

ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN (AGB) DER COMMARCO-GRUPPE („AGENTUR“) FÜR DEN WARENEINKAUF UND DIE BESTELLUNG VON LEISTUNGEN

I. BEGRIFFSBESTIMMUNG, GELTUNGSBEREICH, AUFTRAGSERTEILUNG

1. Diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen gelten für alle Gesellschaften der Commarco-Gruppe. Die Begriffe „Auftrag“ und „Auftragnehmer“ sind im kaufmännischen Sinn zu verstehen. „Auftrag“ bezeichnet das Vertragsverhältnis ohne Rücksicht auf den jeweiligen Vertragstyp, „Auftragnehmer“ denjenigen, der die Hauptleistung schuldet. Commarco wird als „Agentur“ oder „Auftraggeber“ bezeichnet. „Kunden“ sind Personen, die Vertragspartner der Agentur sind und denen die vom Auftragnehmer zu erbringenden Waren und Dienstleistungen letztlich zugute kommen.
2. Diese Bedingungen gelten für sämtliche Willenserklärungen, Verträge und rechtsgeschäftlichen oder rechtsgeschäftsähnlichen Handlungen der Agentur und des Kunden mit dem Auftragnehmer, unabhängig davon, ob die Agentur den Vertrag im eigenen Namen für eigene Rechnung, im eigenen Namen für fremde Rechnung oder im fremden Namen für fremde Rechnung abschließt.
3. Von diesen Bedingungen abweichende Geschäftsbedingungen des Auftragnehmers finden keine Anwendung. Gegenbestätigungen des Auftragnehmers unter Hinweis auf seine eigenen Geschäftsbedingungen wird ausdrücklich widersprochen; diese werden nicht Bestandteil von Vereinbarungen, es sei denn, die Bedingungen werden durch die Agentur schriftlich bestätigt.
4. Mündlich erteilte Aufträge, Auftragsbestätigungen, Auftragsänderungen oder sonstige Abreden sind aus Beweisgründen schriftlich zu wiederholen.

II. TERMINE, LIEFERFRISTEN, ERFÜLLUNGORT

1. Vereinbarte Termine und Lieferfristen sind verbindlich. Von einer drohenden Lieferverzögerung muss der Auftragnehmer der Agentur unverzüglich Kenntnis geben.
2. Die Lieferung ist vom Auftragnehmer auf seine Kosten und seine Gefahr an die angegebene Lieferanschrift, die den Erfüllungsort bezeichnet zu senden.
3. Kommt der Auftragnehmer in Verzug, so hat die Agentur das Recht, für jeden Arbeitstag der Terminüberschreitung eine Vertragsstrafe in Höhe von 0,1 % der Netto-Auftragssumme zu verlangen. Betrifft die Überschreitung nur einen abgrenzbaren Teil der Leistung, der die Verwendbarkeit des bereits gelieferten Teils des Liefergegenstandes nicht beeinträchtigt, so berechnet sich die Vertragsstrafe nur nach diesem Teil des Liefergegenstandes. Der Höhe nach ist die Vertragsstrafe auf 5 % der Netto-Auftragssumme begrenzt. Dem Auftragnehmer wird gestattet nachzuweisen, dass infolge des Verzuges kein oder ein niedrigerer Schaden entstanden ist. Weitere gesetzliche Rechte, wie insbesondere Rücktritt und Schadensersatz, bleiben der Agentur vorbehalten. Die Vertragsstrafe wird jedoch auf Schadensersatzansprüche angerechnet. Die Agentur kann die Vertragsstrafe bis zur Endabrechnung geltend machen, auch wenn sie sich das Recht dazu bei der Annahme der Erfüllung nicht ausdrücklich vorbehalten hat.

III. AUFTRAGSUMFANG

1. Der im Auftrag festgelegte mengenmäßige Leistungsumfang ist verbindlich. Eventuelle Mehrmengen werden nicht vergütet, auch wenn sie produktionstechnisch bedingt sind. Entwürfe, insbesondere für alternative Lösungen, gehören zum Lieferumfang.
2. Der Auftraggeber ist berechtigt, Änderungen des Liefergegenstandes in Konstruktion und Ausführung auch nach Vertragsschluss zu verlangen, soweit dies dem Auftragnehmer zumutbar ist. Über etwaig hieraus entstehende Auswirkungen in Bezug auf Mehr- oder Minderkosten sowie den Liefertermin sind einvernehmlich angemessene Regelungen zu treffen. Kommt eine Einigung innerhalb angemessener Zeit nicht zustande, entscheidet der Auftraggeber nach billigem, gerichtlich nachprüfbarem Ermessen.

IV. HAFTUNG

1. Die Haftung des Auftragnehmers richtet sich nach den gesetzlichen Bestimmungen.
2. Die Agentur sowie ihre Erfüllungs- und Verrichtungsgehilfen haften bei leichter Fahrlässigkeit nur, wenn eine wesentliche Vertragspflicht (Kardinalspflicht) verletzt wird oder ein Fall des Verzugs oder der Unmöglichkeit vorliegt. 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. Die vorgenannten Haftungsbeschränkungen 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.
3. Wegen unverschuldeter Irrtümer und Druck- oder Übermittlungsfehlern, welche die Agentur zur Anfechtung berechtigen, kann der Auftragnehmer Schadensersatz als Folge der Anfechtung nicht geltend machen.

V. ABNAHME, MÄNGELRÜGEN, GEWÄHRLEISTUNG

1. Lieferungen, die sich auf die Gestaltung oder Herstellung von Werbemitteln beziehen, müssen die gestellte Aufgabe lösen, ggf. den zur Verfügung gestellten Vorlagen und erteilten Weisungen sowie dem neuesten Stand der Technik und den einschlägigen rechtlichen Bestimmungen entsprechen; sie müssen das technische, werbliche und künstlerische Niveau der Arbeitsproben aufweisen, die der Auftragnehmer vor Auftragserteilung vorgelegt hat. Zudem gehört es zu den Aufgaben des Auftragnehmers, die Agentur auf erkennbare rechtliche Bedenken gegen geplante Werbemaßnahmen hinzuweisen.
2. Wird im Rahmen der vertraglichen Tätigkeit ein bestimmter Arbeitserfolg, d. h. ein individualisierbares Werk (z. B. Werbemittel, Entwurf), geschuldet, ist die Agentur zur Abnahme verpflichtet. Die Abnahme gilt als erfolgt, wenn sie nicht innerhalb von zwei Wochen erklärt oder verweigert wird, nachdem der Auftragnehmer das Werk zur Abnahme bereitgestellt, die Abnahmefähigkeit angezeigt und in der Anzeige auf diese Folge hingewiesen hat.
3. Mängelrügen sind rechtzeitig, wenn sie innerhalb von 10 Arbeitstagen nach Entdecken des Mangels im Geschäftsgang der Agentur erhoben werden; dies gilt auch für offensichtliche Mängel. Zahlung bedeutet keinen Verzicht auf das Rügerecht.
4. Der Agentur stehen die gesetzlichen Gewährleistungsansprüche ungekürzt zu.
5. Das Recht, die Art der Nacherfüllung zu wählen, steht auch beim Werkvertrag grundsätzlich der Agentur zu. § 439 BGB gilt entsprechend.
6. Eine Nacherfüllung gilt nach erfolglosem ersten Versuch als fehlgeschlagen.
7. Die Agentur kann wegen eines Mangels der gelieferten Ware oder des erstellten Werkes nach erfolglosem Ablauf einer von ihr zur Nacherfüllung bestimmten angemessenen Frist den Mangel selbst beseitigen und Ersatz der erforderlichen Aufwendungen verlangen, wenn nicht der Auftragnehmer die Nacherfüllung zu Recht verweigert. Diesbezüglich gilt die gesetzliche Regelung zur Selbstvornahme beim Werkvertrag (§ 637 BGB) für den Kaufvertrag entsprechend. Die Frist zur Nacherfüllung ist zeitlich so zu bemessen, dass die Agentur bei Fehlschlagen der Nacherfüllung den Auftrag noch anderweitig vergeben und dadurch die Anschlusstermine einhalten kann.

VI. RECHNUNG, PREIS, ZAHLUNGSBEDINGUNGEN, ZURÜCKBEHALTUNGSRECHT, AUFRECHNUNG

1. Die Rechnung ist sofort nach Lieferung an die Agentur zu senden.
2. Der vereinbarte Preis darf nicht überschritten werden und schließt sämtliche Abgaben, Kosten und Gebühren, die dem Auftragnehmer entstanden sind (z. B. für Transport, Verpackung, Künstlersozialkasse und Zoll), ein.
3. Vergütungen für Vorstellungen, Präsentationen, Verhandlungen und/oder für die Ausarbeitung von Angeboten und Projekten werden nicht gewährt, sofern nichts anderes vereinbart wurde.
4. Soweit keine anderen Zahlungsbedingungen vereinbart sind, erfolgt die Zahlung innerhalb von 14 Tagen nach Rechnungseingang mit 3 % Skonto oder innerhalb von 30 Tagen ohne Abzug.
5. Bei Zahlungsverzug ist die Agentur nur verpflichtet, Zinsen in Höhe von 3 % über dem jeweiligen Basiszinssatz zu zahlen.
6. Der Auftragnehmer kann ein Zurückbehaltungsrecht nur ausüben, wenn sein Gegenanspruch auf demselben Vertragsverhältnis beruht. Die Aufrechnung gegen fällige Forderungen des Auftraggebers ist ausgeschlossen, es sei denn, diese sind durch schriftliche Erklärung des Auftraggebers als unbestritten anerkannt oder rechtskräftig festgestellt worden.

VII. SONDERBEDINGUNGEN FÜR FOTOGRAFEN

1. Zur optimalen Umsetzung der vom Kunden gebilligten Werbekonzeption kann die Agentur namens des Kunden die das Fotomotiv mitgestaltenden Personen (insbesondere Models, Visagisten, Stylisten einschließlich deren Kostüme), Requisiten, bestimmte technische Effekte (insbesondere ein bestimmtes Licht) sowie den Aufnahmeort vorschreiben. Die hierdurch veranlassten Dienst-, Kauf- und Mietverträge hat der Auftragnehmer im Namen und für Rechnung der Agentur abzuschließen, und zwar im Rahmen der von der Agentur zuvor gebilligten Kostenvorschläge.
2. Im Übrigen stellt der Auftragnehmer das für die Fotoaufnahmen erforderliche Personal und die benötigten Sachen, die er im eigenen Namen bucht bzw. einkauft oder mietet, auf seine Kosten und Gefahr.
3. Kann nicht fotografiert werden, weil ein vom Auftragnehmer gemäß 2. gebuchtes Model zum Aufnahmetermin nicht erscheint oder vom Auftragnehmer zu stellende Sachen nicht verfügbar sind, werden zusätzlich entstehende Kosten für Modelhonorar, Requisiten und Nebenkosten vom Auftragnehmer getragen.

VIII. URHEBERRECHTLICHE NUTZUNGSRECHTE/LEISTUNGSSCHUTZRECHTE

1. Der Auftragnehmer und die Agentur sind sich darüber einig, dass die Agentur in die Lage versetzt werden soll, die vom Auftragnehmer erbrachten Leistungen und Arbeitsergebnisse (nachfolgend zusammenfassend „Arbeitsergebnisse“ genannt) in denkbar umfassender Art und Weise selbst und/oder durch Dritte (insbesondere die Kunden der Agentur) zu nutzen und zu verwerten. An den Arbeitsergebnissen räumt der Auftragnehmer daher mit der Werkschöpfung der Agentur die ausschließlichen, zeitlich, inhaltlich und räumlich unbeschränkten Nutzungs- und Verwertungsrechte für alle bekannten und unbekanntem Nutzungsarten sowie das Recht zum Gebrauch des Bildnisses des Models – jeweils den Vertragsgegenstand betreffend – ein. Nutzungszweck: werblich und nichtwerblich, Erst- und Mehrfachverwertungen; Nutzungsarten: alle gedruckten Werbemittel (Anzeigen, Plakate, Beilagen, Kataloge, Broschüren, Verpackungen, sonstige gedruckte Werbemittel), Sammelwerke, Filme (TV, Kino, Internet), Magnetbänder (Filmkassetten, Audio- und Videokassetten), Online- und Offline-Nutzung aus elektronischen Speicherträgern (Datenbanken, CD-ROM, CD-I, MO-Laufwerke, DAT, Disketten, Internet, Multimedia); Vervielfältigungstechnik: Druck, Filmkopie, Magnetbandkopie, maschinenlesbare Erfassung, elektronische Vervielfältigung; Verbreitung: Verteilung an die Öffentlichkeit, Sendung, Aufführung, Ausstellung, Daten(fern)übertragung; sonstige Befugnisse: Nutzung auch von Teilen des Vertragsgegenstandes (auch Ausschnittverwertung, Fotocomposing, Filmcomposing), Änderungsrecht, vollständige oder teilweise Übertragung des ausschließlichen Nutzungsrechts auf Dritte, insbesondere die Kunden. Die Agentur darf die Leistung des Auftragnehmers als Teil der 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 sowie zur Teilnahme an Wettbewerben einreichen.
2. Der Auftragnehmer hat in seinem Angebot den Auftraggeber darüber zu informieren, ob und ggf. welche seiner gemäß 1. zu übertragenden Nutzungsrechte er auf Verwertungsgesellschaften übertragen hat.
3. Der Auftragnehmer ist verpflichtet, Änderungen seiner Anschrift, an die eine Mitteilung über die beabsichtigte Aufnahme einer neuen Art der Werknutzung erfolgen soll, der Agentur unverzüglich in Textform mitzuteilen.
4. Soweit abweichend von 1. aufgrund gesonderter schriftlicher Vereinbarung Nutzungsrechte nicht übertragen worden sind, kann der Auftraggeber deren Übertragung ganz oder teilweise gegen angemessene Vergütung nachträglich verlangen. Die Vergütung richtet sich – soweit möglich – nach dem mit dem Auftragnehmer bereits Vereinbarten, im Übrigen nach den Vergütungssätzen der Verwertungsgesellschaften; soweit diese nicht eingreifen, ist die Vergütung vom Auftraggeber nach billigem, gerichtlich nachprüfbarem Ermessen festzusetzen.
5. Der Auftragnehmer erkennt an, dass die Durchsetzung von Ansprüchen auf dem ordentlichen Rechtsweg zur Überprüfung der Nutzungsbefugnis der Agentur oder des Kunden sowie zur Überprüfung der Ermessensentscheidung der Agentur gemäß vorstehender Ziffer 4 einen ausreichenden prozessualen Rechtsschutz darstellt. Der Auftragnehmer verzichtet hiermit für den Fall, dass die Agentur die Vergütung festgesetzt und Zahlung in entsprechender Höhe an den Auftragnehmer geleistet hat, auf die Inanspruchnahme von vorläufigem Rechtsschutz (einstweilige Verfügungen, Arrest).
6. Setzt der Auftragnehmer bei der Ausführung des Auftrags Mitarbeiter und/oder Subunternehmer und/oder Dritte ein, ist er verpflichtet, deren Nutzungsrechte in dem Umfang zu erwerben und auf den Auftraggeber zu übertragen, der in 1. für die eigene Leistung des Auftragnehmers vereinbart ist. Außerdem hat er diesen Personen die gleichen Pflichten für deren Leistungsbeitrag zugunsten der Agentur aufzuerlegen, die er selbst für seine Leistung zu übernehmen hat.
7. Der Auftragnehmer steht dafür ein, dass an seiner vertraglich geschuldeten Leistung Rechte Dritter, die den Rechtsübergang und/oder die vereinbarte Nutzung seiner Leistung beeinträchtigen können (z. B. Persönlichkeitsrechte abgebildeter Personen), nicht bestehen. Für den Fall, dass Dritte wegen der Verletzung ihrer Rechte berechnigte Ansprüche gegen die Agentur oder den Kunden im Hinblick auf Arbeitsergebnisse des Auftragnehmers geltend machen, verpflichtet sich der Auftragnehmer, die Arbeitsergebnisse innerhalb einer der Agentur gesetzten angemessenen Frist so abzuändern oder neu zu erbringen, dass die Rechte Dritter nicht mehr verletzt werden, oder auf seine Kosten die erforderlichen Rechte von den Dritten einzuholen. Nach Ablauf der Frist kann die Agentur die Änderung auf Kosten des Auftragnehmers selbst oder durch Dritte vornehmen oder die Genehmigung von den jeweiligen Berechtigten einholen. Der Auftragnehmer stellt die Agentur von Ansprüchen Dritter aus evtl. Schutzrechtsverletzungen, die er zu vertreten hat, frei. Der Auftragnehmer übernimmt auch die von ihm zu vertretenden Kosten für die Rechtsverteidigung.
8. Der Auftragnehmer hat die von ihm zu übertragenden Nutzungsrechte sowohl umfassend gemäß 1. als auch beschränkt auf die Art der Werbemittel, für die der Vertragsgegenstand bestellt werden soll, aber im Übrigen wie zu 1., anzubieten. Etwaige weitere Einschränkungen sind in einer zusätzlichen Angebotsalternative zu erklären. Arbeitshonorar und Honorar für die Rechteeinräumung sind gesondert auszuweisen. Geschieht dies nicht, ist beides in der vereinbarten Vergütung enthalten.
9. Der Auftragnehmer ist verpflichtet, von Models eine Erklärung über die Übertragung der Nutzungsrechte unterschreiben zu lassen, und der Agentur bis zur Abnahme vorzulegen.
10. Der Auftragnehmer erkennt an, dass eine Verpflichtung zur Autorennennung nicht besteht, sofern dies branchenüblich ist.

IX. EIGENTUMSERWERB AN ILLUSTRATIONEN UND REPRODUKTIONS-MATERIAL, AUFBEWAHRUNG, SICHERUNG, ZURÜCKBEHALTUNGSRECHT

1. An Illustrationen sowie an dem zur Ausführung des Auftrags hergestellten oder vom Auftragnehmer beschafften Reproduktionsmaterial (z. B. Druckunterlagen wie Satz, Fotos, Stanzformen, Lithografien, Filme, Werkzeuge, elektronische Dateien usw. einschließlich nicht abgelieferte Entwürfe und Sicherungskopien) erwirbt die Agentur mit Zahlung des Honorars Eigentum. Ab diesem Zeitpunkt verwahrt der Auftragnehmer diese Gegenstände für die Agentur sorgfältig bis zu deren Herausgabe. Bei Einschaltung von Subunternehmern hat der Auftragnehmer den Eigentumsübergang auf die Agentur durch

entsprechende Vertragsgestaltung sicherzustellen. Nach Ablauf von sechs Monaten seit Abnahme muss die Agentur die vorbezeichneten Gegenstände übernehmen, wenn der Auftragnehmer dies anbietet.

2. Der Auftragnehmer hat von jeder elektronischen Datei eine Sicherungskopie auf einem separaten Datenträger herzustellen und diesen getrennt von dem primären Datenträger zu lagern.
3. Gegenstände, die der Auftragnehmer vom Kunden oder von der Agentur erhält, gehen nicht in sein Eigentum über, dürfen nur zur Abwicklung des Auftrags verwendet werden, sind vom Auftragnehmer sorgfältig zu verwahren und auf erstes Verlangen zurückzugeben.
4. Der Auftragnehmer hat an den von ihm herauszugebenden Gegenständen kein Zurückbehaltungsrecht.

X. GEHEIMHALTUNG

1. Alle dem Auftragnehmer im Zusammenhang mit dem Auftrag zugänglich werdenden Informationen und Unterlagen ebenso wie die in Auftrag gegebenen Werbemittel und die Gegenstände gemäß IX. sind – auch nach Beendigung des Auftrags – streng vertraulich zu behandeln, und zwar auch dann, wenn es nicht zur Ausführung des Auftrags kommt.
2. Der Auftragnehmer hat diese Geheimhaltungsverpflichtung seinen mit der Ausführung des Auftrags befassten Mitarbeitern, Unterlieferanten, Modells usw. schriftlich aufzuerlegen, soweit dies zur Gewährleistung der Geheimhaltung erforderlich ist.
3. Der Auftragnehmer darf Exemplare der vertraglichen Leistung nur mit vorheriger schriftlicher Zustimmung der Agentur zu eigenen Werbezwecken verwenden.

XI. ÜBERTRAGBARKEIT DER RECHTE

Die Rechte des Auftragnehmers aus dem Auftrag, insbesondere der Vergütungsanspruch, können nicht abgetreten werden.

XII. AUFTRÄGE IM NAMEN DES KUNDEN

Der Auftrag ist auch dann über die Agentur abzuwickeln, wenn diese den Auftrag im fremden Namen erteilt hat. In diesem Fall haftet die Agentur weder für die Vertragserfüllung durch den Kunden noch für dessen Bonität, die sie nicht prüft.

XIII. MINDESTLOHN

1. Der Auftragnehmer verpflichtet sich, das Gesetz zur Regelung eines allgemeinen Mindestlohns (Mindestlohngesetz - MiLoG) zu beachten und den jeweils verbindlich vorgeschriebenen Mindestlohn zu zahlen. Die vorstehende Regelung gilt ebenfalls für vom Auftragnehmer eingesetzte Nachunternehmer und deren eingesetztes Personal.
2. Die Agentur ist berechtigt, hierüber jederzeit aktuelle Nachweise (z.B. Stundennachweise, Lohnabrechnungen, Mitarbeiterlisten) zu verlangen. Im Falle der Nichtvorlage verlangter Nachweise ist die Agentur berechtigt, fällige Zahlungen einzubehalten.
3. Der Auftragnehmer verpflichtet sich, die Agentur von ihrer Haftung auf den Mindestlohn im Fall der Verletzung des MiLoG durch den Auftragnehmer und durch von diesem eingesetzte Nachunternehmer freizustellen.
4. Im Falle einer Zuwiderhandlung des Auftragnehmers gegen die Verpflichtung zur Zahlung des Mindestlohns ist die Agentur berechtigt, den Vertrag fristlos zu kündigen. Daneben hat sie gegenüber fälligen Zahlungsansprüchen des Auftragnehmers ein Zurückbehaltungsrecht. Darüber hinaus ist die Agentur berechtigt, nach der Entziehung des Auftrags den noch nicht vollendeten Teil der Leistung zu Lasten des Auftragnehmers durch einen Dritten ausführen zu lassen. Schadensersatzansprüche wegen weitergehender Schäden bleiben ausdrücklich vorbehalten.

XIV. WPP Verhaltensrichtlinien für Lieferanten und Geschäftspartnern

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

XV. SCHLUSSBESTIMMUNGEN

1. Die Unwirksamkeit einzelner Bedingungen berührt die Wirksamkeit der übrigen nicht. Die Parteien werden in diesem Fall eine Regelung vereinbaren, die dem wirtschaftlichen Zweck der ursprünglichen Regelung möglichst nahekommt.
2. Gerichtsstand für alle Streitigkeiten zwischen dem Auftraggeber und einem Auftragnehmer, der Kaufmann ist, 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 beitragen. | 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), Socialsponsoring 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 unserem Engagement in diesen Bereichen. | 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.