



# MIPIM 2018

vom 13. bis 16. März 2018 in Cannes

## GEMEINSCHAFTSSTAND BERLIN-BRANDENBURG

### JA, WIR BETEILIGEN UNS AM GEMEINSCHAFTSSTAND, ALS

- |   |              |
|---|--------------|
| <input type="checkbox"/> Sponsor  | 12.000,- EUR |
| <input type="checkbox"/> Standpartner<br>mit folgenden Modulen  | 20.000,- EUR |
| <input type="checkbox"/> 1 Ausstellungstafel  | 2.500,- EUR  |
| <input type="checkbox"/> 1 Terminal (LED-Bildschirm, Tastatur, Maus)  | 4.500,- EUR  |
| <input type="checkbox"/> 1 Besprechungstisch im Innenbereich  | 4.500,- EUR  |
| <input type="checkbox"/> 1 Modellfläche   | 12.000,- EUR |
| <input type="checkbox"/> Premiumpartner   | 50.000,- EUR |
| <input type="checkbox"/> Wir beabsichtigen, ..... Mitarbeiter (Mindestanzahl 1) zu akkreditieren.<br>Pro Teilnehmerakkreditierung | 980,- EUR    |

Alle Preise verstehen sich zzgl. der gesetzlich gültigen Mehrwertsteuer von zurzeit 19%.  
80% der Beteiligungskosten sind zahlbar bis zum 11. Dezember 2017.  
Die Endabrechnung erfolgt nach Abschluss der MIPIM 2018.

#### Absender (bitte in Blockbuchstaben ausfüllen):

Unternehmen .....

Ansprechpartner .....

Straße, Hausnummer .....

PLZ/Ort .....

Telefon .....

E-Mail .....

Datum, Unterschrift .....

#### Rechnungsadresse\* (falls abweichend):

Unternehmen .....

.....

.....

Straße, Hausnummer .....

.....

PLZ/Ort .....

\*Für spätere Rechnungsumschreibungen wird jeweils eine Bearbeitungsgebühr von 50,- EUR zzgl. 19% MwSt. erhoben.

**Antwortfax 030/28018-300**  
bis 10. November 2017 an Runze & Casper Werbeagentur GmbH

# Allgemeine Geschäftsbedingungen für Messeveranstaltungen der Runze und Casper Werbeagentur GmbH

Aktualisierter Stand: 8. November 2016

## I. Gegenstand der AGB

Gegenstand der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Tätigkeit der Runze und Casper Werbeagentur GmbH (im Weiteren Agentur genannt), die diese im Bereich einer Messeveranstaltung im Rahmen eines Gemeinschaftsstandes, bestehend aus mehreren Teilnehmern, für ihren Auftraggeber durchführt. Abweichende Vereinbarungen bedürfen der Textform und Anerkennung durch die Agentur.

## II. Auftragsbedingungen

1. Die Agentur erbringt Leistungen nur im Rahmen der dem Auftraggeber übersandten Auftragsbestätigung.
2. Die in der Auftragsbestätigung genannten Preise gelten unter dem Vorbehalt, dass die dort zugrunde gelegten Auftragsdaten unverändert bleiben und enthalten keine Foto- und Übersetzungshonorare. Nachträgliche Änderungen auf Veranlassung des Auftraggebers werden dem Auftraggeber gesondert berechnet.
3. Die Agentur erteilt Aufträge an Dritte im Namen des Auftraggebers zu den jeweils günstigsten Bedingungen. Bei offenen Forderungen ist die Agentur berechtigt, diese direkt an den Auftraggeber weiterzuleiten. Dieser hat die Agentur als Mittler zwischen ihm und dem Dritten von jeglichen Forderungen freizustellen.
4. Alle bestellten und/oder durch die Agentur erstellten Leistungen einschließlich veränderter Vorentwürfe sind zu honorieren, auch wenn sie nicht verwendet werden oder der Auftraggeber seine Absicht ändert.

## III. Zahlungsbedingungen

1. Es sind Vorauszahlungen bis zu 80 % der vereinbarten Grundkosten und der vereinbarten Stadtmiete zu leisten. Ausnahmen sind folgende Messen: MIPTV, MIPCOM. Deren veränderte Zahlungsbedingungen entnehmen Sie bitte der aktuellen Angebotsbroschüre. Die Fälligkeit ergibt sich aus der jeweiligen Fakturierung.
2. Eine Endabrechnung erfolgt nach Abschluss der Messe.
3. Sonstige Auslagen und Honorare, soweit sie gesondert vereinbart wurden, sind nach Rechnungseingang sofort ohne Abzug zu leisten.
4. Bei Zahlungsverzug sind die Verzugszinsen in Höhe von 5 % über dem jeweiligen Basiszinssatz der Europäischen Zentralbank zu zahlen. Die Geltendmachung weiteren Verzugschadens wird hierdurch nicht ausgeschlossen.

## IV. Gemeinschaftliches CD, Vorfürhungen, Werbung

1. Der Auftragnehmer hat sich dem von der Agentur für die Messeteilnahme angefertigten gemeinschaftlichen Corporate Design (CD) zu unterwerfen.
2. Jede Form der Werbung, insbesondere das Verteilen von Prospekten und Unterlagen, sowie jede Art der Vorführung (z. B. Inbetriebnahme von Maschinen, Diapositiv-, Film- und Tonvorfürhungen) ist nicht gestattet. Eine gesonderte Genehmigung durch den Messeveranstalter bleibt hiervon unberührt, ist der Agentur jedoch vorab in Textform mitzuteilen.
3. Trotz erteilter Genehmigung des Messeveranstalters ist die Agentur berechtigt, diejenigen Vorfürhungen einzuschränken oder zu untersagen, die andere Teilnehmer am Gemeinschaftsstand stören.
4. Eine Werbung oder eine Veranstaltung, die gegen die vorgenannte Regelung verstößt, darf von der Agentur entfernt, abgedeckt oder anderweitig auf Kosten und Gefahr des Ausstellers unterbunden werden.

## V. Urheberrechte

1. Alle nicht auf den Auftraggeber ausdrücklich übertragenen urheberrechtlichen Nutzungsrechte bleiben bei der Agentur. Die Rechte an Schriftzügen, des gemeinschaftlichen CD, Werbekonstanten u. a. können nur nach gesonderter Honorarregelung vom Auftraggeber übernommen werden. Ausstellungstafeln oder Dekorelemente, soweit sie vom Auftraggeber gesondert bestellt wurden, sind hiervon jedoch ausgenommen.
2. Die Agentur ist befugt, die erbrachten Leistungen zu signieren und im Rahmen ihrer Eigenwerbung ohne Zustimmung zu verwenden.
3. Die Agentur hat das alleinige Änderungsrecht an den von ihr erstellten Arbeiten.
4. Die von der Agentur zur Herstellung der Vertragserzeugnisse eingesetzten Betriebsgegenstände bleiben, auch wenn sie gesondert berechnet wurden, Eigentum der Agentur und werden nicht mit ausgeliefert.
5. Eine über den speziellen Auftragszweck hinausgehende Verwendung, die nicht speziell honoriert wurde und damit einen Missbrauch des Nutzungsrechts durch den Auftraggeber oder durch Dritte darstellt, begründen für die Agentur – ungeachtet sonstiger Ansprüche – Ersatzansprüche von mindestens 33 % des eigenen oder, wenn höher, des mit Dritten vereinbarten Honorars. Ein höherer Schadensersatz bleibt, soweit er im Einzelnen nachgewiesen ist, vorbehalten.

## VI. Standbau, Entsorgung

1. Der von der Agentur aufgestellte Stand darf vom Auftraggeber nicht ohne zuvorige Genehmigung bearbeitet oder verändert werden. Der Auftraggeber haftet im Falle eines Verstoßes für alle dadurch entstehenden Sach- und Personenschäden und hat die Agentur darüber hinaus von etwaigen Ansprüchen Dritter und insbesondere des Messeveranstalters freizustellen.
2. Jede Veränderung des Standbodens bedarf der Genehmigung durch die Agentur. Für jedwede aus einer Veränderung resultierende Beschädigung des Hallenbodens haftet der Auftraggeber selbstschuldnerisch in voller Höhe des Schadens.
3. Sämtliche Gegenstände, die vom Auftraggeber nach Ende der Messeveranstaltung auf dem Gemeinschaftsstand zurückgelassen werden, dürfen von der Agentur auf Kosten des Auftraggebers entsorgt oder auf Kosten und Gefahr des Auftraggebers von der Agentur verwahrt werden. Werden Kosten durch mehrere Teilnehmer verursacht, erfolgt die Aufteilung der Kosten auf die einzelnen Teilnehmer am Gemeinschaftsstand nach billigem Ermessen.

## VII. Gewährleistung

Reklamationen wegen Mängeln des Messestandes oder der Ausstellungsfläche sind der Agentur unverzüglich nach Bezug, spätestens aber bis um 12 Uhr mittags des ersten Ausstellungstages, in Textform mitzuteilen. Spätere Beanstandungen können nicht berücksichtigt werden und führen zu keinen Ansprüchen gegen die Agentur.

## VIII. Höhere Gewalt, sonstige Ausschlussgründe

Ist die Agentur infolge höherer Gewalt oder aus anderen von ihr nicht zu vertretenden Gründen (insbesondere einem Fehlverhalten eines Teilnehmers am Gemeinschaftsstand) genötigt, einen, mehrere oder den gesamten Ausstellungsbereich vorübergehend oder auch für längere Dauer zu räumen, die Messeteilnahme zu verschieben, zu verkürzen oder abzusagen, so erwachsen dem Auftraggeber hieraus keine Schadensersatzansprüche gegen die Agentur.

## IX. Haftung

1. Die Agentur haftet nur für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit. Bei leichter Fahrlässigkeit haftet die Agentur nur für die Verletzung wesentlicher Vertragspflichten, insbesondere der vertraglichen Hauptleistungspflichten. Bei leichter Fahrlässigkeit haftet die Agentur für Mängelfolgeschäden nicht und im Übrigen der Höhe nach beschränkt auf das 2-fache der in der Auftragsbestätigung ausgewiesenen Nettosumme.
2. Gegenüber dem Auftraggeber haftet die Agentur für Schäden und Verlust an dem vom Auftraggeber eingebrachten Gut nicht.
3. Der Auftraggeber haftet seinerseits für sämtliche Schäden, die der Agentur infolge einer Abänderung im Ablauf der Messeteilnahme (Abschnitt VIII) entstehen, wenn diese durch den Auftraggeber verursacht wurden.

## X. Rücktritt, Kündigung

1. Der Rücktritt vom Vertrag ist nur mit Zustimmung der Agentur möglich.
2. Die Agentur wird ihre Zustimmung erteilen, wenn ihr die Rücktrittserklärung bis 3 Monate vor der geplanten Messeteilnahme in Textform zugeht und der Auftraggeber als pauschalen Aufwendungsersatz 50 % der in der Auftragsbestätigung ausgewiesenen Nettosumme zahlt. Geht der Agentur die Rücktrittserklärung zu einem späteren Zeitpunkt zu, wird die Zustimmung nur gegen Zahlung von 80 % der in der Auftragsbestätigung ausgewiesenen Nettosumme erteilt.
3. Das Auftragsverhältnis kann im Übrigen nur aus wichtigem Grund gekündigt werden. Als wichtiger Grund gilt insbesondere die Nichtzahlung einer Vorauszahlung, bzw. die Nichtbeachtung einer der vorbeschriebenen Bestimmungen. Ein Kündigungsrecht aus § 627 BGB wird ausdrücklich ausgeschlossen.
4. Wird die Kündigung durch ein vertragswidriges Verhalten des Auftraggebers veranlasst, so ist dieser darüber hinaus zum Ersatz des durch die Aufhebung des Vertragsverhältnisses entstehenden Schadens verpflichtet und verpflichtet, die Agentur von allen Ansprüchen Dritter, insbesondere des Messeveranstalters, freizustellen. Bereits von der Agentur erbrachte Leistungen sind entsprechend zu vergüten.

## XI. Schlussbestimmungen

1. Erfüllungsort und Gerichtsstand ist der Sitz der Agentur. Es gilt das Recht der Bundesrepublik Deutschland.
2. Sollten eine oder mehrere der vorbezeichneten Bestimmungen unwirksam sein, wird die Wirksamkeit der übrigen Bestimmungen dadurch nicht berührt. Anstelle der unwirksamen Bestimmung soll eine Regelung treten, die im Rahmen des rechtlich Möglichen dem Willen der Parteien am nächsten kommt.