbeginn in Rechnung gestellt und sind sofort nach Rechnungserhalt netto Kasse fällig.

Leistungen und Auslagen berechnet die OMA zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer.

Die Honorarrechnungen der OMA über Eigen- und Fremdleistungen sind sofort nach Rechnungseingang ohne Abzug zur Zahlung fällig.

Es wird kein Skonto oder Rabatt gewährt.

§ 9 Ausfallregelungen

Die OMA kann in keinem Fall unverbindlich und kostenlos arbeiten, auch nicht bei Nichtverwendung der eingereichten Ausarbeitungen oder erfolgten Beratungen.

Wird die OMA mit einer Präsentation beauftragt, bei der kundenspezifische Themen be- und verarbeitet werden, so erkennt der Kunde an, dass eine kundenspezifische Konzeption und/oder Ausarbeitung angemessen zu honorieren ist. Wurde für eine Leistung, deren Erbringung der Kunde den Umständen nach nur gegen eine Vergütung erwarten durfte, ein Honorar nicht vereinbart, so gilt die Preisliste der Agentur, bzw. die in entsprechenden Publikationen veröffentlichte branchenübliche Vergütung als zu entrichten.

Werden von der OMA im Zuge der Produktionsabwicklung im Kundenauftrag Angebote für Fremdleistungen eingeholt und wird dann der Auftrag vom Kunden anderweitig vergeben, so berechnet die OMA für die Angebotseinholung aufgewendete Leistungen nach Zeit- und Kostenaufwand.

Wird der vereinbarte Termin durch OMA nicht eingehalten, so kann der Kunde der OMA eine angemessene Frist mit der Erklärung bestimmen, dass er die Annahme der Leistung der OMA nach Ablauf der Frist ablehnt. Nach fruchtlosem Fristablauf, ist er berechtigt, vom Vertrag zurück zu treten (Wandelung). Hat OMA die verspätete Herstellung zu vertreten, so kann der Kunde Schadensersatz wegen Nichterfüllung verlangen.

Kommt der Kunde seiner Verpflichtung zur Mitwirkung nicht fristgemäß nach, so kann OMA Ersatz ihrer tatsächlich entstandenen Aufwendungen sowie eine angemessene Entschädigung verlangen. Die Höhe der angemessenen Entschädigung ergibt sich zum einen aus der Dauer des Verzugs und der Höhe der vereinbarten Vergütung und zum anderen aus der Ersparnis von Aufwendungen sowie anderweitiger Verwendung der Arbeitskräfte.

Ferner kann OMA dem Kunden zur Nachholung der Handlung eine angemessene Frist mit der Erklärung bestimmen, dass die OMA bei fruchtlosem Fristablauf den Auftrag bzw. Vertrag kündigt. In diesem Falle kann OMA einen der geleisteten Arbeit entsprechenden Teil der Vergütung und Ersatz der in der Vergütung nicht in begriffenen Auslagen, verlangen. Eine weitergehende Haftung des Kunden wegen Verschuldens bleibt unberührt.

Wenn der Kunde einen Auftrag abbricht, so wird er der OMA die angefallenen Kosten, ausfallenden Provisionen und aufgewendeten Zeitkosten ersetzen und sie von allen Verbindlichkeiten gegenüber Dritten freistellen, welche die OMA in Erwartung der Fortdauer des Auftrags eingegangen ist. Eine weitergehende Haftung des Kunden wegen Verschuldens und die Geltendmachung eines Anspruchs auf Schadensersatz bleiben unberührt.

Zahlungszielüberschreitungen werden mit 8% Verzugszinsen über dem jeweiligen Basiszinssatz der Deutschen Bundesbank berechnet. Die Geltendmachung weiteren Verzugschadens bleibt ausdrücklich vorbehalten.

Im streitigen Fall gilt für die Rechtmäßigkeit einer Forderung die Beachtung der Richtlinien des Gesamtverbandes Werbeagenturen (GWA) für Offline-Leistungen und des Deutschen Multimedia Verbandes (dmmv) für Online-Leistungen als vereinbart. Für die Bewertung einer Forderung gelten im streitigen Fall die in der jeweils aktuellen Ausgabe des „Etat-Kalkulator“ (creativ collection Verlag GmbH, Freiburg) genannten durchschnittlichen Branchenhonorare als vereinbart.

Die offene Abtretung von Forderungen ist nur mit vorheriger schriftlicher Genehmigung der anderen Vertragspartei zulässig. Die Zustimmung darf nicht unbillig verweigert werden. Die Regelung des § 354 a HGB bleibt hiervon unberührt.

Ein Zurückbehaltungsrecht kann nur wegen Gegenansprüchen aus dem jeweiligen Vertragsverhältnis geltend gemacht werden. Die Vertragsparteien können nur mit Forderungen aufrechnen, die unbestritten oder rechtskräftig festgestellt sind.

§ 10 Rechte

Konzepte, Strategien und Systeme, die von OMA entwickelt wurden, werden immer nur für ein juristisch selbständiges Unternehmen erstellt. Die Nutzung über angeschlossene und verbundene Unternehmen muss gesondert vertraglich geregelt sein.

Mit Zahlung des Agenturhonorars einschließlich der Lizenz für die Übertragung des Vervielfältigungsrechts, erwirbt der Kunde nur das Recht zur Vervielfältigung der Arbeit im ursprünglich vereinbarten Umfang und zu dem ursprünglich vereinbarten speziellen Zweck.

Geht die Verwendung über den vereinbarten Umfang und Zweck hinaus, werden eine neuerliche Vereinbarung sowie eine zusätzliche Honorierung erforderlich.

Auslandsrechte oder Rechte für weitere Auflagen gelten nicht als mit übertragen, sofern nicht eine besondere Vereinbarung erfolgt.

Der Kunde ist nicht berechtigt, die von der OMA im Angebotsstadium eingereichten Vorschläge zu verwenden und zwar unabhängig davon, ob sie urheberrechtlich geschützt sind oder nicht oder dafür Honorar gezahlt wurde. Dies gilt auch für eine Verwendung in abgewandelter Form oder durch Dritte.

Ist Software Gegenstand der Leistungen, gilt § 69 a bis g UrhG.

Der Kunde darf Unterlizenzen nur erteilen und Leistungen nur vervielfältigen, vermieten oder sonst wie verwerten, wenn darüber eine Vereinbarung mit der OMA erzielt worden ist.

Nutzungs- oder sonstige eingeräumte Rechte gelten so lange als nur widerruflich erteilt, bis der Kunde die geschuldete Vergütung vollständig entrichtet hat. Befindet er sich mit der Vergütungszahlung im Verzug, kann die OMA die Übertragung der Rechte für die Dauer des Vollzugs widerrufen.

Die OMA sorgt im Rahmen ihrer sorgfältigen und korrekten Arbeit dafür, dass ihre Leistungen für den Kunden frei sind von Ansprüchen Dritter.

Der Kunde ermächtigt die OMA, Werbeinformationen in angemessenem Umfang zur Marktforschungszwecken an anerkannte Marktforschungsunternehmen weiterzuleiten. Ist der Kunde dazu nicht bereit, hat er dies der OMA bei Vertragsschluss schriftlich mitzuteilen. In dieser Regelung enthalten ist das Werberecht als das Recht, die Werbung auch unentgeltlich durch Abdruck, Sendung und/oder sonstige Wiedergabe kurzer Bestandteil zum Zweck der Eigenwerbung zu verwenden, etwa im Rahmen eines Referenzarchivs oder für Präsentationen.

Der Kunde stellt die OMA im Rahmen des Werbeauftrags von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der Verletzung gesetzlicher Bestimmungen, insbesondere im Hinblick auf das veröffentlichte Werbemittel, entstehen können. Ferner wird die OMA von den Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung freigestellt. Der Kunde ist verpflichtet, die OMA nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen.

Die OMA verpflichtet sich, die erbrachten Leistungen nicht in wieder erkennbarer Form für andere Kunden zu verwenden. Diese Verpflichtung besteht auch über die Beendigung eines Auftragsverhältnisses hinaus.

Im Fall von befürchteten oder tatsächlichen Schutzrechtsverletzungen zu Lasten Dritter darf die OMA – unbeschadet eventueller Schadensersatzansprüche des Kunden – nach eigener Wahl und zunächst auf eigene Kosten hinsichtlich der betroffenen Leistung im Interesse des Kunden Änderungen vornehmen, die eine Schutzrechtsverletzung aufheben, oder für den Kunden die erforderlichen Nutzungsrechte erwerben. Der Kunde darf die Übernahme dieser Kosten nicht unbillig verweigern, wenn sie in seinem Interesse entstanden sind und dies die nach objektivem Preis-/Leistungsverhältnis-Ermessen günstigere Lösung ist.

Für die Eintragungs- und Schutzfähigkeit von Entwürfen nach marken-, geschmacksmuster-, patent- oder gebrauchsmusterrechtlichen Vorschriften wird die Gewähr seitens der OMA nur nach besonderer Vereinbarung übernommen. Die Klärung hiermit zusammenhängender Fragen obliegt allein dem Kunden. Maßnahmen hierfür trifft der Kunde in eigener Verantwortung auf eigene Kosten, sofern zwischen den Parteien nicht ausdrücklich anderes vereinbart wurde.

§ 11 Haftung

Die OMA haftet nicht wegen der in ihren für den Kunden durchgeführten Kommunikationsmaßnahmen enthaltenen Sachaussagen über Produkte und Leistungen des Kunden.

Die OMA haftet hinsichtlich Ihrer Leistung und der Leistung von ihr zur Erfüllung des Kundenauftrags beauftragter Dritter nur für Vorsatz oder grobe Fahrlässigkeit und für den Ausgleich typischer und voraussehbarer Schäden.

Im Fall leichter Fahrlässigkeit ist die Haftung der Summe nach begrenzt auf die Höhe des voraussehbaren Schadens, mit dessen Entstehung typischerweise gerechnet werden muss. In jedem Fall ist die Haftung begrenzt auf die Höhe der vereinbarten bzw. tatsächlich gezahlten Vergütung.

Die OMA 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.

Nach der Druckreif- bzw. Freigabeerklärung zur Veröffentlichung durch den Kunden ist die OMA von jeder Verantwortung für die Richtigkeit der vorgelegten Unterlagen befreit. Soweit der Kunde von sich aus Korrekturen vornehmen lässt, entfällt die Haftung der OMA.

Für Fehler im Rahmen ihrer Mittlertätigkeit bei Werbeeinschaltungen haftet die OMA nur, soweit ihr selbst Ansprüche gegen die Werbung durchführenden zustehen.

In Verträgen oder gültigen Allgemeinen Geschäftsbedingungen mit Dritten (Werbeträger, Werbemittler, Druckereien und sonstige Produktionsfirmen von Kommunikationsmitteln) durch die OMA vereinbarte Haftungsbeschränkungen gelten auch gegenüber dem Kunden.

Für den Verlust von Daten und/oder Programmen haftet die OMA nicht, wenn der Kunde vor oder nach der Datenübergabe keine Datensicherung vorgenommen hat.

Die OMA prüft die rechtliche Unbedenklichkeit ihrer vorgeschlagenen Lösungen und Maßnahmen mit der Sorgfalt eines ordentlichen Werbekaufmanns und den juristischen Grundkenntnissen, die üblicherweise von diesem erwartet werden dürfen. Sie ist nicht verpflichtet, ihre Entwürfe und Maßnahmenvorschläge vorher juristisch prüfen zu lassen.

Eine Haftung für die rechtliche Zulässigkeit einer Kommunikationsmaßnahme entfällt, wenn die Maßnahme auf ausdrücklichen Kundenwunsch vorgenommen wurde, obwohl die OMA auf eventuell bestehende rechtliche Bedenken hingewiesen hatte oder wenn der Schaden auf Grund einer nach herrschender Lehrmeinung so nicht in jedem Fall zu erwartenden richterlichen Entscheidung eingetreten ist.

Die Durchführung einer Rechtsberatung in Zusammenhang mit und obliegt dem Kunden zu seinen Lasten.

Für Aufträge, die im Namen und auf Rechnung des Kunden erteilt werden, übernimmt die OMA keine Haftung. Sie tritt lediglich als Mittler auf.

§ 12 Entwürfe, Daten, Unterlagen, Leistungsdokumentation

Entwürfe und Arbeitsdateien bleiben nach geltendem Urheberrecht Eigentum der OMA und sind in angemessener Frist nach Beendigung des Auftrags zurückzugeben. Für Beschädigungen haftet der Kunde.

Die OMA bewahrt die von ihr oder Dritten erstellten Arbeitsunterlagen bis 6 Monate nach Auftragserfüllung oder letztmaliger Verbreitung oder Vertragsende kostenlos auf. Danach ist sie berechtigt, diese ohne Mitteilungserfordernis zu vernichten, soweit nicht längere gesetzliche Aufbewahrungsfristen anderes bestimmen. Binnen eines Jahres nach Beendigung des Vertragsverhältnisses kann die Herausgabe oder Vernichtung nur von solchen Unterlagen verlangt werden, an denen der jeweils andere Partner oder dessen Erfüllungsgehilfen keine Urheberrechte haben oder an denen der fordernde Partner ein fortdauerndes Nutzungsrecht hat. Die OMA schuldet beispielsweise im Fall der Nutzungsrechtsfortdauer von Drucksachen nur die Herausgabe vertraglich hergestellter Druckunterlagen als unveränderliche EPS-Dateien, nicht jedoch in Form von veränderlichen Arbeitsdateien.

Dies gilt, insoweit keine andere Regelung unter Beachtung des UrhG vereinbart wurde. Die OMA ist berechtigt, die von Ihr entwickelten Kommunikationsmittel in einer, den beabsichtigten Kommunikationszweck nicht störenden Weise zu signieren, in ihrer Eigenwerbung die Betreuung des Kunden als Referenz zu benennen und die für den Kunden entwickelten Lösungen in ihr geeignet erscheinenden Kommunikations-Fachmedien öffentlich textlich und visuell zu zitieren.

Kann der Kunde ein entgegenstehendes, berechtigtes Interesse geltend machen, werden sich die Vertragspartner auf eine den Interessen beider Parteien gerecht werdende Lösung einigen.

Die OMA hat ein Anrecht auf 3 Belegexemplare jedes von ihr entwickelten Kommunikationsmittels.

§ 13 Ablehnung von Werbung

Der Kunde ist verpflichtet, seine Werbung so auszugestalten, dass sie nicht gegen Gesetz, behördliche Bestimmungen, die guten Sitten oder gegen Vorschriften des Jugendschutzes verstößt. Auch darf die Werbung nicht den durch die OMA mitgeteilten Richtlinien und Vorgaben widersprechen. Die OMA behält sich vor, Werbeaufträge - auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses - wegen des Inhalts, der Herkunft oder aus technischen Gründen abzulehnen bzw. zu sperren, insbesondere dann, wenn der Werbeauftrag nicht oben stehenden Voraussetzungen entspricht und die Veröffentlichung für die OMA unzumutbar ist; des Weiteren, sofern der Inhalt des Werbeauftrags vom Deutschen Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde. Die Ablehnung

des Auftrags wird dem Kunden mitgeteilt. Ein Anspruch auf Ersatz - gleich welcher Art - besteht nicht.

Des Weiteren kann die OMA ein bereits veröffentlichtes Werbemittel zurückziehen, wenn der Kunde nachträglich Änderungen der Inhalte des Werbemittels selbst vornimmt oder die Daten nachträglich verändert werden, auf die durch einen Link verwiesen wird und/oder hierdurch die Voraussetzungen des Absatzes § 1 erfüllt werden. Ein Anspruch auf Ersatz besteht nicht.

§ 14 Schlussbestimmungen

Für Leistungen im Bereich Providing, Hosting und Software-Vertrieb gelten diese AGB nicht. Vielmehr sind hierfür jeweils speziellere Allgemeine Geschäftsbedingungen der OMA maßgeblich.

Als Schriftform im Sinne dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen gelten auch eMails.

Abweichungen von diesen Allgemeinen Geschäftsbedingungen der OMA müssen schriftlich in Vertrags- und/oder Auftragsform erfolgen.

Abweichungen im Einzelfall präjudizieren nicht die fortdauernde Gültigkeit dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen in partem oder in toto in anderen Fällen.

Allgemeine Geschäftsbedingungen des Kunden werden nur mit den Teilen Vertragsbestandteil, die in eine gemeinsame vertragliche Regelung einfließen und somit ausdrücklich anerkannt werden.

Für Cross-Media Kommunikation haben die AGB der einzelnen gedruckten Werbeträger Geltung, welche dem Kunden dann zur Verfügung gestellt werden.

Es kommt ausschließlich deutsches Recht zur Anwendung.

Die Nichtigkeit einzelner Formulierungen dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen berührt nicht die Wirksamkeit im Übrigen. An die Stelle der unwirksamen Bestimmung tritt diejenige zulässige Bestimmung, die in ihrer Wirkung der unwirksamen Bestimmung wirtschaftlich am nächsten kommt. Entsprechendes gilt für hier versehentlich nicht angesprochene Sachverhalte.

Erfüllungsort und Gerichtsstand für alle Streitigkeiten, auch für Wechsel- und Scheckverbindlichkeiten, ist Düsseldorf.

RA/--
12.04.2007