



## Muster-Agenturvertrag

Stand 9. August 2019

### AGENTURVERTRAG

zwischen

der Firma

\_\_\_\_\_

- nachfolgend „Kunde“ genannt -

und

der Kommunikationsagentur

\_\_\_\_\_

- nachfolgend „Agentur“ genannt -

## **PRÄAMBEL**

Ziel der Zusammenarbeit zwischen dem Kunden und der Agentur ist die Optimierung und Erweiterung des werblichen und kommunikativen Auftritts des Unternehmens des Kunden, seiner Produkte und/oder Dienstleistungen im Markt. Zur Erreichung dieses Zieles sehen sich beide Vertragspartner in einem gegenseitigen Vertrauensverhältnis verbunden und vereinbaren Folgendes:

### **A. AUFTRAG**

Der Kunde beauftragt die Agentur mit der umfassenden werblichen und kommunikativen Betreuung  
- der Produkte:

---

---

---

- der Dienstleistungen:

---

---

---

- des Unternehmens selbst (Imagewerbung, Corporate Design und Ähnliches)

in \_\_\_\_\_ (Vertragsgebiet). Die vorstehenden Produkte, Dienstleistungen und das Unternehmen werden nachfolgend zusammenfassend kurz als „Produkte“ bezeichnet.

Die Agentur nimmt diesen Auftrag an und sichert dem Kunden engste Zusammenarbeit und jederzeitige Wahrung seiner Interessen zu.

### **B. GRUNDSÄTZE DER ZUSAMMENARBEIT**

1. Die Agentur erbringt die vertragsgegenständlichen Leistungen sach-, termin- und fachgerecht entsprechend der vereinbarten Anforderungen und Qualitätskriterien oder – sofern dazu nichts vereinbart ist – nach den Grundsätzen ordnungsgemäßer Berufsausübung.
2. Die Vertragsparteien verständigen sich in regelmäßigen Abständen über Fortschritte und Hindernisse bei der Durchführung der beauftragten Leistungen. Bei Abweichungen von dem vereinbarten Vorgehen oder Zweifeln an der Richtigkeit der Vorgehensweise des anderen unterrichten sie sich unverzüglich gegenseitig.
3. Termine für die Erbringung von Leistungen sind nur dann verbindlich, wenn sie ausdrücklich als solche bezeichnet werden. Ansonsten handelt es sich um Zieltermine, welche im Rahmen des Projektmanagements fortentwickelt werden. Bei Zielterminen darf der Kunde innerhalb einer angemessenen Frist nach Ablauf die Erbringung der ausstehenden Leistungen unter angemessener Fristsetzung schriftlich auffordern; mit Ablauf dieser Frist ist der Anspruch des Kunden auf diese Leistung fällig.

4. Eine rechtliche Prüfung der Leistungsergebnisse der Agentur, insbesondere nach dem Wettbewerbs-, Marken-, Urheber- und Persönlichkeitsrecht, ist ausdrücklich nicht Aufgabe der Agentur. Dasselbe gilt für die Durchführung und die rechtliche Auswertung von markenrechtlichen Recherchen und/oder für die Prüfung der Eintragungsfähigkeit von Marken und Designs/Geschmacksmuster.
5. Die Agentur setzt zu Erfüllung ihrer Leistungspflichten qualifiziertes und zuverlässiges Personal ein. Die Agentur entscheidet nach eigenem, pflichtgemäßem Ermessen, welche Mitarbeiter zur vertragsgemäßen Leistungserbringung eingesetzt oder ausgetauscht werden. Die Agentur behält sich die Möglichkeit vor, einen Mitarbeiter aus einem wichtigen oder berechtigten Grund durch einen anderen Mitarbeiter mit der notwendigen Qualifikation zu ersetzen. Sie ist gegenüber ihren Mitarbeitern unabhängig von deren Einsatzort ausschließlich weisungsbefugt. Mitarbeiter der Agentur werden nicht in den Betrieb des Kunden eingegliedert und treten in kein Arbeitsverhältnis zum Kunden.
6. Die Agentur ist hinsichtlich der Art der Durchführung der beauftragten Leistungen nach Zeit und Ort grundsätzlich frei.

## **C. LEISTUNGEN DER AGENTUR**

### **1. Analyse und Werbevorbereitung**

- 1.1 Analyse der Marktposition und der Konkurrenzsituation der zu betreuenden Produkte.
- 1.2 Untersuchung und Bewertung von Zielgruppenstruktur und -verhalten auf der Grundlage vorhandener Studien oder sonstiger, allgemein zugänglicher Sekundärmaterialien.
- 1.3 Erarbeitung von Vorschlägen für ergänzende Markt-, Produkt- und Verbraucheruntersuchungen und Empfehlungen geeigneter Marktforschungs-Institute für ihre Durchführung.

### **2. Werbeberatung / Strategie**

- 2.1 Marktstrategische, werbefachliche und werbetechnische Beratung in allen Fragen der klassischen, digitalen und crossmedialen werblichen Kommunikation einschließlich Social Media / Influencer Marketing / Content Marketing / Community Management / Kundenbeziehung (CRM) / Marketing Automatisierung
- 2.2 Formulierung der Werbeziele auf der Grundlage der mit dem Kunden abgestimmten Kommunikationsziele.
- 2.3 Entwicklung der Kommunikationsstrategie und Werbekonzeption für alle Medien, Netzwerke, Blogs, Foren und sonstige Werbemöglichkeiten.
- 2.4 Auswertung der Werbemittel- und Werbeträgerforschung zur Optimierung des Werbeeinsatzes.

### **3. Werbegestaltung (Kreation)**

- 3.1 Entwicklung von Texten und Gestaltung von Entwürfen (Roh-Layouts) für klassische und digitale Medien.
- 3.2 Entwicklung von Storyboards / Treatments für Film-, Funk- und Fernsehwerbung (klassisch und online)

- 3.3 Konzeption, Entwicklung und Gestaltung, Produktion und Produktionsmanagement für Online-Werbemittel (Banner, Advertorials, Content Marketing, Influencer Marketing) zum Einsatz in digitalen Medien und Social Media, Foren und Blogs.
- 3.4 Entwicklung von Claims, Slogans, Jingles.
- 4. Finalisierung (Reinzeichnungen, Rein-Layouts)**  
Herstellung aller für die Werbemittelproduktion erforderlichen Reinzeichnungen/Rein-Layouts beziehungsweise Illustrationen und Durchführung der entsprechenden DTP-Satzarbeiten.
- 5. Werbemittelproduktion (Vergabe, Koordination, Überwachung)**
  - 5.1 Ermittlung der wirtschaftlichsten Herstellungsverfahren und Methoden.
  - 5.2 Auswahl geeigneter Spezialisten beziehungsweise Lieferanten wie Grafiker, Programmierer, Fotografen, Druckereien, Filmproduzenten, Tonstudios, Sprecher, Models.
  - 5.3 Einholung von 3 Lieferantenangeboten, wobei der Kunde jeweils einen Lieferanten benennen kann. Diese Regelung gilt nicht, wenn zu erwarten ist, dass das Angebot einen Betrag von 2.000,- Euro netto nicht übersteigt, oder bei Folgeleistungen eines bereits einvernehmlich ausgewählten Lieferanten.
  - 5.4 Auftragserteilung nach Genehmigung durch den Kunden, Koordination und Überwachung der sach- und termingerechten Ausführung beziehungsweise der Regie und Herstellung bei Dreh- und Aufnahmearbeiten und der post production im FFF-Sektor; Rechnungskontrolle und Zahlungsabwicklung.

#### **D. WEITERE LEISTUNGEN DER AGENTUR (PROJEKTAUFTRÄGE, MEDIA)**

- 1. Auf besonderen Wunsch des Kunden kann die Agentur neben den Leistungen nach Abschnitt B die folgenden Aufgaben gegen ein gesondert zu vereinbarendes Honorar übernehmen auf der Basis genehmigter Kostenvoranschläge beziehungsweise auf Grund eines gesonderten Projektauftrages beziehungsweise auf der Basis eines Mediavertrages:
  - 1.1 Media  
Mediaplanung und Mediaschaltung.
  - 1.2 Digitale Film-, Animationsfilm- und Videoproduktionen, auch unter Nutzung von Virtual Reality (VR) und Augmented Reality (AR)
  - 1.3 Research  
Durchführung aller Research-Maßnahmen wie zum Beispiel Copytest, Pre- und Posttest, Recall-Untersuchungen.
  - 1.4 Entwicklung von Marken, Namen, Packungsgestaltung  
Entwicklung von Marken, Namen und Kennzeichen, Ausstattungen sowie Packungsgestaltung.
  - 1.5 Corporate Design  
Entwicklung und Überarbeitung von Signets, Firmenzeichen und Geschäftsausstattungen.
  - 1.6 Internationale Koordination (Lead)  
Einbindung von Werbemaßnahmen in ein internationales Konzept und Koordination mit ausländischen Agenturen; Übernahme einer Lead-Agency-Funktion.
  - 1.7 Direct-Marketing

- Entwicklung von Direct-Marketing- und Customer-Relationship-Maßnahmen (CRM) in Text und Layout.
- 1.8 Sales Promotion
- Beratung, Planungs- und Durchführungsarbeiten im Bereich der Verkaufsförderung, Außendiensttagungen, Fachveranstaltungen, Symposien sowie die Gestaltung von Display-Material, Prospekten und sonstigen Verkaufshilfen.
- 1.9 Messe und Eventmarketing
- Konzeption, Entwicklung, Umsetzung, Koordination und Überwachung von Messen und Events.
- 1.10 Sponsoring
- Entwicklung und Umsetzung von Sponsoring-Konzepten.
- 1.11 Spezialtexte
- Erarbeitung von Fachtexten und Fremdsprachentexten.
- 1.12 Database-Management
- Generierung von Adressen; Archivierung von digitalen Daten, Aufbau und Verwaltung einer Datenbank für den Zugriff durch den Kunden.
- 1.13 Radio/Funk
- Entwicklung und Umsetzung von Radiospots (online und offline)
- 1.14 Webseiten/Apps
- Konzeption, Entwicklung und Design von Webseiten (Corporate, Microsites, Webshops) sowie Apps.
- 1.15 Entwicklung und Umsetzung von Podcasts
- 1.16 SEA/SEO Maßnahmen
- Umsetzung, Koordination und Überwachung von Suchmaschinenmarketing (SEA) und Suchmaschinenoptimierung (SEO)
- 1.17 Entwicklung und Umsetzung von User-Experience Design (UX-Design)
- 1.18 Entwicklung und Umsetzung von Marketing Automatisierung
2. Werden diese Leistungen durch gesonderte Projektaufträge oder durch Mediavertrag an die Agentur vergeben, so gelten in erster Linie die Regelungen des Projektauftrages beziehungsweise des Mediavertrages und in zweiter Linie, ergänzend also, die Bestimmungen dieses Vertrages.

## **E. MITWIRKUNG DES KUNDEN**

### **1. Angaben zu Werbeaktivitäten und Budget**

- 1.1 Der Kunde wird der Agentur jeweils vor dem neuen Geschäftsjahr den voraussichtlichen Geschäftsumfang im Hinblick auf die geplanten Werbeaktivitäten und das zur Verfügung stehende Budget mitteilen. Der Kunde wird der Agentur ~~nicht unwesentliche~~ Änderungen dieser mitgeteilten Planungen jeweils unverzüglich mitteilen. Die Angaben des Werbebudgets müssen nachvollziehbar und ggf. anhand von entsprechenden Belegen nachprüfbar dargelegt werden.

1.2 Der Kunde wird der Agentur alle für deren Arbeit erforderlichen oder dienlichen Daten und Informationen über Marketingziele, Märkte und Produkte unaufgefordert zur Verfügung stellen. Die Agentur verpflichtet sich zur streng vertraulichen Behandlung solcher nach 1.1. und 1.2 übermittelten Daten und Informationen.

## 2. Unterstützungspflicht /Genehmigungen

Der Kunde wird die Agentur bei Erfüllung ihrer vertraglich geschuldeten Leistung in angemessenem Umfang unterstützen. Dazu gehört insbesondere die rechtzeitige Zurverfügungstellung von Informationen und Datenmaterial, soweit die Mitwirkungsleistungen des Kunden dies erfordern. Der Kunde wird Genehmigungen so rechtzeitig erteilen, dass der Arbeitsablauf der Agentur und damit die Realisierung der Werbemaßnahme nicht beeinträchtigt wird. Kann die Agentur die Leistungen wegen fehlender und unzureichender Mitwirkungsleistungen oder Beistellungen nicht oder nur mit Mehraufwendungen erbringen, ist sie berechtigt, hierdurch notwendige Mehraufwendungen gegenüber dem Kunden geltend zu machen.

## 3. Verantwortlichkeit für Inhalte des Kunden

Sofern der Kunde der Agentur Materialien und/oder Inhalte (z.B. Markenlogos, Werbetexte, Produkte) überlässt, sichert er zu, dass diese frei von Rechten Dritter sind und deren Nutzung bzw. Veröffentlichung nicht in irgendeiner Form gegen geltendes Recht verstößt. Zu den überlassenen Inhalten gehören auch solche Inhalte und deren Quellen, die der Kunde der Agentur im Hinblick auf die Durchführung der beauftragten Leistungen empfiehlt oder vorschlägt. Sollte die Agentur aufgrund solcher vom Kunden stammenden Inhalte von Dritten in Anspruch genommen werden, stellt der Kunde die Agentur von diesen Ansprüchen (inklusive der notwendigen Rechtsverfolgungskosten) auf erstes Anfordern frei.

## F. EINSATZ VON SUBUNTERNEHMERN, FREMDLEISTUNGEN

1. Die Agentur hat das Recht, zur Erfüllung der beauftragten Leistungspflichten Subunternehmer oder freie Mitarbeiter (Dienstleister) einzusetzen. Diese gelten als Erfüllungsgehilfen (§ 278 BGB) der Agentur. Die von der Agentur beauftragten Dienstleister haben die in diesem Vertrag beschriebenen Verpflichtungen, die für die Agentur gelten, insbesondere die Geheimhaltung und den Datenschutz, ebenso einzuhalten und zu beachten.
2. Fremdleistungen Dritter (z.B. Produktion, Programmierung, Druck, Lektorat, Übersetzungen, rechtliche Beratung, Messebau) werden von der Agentur im Auftrag gegenüber dem Kunden gesondert ausgewiesen. Sofern nicht anders vereinbart, werden Fremdleistungen entweder im Namen und auf Rechnung des Kunden beauftragt oder im Namen der Agentur und auf Rechnung des Kunden.

## G. VERGÜTUNG DER AGENTUR

### 1. Leistungen nach C 1-3

Für die Leistungen im Rahmen des Abschnitts C 1-3 berechnet die Agentur ein Honorar auf der Basis des von der Agentur betreuten Netto-Marketing- und Kommunikationsbudgets (nachfolgend kurz „Werbudget“ genannt), und zwar abnehmend gestaffelt nach der Höhe des Werbebudgets wie folgt:

#### Betreutes Budget-Honorar in Prozent des Budgets

bis \_\_\_\_\_ Euro \_\_\_\_ Prozent

von \_\_\_\_\_ bis \_\_\_\_\_ Euro \_\_\_\_ Prozent

ab \_\_\_\_\_ Euro \_\_\_\_ Prozent

Die jährliche feste Mindestvergütung der Agentur beträgt \_\_\_\_\_ EUR. Dieser Teil der Vergütung wird in 12 gleichen monatlichen Teilbeträgen gezahlt, und zwar jeweils am ersten eines jeden Monats des entsprechenden Jahres. Die Höhe der Mindestvergütung wird jeweils bei Bekanntgabe des Werbebudgets nach E 1.1 von beiden Parteien überprüft und gegebenenfalls angemessen erhöht oder ermäßigt.

## **2. Leistungen nach C 4**

Die Leistungen nach C 4 berechnet die Agentur auf der Basis der Stundenpreisliste und der Liste Technische Kosten der Agentur.

## **3. Leistungen nach C 5**

Für alle Leistungen der Agentur nach Abschnitt C 5 wird das Honorar im Rahmen von vom Kunden genehmigten Kostenvoranschlägen vereinbart. Als Kalkulationsgrundlage gelten die zum Zeitpunkt der Leistung aktuellen Vergütungssätze der Agenturpreisliste; in der Regel werden diese Leistungen nach Stundenaufwand berechnet. Für genehmigte Kostenvoranschläge gilt eine Abweichung von +/- 10 Prozent als von der Genehmigung umfasst.

## **4. Fremdkosten**

Alle im Rahmen dieses Vertrages anfallenden Fremdkosten werden unter Beifügung von Belegen an den Kunden mit einem Aufschlag von 15 Prozent auf den Nettobetrag weiterberechnet.

## **5. Leistungen nach D**

Für alle Leistungen im Rahmen des Abschnitts D wird das Honorar im Rahmen des jeweiligen Projektauftrages beziehungsweise des Mediavertrages zwischen Kunde und Agentur vereinbart. Falls keine Vereinbarung getroffen ist, gelten die zum Zeitpunkt der Leistung aktuellen Vergütungssätze der Agentur; in der Regel werden diese Leistungen nach Stundenaufwand berechnet auf Basis der jeweils gültigen Preisliste der Agentur; Medialeistungen werden in der Regel auf der Basis eines Prozentsatzes vom Schaltvolumen berechnet nach näherer Maßgabe des Mediavertrages.

## **6. Barauslagen, GEMA, KSV-Kosten**

- 6.1 Barauslagen und besondere Kosten, die der Agentur auf ausdrücklichen Wunsch des Kunden entstehen, werden zum Selbstkostenpreis berechnet. Hierzu zählen zum Beispiel außergewöhnliche Kommunikations-, Versand- oder Vervielfältigungskosten.
- 6.2 GEMA-Gebühren, Künstlersozialversicherungsabgaben und Zollkosten und ähnliche Kosten werden dem Kunden netto in Rechnung gestellt, auch wenn sie erst nachträglich erhoben werden.

## **7. Reisekosten**

Sofern die Agentur Leistungen im Einvernehmen mit dem Kunden außerhalb ihres Sitzes erbringt ( zum Beispiel zur Überwachung von Film-, Funk- und Fernseharbeiten, Drucküberwachung und Druckabnahmen, Fahrten zum Kunden) hat sie über die vereinbarte Vergütung hinaus Anspruch auf Erstattung der Reisekosten (Bahnfahrten der 2ten Klasse, Flüge der Economy-Klasse oder Fahrten per Pkw mit 0,30 Euro/km netto) inklusive aller erforderlichen Auslagen, Aufwendungen und Spesen. Reisezeiten werden nach tatsächlichem Aufwand zum Stunden- bzw. Tagessatz abgerechnet.

## **8. Umsatzsteuer**

Sämtliche Vergütungen der Agentur verstehen sich zuzüglich der gesetzlich jeweils geltenden Umsatzsteuer. Bei Rechnungen an Leistungsempfänger außerhalb der Bundesrepublik Deutschland wird keine deutsche Umsatzsteuer berechnet und in den Rechnungen ausgewiesen. Auf diesen Rechnungen ist die jeweilige der Agentur vom Kunden zu benennende VAT-Nummer des Leistungsempfängers anzugeben.

## **9. Fälligkeit und Skonti**

- 9.1 Die von der Agentur dem Kunden ausgestellten Rechnungen sind nach Erhalt und ohne Abzüge fällig. Bei Vorauszahlungen werden dem Kunden alle erreichbaren Skontoabzüge vergütet.
- 9.2 Im Bereich der Werbemittelherstellung erstellt die Agentur nach Abschluss eines Auftrages die Abrechnung. Bei größeren Aufträgen oder solchen, die sich über einen längeren Zeitraum erstrecken, ist die Agentur berechtigt, Zwischenabrechnungen beziehungsweise Vorausrechnungen zu erstellen oder Akontozahlungen abzurufen.
- 9.3 Skonti auf Agenturvergütungen werden nicht gewährt.

## **H. ABRUF VON AGENTURLEISTUNGEN (AUFTRAGSVERGABE)**

### **1. Briefing**

Basis der Tätigkeit der Agentur bildet das Briefing durch den Kunden. Wird das Briefing mündlich erteilt, ist darüber ein Briefing-Protokoll von der Agentur zu fertigen. Dieses wird zur verbindlichen Arbeitsunterlage; insoweit gilt die Regelung über Besprechungsprotokolle in Ziffer 4 entsprechend.

### **2. Kostenvoranschläge**

Vor Beginn jeder Kosten verursachenden Arbeit hat die Agentur dem Kunden einen Kostenvoranschlag in schriftlicher Form zu unterbreiten.

### **3. Auftragserteilung**

3.1 Der Kunde erteilt den Auftrag an die Agentur durch Genehmigung des Kostenvoranschlags. Die Genehmigung soll in der Regel schriftlich erfolgen. Erfolgt sie mündlich, so soll sie in einem Besprechungsprotokoll festgehalten werden.

3.2 Kleinere Einzelaufträge bis zu maximal \_\_\_\_\_ Euro netto sowie Aufträge im Rahmen laufender Arbeiten wie zum Beispiel Zwischenaufnahmen, Satzkosten, Retuschen und dergleichen bedürfen nicht der Vorlage von Kostenvoranschlägen und vorheriger Genehmigung durch den Kunden.

3.3 Produktionsaufträge werden von der Agentur nach Freigabe durch den Kunden in der Regel im Namen und auf Rechnung des Kunden erteilt. Die Agentur überwacht die Produktion und prüft das Produktionsergebnis.

### **4. Besprechungsprotokolle (Kontaktberichte)**

Die der Agentur übertragenen Arbeiten bedürfen typischerweise beständigen Kontakts und der Abstimmung mit dem Kunden. Über derartige Besprechungen wird die Agentur jeweils ein Besprechungsprotokoll schriftlich erstellen und dem Kunden unverzüglich übermitteln. Diese Protokolle gelten als kaufmännische Bestätigungsschreiben. Darin enthaltene Absprachen und Aufträge und der sonstige Inhalt sind verbindlich, wenn und soweit der Kunde nicht binnen drei Werktagen schriftlich widerspricht.

## **I. ÄNDERUNGEN VON ARBEITEN (CHANGE REQUEST)**

1. Nachträgliche Änderungen der beauftragten Leistungen (Change Request) durch den Kunden sind der Agentur möglichst frühzeitig und hinreichend konkret mitzuteilen und benötigen zu deren Wirksamkeit einer ausdrücklichen Bestätigung durch die Agentur.
2. Ist bei Vorliegen einer nachträglichen Änderung der Leistungsbeschreibung die ursprünglich beauftragte Leistung nicht oder nur noch teilweise durchführbar, ist die Agentur berechtigt, die weitere Leistungserbringung einzustellen. Die Agentur wird dies dem Kunden mitteilen.



Widerspricht der Kunde der Leistungseinstellung, so setzt die Agentur die ursprüngliche Leistungserbringung fort.

3. Sofern der Agentur durch den Change Request Mehrkosten entstehen, wird die Agentur den Kunden hierauf hinweisen. Die Agentur ist berechtigt, die Mehrleistungen dem Kunden in Rechnung zu stellen.

## **J. NUTZUNGSRECHTE; UMFANG UND VERGÜTUNG**

1. Alle urheberrechtlichen und sonstigen Nutzungsrechte an den vom Kunde zur werblichen Verwendung freigegebenen und bezahlten Arbeitsergebnissen der Agentur gehen auf den Kunden über in dem Umfang, wie es der von beiden Vertragspartnern zu Grunde gelegte Zweck des jeweiligen Auftrages gemäß H. dieses Vertrages erfordert. Im Zweifel erfüllt die Agentur ihre Verpflichtungen durch Einräumung ausschließlicher Nutzungsrechte im Gebiet der Bundesrepublik Deutschland für die von den Vertragsparteien jeweils in dem Auftrag vorgesehenen Medien und Einsatzdauer der Werbemaßnahme. Jede darüberhinausgehende Nutzung der Arbeitsergebnisse der Agentur bedarf der gesonderten Zustimmung der Agentur.
2. Zieht die Agentur zur Vertragserfüllung Dritte heran, wird sie die Nutzungsrechte an deren Leistungen im Umfang der vorstehenden Regelung für den Kunden auf dessen Kosten erwerben und dementsprechend dem Kunden übertragen. Sollten diese Rechte im Einzelfall in diesem Umfang nicht erhältlich oder deren Erwerb nur mit unverhältnismäßig hohen Kosten möglich sein, wird die Agentur den Kunden darauf hinweisen und nach seinen Weisungen verfahren. Dadurch entstehende Mehrkosten trägt der Kunde.
3. Der Kunde ist berechtigt, die Nutzungsrechte ganz oder teilweise auf Tochtergesellschaften oder verbundene Gesellschaften innerhalb eines Konzerns weiter zu übertragen.
4. Die Agentur ist – auch bei Übertragung ausschließlicher Nutzungsrechte auf den Kunden – berechtigt, die Arbeitsergebnisse im Rahmen ihrer Eigenwerbung unentgeltlich zu verwenden unter Nennung des Kundennamens, auch nach Vertragsende, in allen Medien einschließlich Internet, Social Media und im Rahmen von Wettbewerben und Präsentationen wie z.B. dem GWA-Jahrbuch.
5. Erstellt die Agentur im Rahmen ihrer vertraglichen Leistungen Software, so ist der jeweilige Sourcecode und die entsprechende Dokumentation nicht Gegenstand der Rechteinräumung an den Kunden. Sofern der Kunde eine Überlassung des Sourcecodes wünscht, muss dies gesondert mit der Agentur vereinbart werden.
6. Nicht Gegenstand der Rechteübertragung auf den Kunden sind von diesem abgelehnte, abgebrochene oder nicht innerhalb von 6 Monaten nach Übergabe genutzte Leistungen der Agentur (Konzepte, Ideen, Entwürfe etc.). Diese Nutzungsrechte verbleiben bei der Agentur, ebenso die daran bestehenden Eigentumsrechte.
7. Die in vorstehend Ziffer 1 Satz 1 und 2 genannten Nutzungsrechte sind mit der Bezahlung der in diesem Vertrag unter E. vereinbarten Vergütung abgegolten. Eine Ausdehnung der Nutzung über Ende des Werbemittleinsatzes und/oder über das Vertragsgebiet hinaus und/oder für den Einsatz in anderen als den im jeweiligen Auftrag genannten Nutzungsarten/Werbeträgern und/oder das Recht, die Arbeitsergebnisse der Agentur zu bearbeiten, bedarf der ausdrücklichen vorherigen Zustimmung der Agentur und muss gesondert vergütet werden.
8. Für die Verhandlung von Buyouts zur Verwendung der Arbeitsergebnisse Dritter ist vom Kunden eine Service-Fee von xx % auf die Netto-Nutzungsvergütung des jeweiligen Dritten an die Agentur zu zahlen.
9. Die Agentur übernimmt keine Haftung für gesetzliche Ansprüche von Urhebern auf nachträgliche Vergütungserhöhung nach §§ 32, 32a UrhG; von solchen Ansprüchen stellt der

Kunde die Agentur auf erstes Auffordern frei. Die Agentur weist den Kunden vorsorglich darauf hin, dass einem Urheber nach dem Urhebergesetz weitere gesetzliche Ansprüche gegenüber dem Inhaber von Nutzungsrechten zustehen (z.B. auf Auskunft, Rechenschaft und Rückruf), die vertraglich nicht ausgeschlossen werden können.

## **K. HAFTUNG**

1. Die Agentur haftet dem Kunden im Rahmen dieses Vertrages für die Sorgfalt eines ordentlichen Werbekaufmannes. Die Haftung der Agentur und ihrer Vertreter und Erfüllungsgehilfen für leicht fahrlässige Pflichtverletzungen wird ausgeschlossen mit Ausnahme der Verletzung wesentlicher Vertragspflichten (sogenannter Kardinalspflichten), Verletzung von Leben Leib und Gesundheit, bei Ansprüchen aus einer Garantie sowie aus dem Produkthaftungsgesetz.
2. Soweit die Agentur, ihre Vertreter und Erfüllungsgehilfen nach der vorstehenden Bestimmung in Absatz 1 haften, beschränkt sich die Haftung auf den Ausgleich des nach Art der Leistung vorhersehbaren und vertragstypischen Schadens.
3. Die Agentur wird den Kunden rechtzeitig auf für sie erkennbare rechtliche Risiken des Inhalts oder der Gestaltung geplanter Werbemaßnahmen hinweisen. Die Agentur übernimmt keine eigene rechtliche Überprüfung der von ihr erbrachten Leistungen. Erachtet die Agentur für die Realisierung der Maßnahmen eine rechtliche (z.B. wettbewerbs- oder markenrechtliche) Prüfung durch eine besonders sachkundige Person oder Institution für erforderlich, so trägt der Kunde nach Abstimmung die Kosten.
4. Eine Haftung der Agentur ist ausgeschlossen, sofern und soweit die Agentur den Kunden schriftlich unter Darlegung der Gründe auf Bedenken hinsichtlich der Vereinbarkeit der Werbemaßnahme mit dem geltenden Recht hingewiesen hat und der Kunde sich trotz des Hinweises gegen eine Änderung der betreffenden vertragsgegenständlichen Leistungen entscheidet. Der Kunde stellt die Agentur in diesen Fällen von Ansprüchen Dritter auf erstes Auffordern frei. Hiervon umfasst sind auch die notwendigen Rechtsverfolgungskosten.
5. Ansprüche des Kunden verjähren in einem Jahr ab Erbringung der beauftragten Leistungen. Hiervon ausgenommen sind Ansprüche wegen der Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit und/oder wegen grob fahrlässig oder vorsätzlich verursachter Schäden sowie Ansprüche aus der Übernahme einer Garantie oder aus Produkthaftung - insoweit gelten die gesetzlichen Verjährungsfristen.

## **L. EINSATZ VON FREMDLEISTUNGEN**

1. Sind beim Einsatz von Fremdleistungen durch die Agentur im Rahmen der Leistungserfüllung gegenüber dem Kunden Sach- oder Rechtsmängel auf ein fehlerhaftes Erzeugnis eines Dritten zurückzuführen, der nicht Erfüllungsgehilfe der Agentur ist, und gibt die Agentur das Erzeugnis an den Kunden weiter, sind die Mängelansprüche des Kunden auf die Abtretung der Mängelansprüche von der Agentur gegenüber dem Dritten beschränkt (z.B. bei Verwendung von Open Source Software). Die Agentur hat den Mangel hingegen zu vertreten, wenn die Mangelursache durch die Agentur gesetzt wurde, d.h. der Mangel auf einer von der Agentur zu vertretenden unsachgemäßen Modifikation, Einbindung oder sonstigen Behandlung des Dritterzeugnisses beruht.
2. Die Agentur ist nicht verantwortlich, falls Dritterzeugnisse durch den Dritten eingeschränkt oder insgesamt eingestellt werden. Führt der Dritte eine Gebühr für die Zurverfügungstellung der Dritterzeugnisse ein, hat die Agentur das Recht die mit dem Kunden vereinbarte Vergütung dementsprechend anzupassen, sofern der Kunde die Nutzung der Dritterzeugnisse nach Rückfrage fortsetzen möchte und die Vergütung zu Lasten der Agentur gehen würde.

3. Die Weitergabe von Dritterzeugnissen gilt für den Kunden als deutlich erkennbar, wenn die Agentur auf sie im Rahmen der Auftragsbeschreibung oder der Auftragsabwicklung hinweist, diese sich aus dem Auftrag ergeben oder für den Kunden aufgrund der eigenen Sachkenntnis hätten erkennbar sein müssen.

## M. GEHEIMHALTUNG / UNTERLAGEN DES KUNDEN

### 1. Schutz von vertraulichen Informationen

Die Agentur wird sämtliche Informationen, die sie über den Kunden im Zusammenhang mit diesem Vertrag oder den auf seiner Grundlage geschlossenen Aufträgen erhält, die aus diesen Informationen gewonnenen oder abgeleiteten Erkenntnisse und die auf deren Grundlage erstellten oder diese beinhaltenden Dokumente (nachfolgend: „vertrauliche Informationen“) auch über das Ende der vertraglichen Beziehungen hinaus vertraulich behandeln und nur im Rahmen der Vertragsbeziehung nutzen. Sie wird die vertraulichen Informationen vor dem Zugriff Dritter schützen und sie – soweit nicht zur Erreichung des Vertragszwecks geboten – weder aufzeichnen, noch Dritten zugänglich machen, noch verwerten.

Die Verpflichtung zur Vertraulichkeit gilt nicht für solche Informationen,

- die zum Zeitpunkt der Offenlegung öffentlich bekannt oder öffentlich zugänglich sind oder die zu einem späteren Zeitpunkt öffentlich bekannt oder öffentlich zugänglich werden, ohne dass dies die Agentur zu vertreten hätte;
- von denen die Agentur auf anderem Wege als durch den Kunden und ohne Verstoß gegen vertragliche oder gesetzliche Vertraulichkeitspflichten Kenntnis erlangt; oder
- die die Agentur ohne Rückgriff auf vertrauliche Informationen des Kunden selbständig entwickelt hat. Sie gilt ferner nicht, soweit die Agentur aufgrund gesetzlicher Verpflichtung oder auf bestands- oder rechtskräftige Anordnung einer Behörde oder eines Gerichts zur Offenlegung vertraulicher Informationen verpflichtet ist; sie hat dies dem Kunden, soweit zulässig und möglich, rechtzeitig vor Weitergabe mitzuteilen. Die Agentur darf die vertraulichen Informationen nur im erforderlichen Umfang herausgeben und hat, soweit möglich, deren Geheimhaltung durch den jeweiligen Empfänger sicherzustellen.

Im Übrigen dürfen vertrauliche Informationen von der Agentur nur mit vorheriger Zustimmung des Kunden Dritten gegenüber offengelegt werden. Keine Dritten in diesem Sinne sind die Berater und Dienstleister der Agentur, die entweder von Berufs wegen zur Verschwiegenheit verpflichtet sind oder die sich zuvor schriftlich gegenüber der Agentur zur Verschwiegenheit verpflichtet haben.

### 2. Unterlagen des Kunden

Die Agentur hat die von dem Kunden überlassenen Unterlagen einschließlich Schriftstücken, CD-ROMs, sonstigen Speichereinheiten und Ähnliches als Unterlagen des Kunden zu kennzeichnen, sie sorgsam aufzubewahren, durch geeignete Maßnahmen gegen den Zugriff Unberechtigter zu schützen und gegen die nicht vertragsgemäße Nutzung, Vervielfältigung und Weitergabe zu sichern. Die vorstehenden Verpflichtungen gelten auch für Kopien von Unterlagen des Kunden.

### 3. Herausgabe bzw. Vernichtung der Unterlagen

Die Agentur ist verpflichtet, alle im Rahmen der Vertragsdurchführung erhaltenen oder von ihr erstellten Dokumente und Datenträger unverzüglich nach vertragsgemäßer Benutzung, spätestens jedoch nach Beendigung dieses Rahmenvertrags oder des letzten auf seiner Grundlage geschlossenen Auftrages an den Kunden herauszugeben oder auf dessen Wunsch zu vernichten; gespeicherte Daten sind unwiederbringlich zu löschen. Ein Zurückbehaltungsrecht besteht nicht. Die Bestimmungen dieses Absatzes gelten nicht, soweit der Herausgabe, Vernichtung oder Löschung zwingende gesetzliche Bestimmungen, insbesondere gesetzliche Aufbewahrungspflichten, entgegenstehen.

#### 4. Verpflichtung der Erfüllungsgehilfen zur Vertraulichkeit

Die Verpflichtung zur Vertraulichkeit erstreckt sich auch auf die von der Agentur im Rahmen der Durchführung dieses Vertrags und der auf seiner Grundlage geschlossenen Agenturaufträge eingesetzten Erfüllungsgehilfen. Sie wird diesen entsprechende Geheimhaltungspflichten auferlegen und dies dem Kunden auf Verlangen nachweisen.

### N. DATENSCHUTZ

1. Die Vertragspartner werden die gesetzlichen Vorschriften zum Datenschutz, insbesondere die Regelungen der DSGVO und des BDSG-neu beachten und ihre Mitarbeiter entsprechend verpflichten. Dies gilt insbesondere auch in Bezug auf die Verpflichtung von mit Datenverarbeitung befasste Personen auf das Datengeheimnis (§ 53 BDSG-neu).
2. Sofern zur Durchführung der vertraglichen Leistungen eine Übertragung bzw. Verarbeitung von personenbezogenen Daten erfolgt, schließen die Vertragspartner eine gesonderte Auftragsverarbeitungsvereinbarung (AVV).

### O. VERTRAGSDAUER

Der Vertrag beginnt am \_\_\_\_\_. Er wird auf unbestimmte Zeit geschlossen und kann mit einer Frist von 6 Monaten zum Monatsende gekündigt werden, erstmals zum \_\_\_\_\_. Die Kündigung hat schriftlich zu erfolgen. Das Recht auf fristlose Kündigung aus wichtigem Grund bleibt unberührt.

### P. Regelungen für das Vertragsende

1. Soweit die Agentur Verpflichtungen gegenüber Dritten im Rahmen dieses Vertrages eingegangen ist (Festaufträge), erklärt sich der Kunde bereit, diese Verpflichtungen auch nach Vertragsende unter Einschaltung der Agentur zu erfüllen.
2. Die Agentur ist bereit, Reservierungen in tarifgebundenen Werbeträgern für die Zeit nach Vertragsende auf den Kunden oder von ihm benannte Dritte dann zu übertragen, wenn der Kunde oder der Dritte die bei der Agentur bereits entstandenen beziehungsweise veranlassten Kosten übernimmt. Die Übertragung hat zur Voraussetzung, dass die Agentur aus jeglicher Haftung entlassen und vom Kunden auf erstes Anfordern gegenüber Dritten freigestellt wird.

### Q. EXKLUSIVITÄT

1. Die Agentur verpflichtet sich, während der Vertragsdauer in dem Vertragsgebiet keine Aufgaben, die Gegenstand des Vertrages sind, für direkte Wettbewerber des Kunden für identische oder vergleichbare Produkte anzunehmen.

2. Der Kunde verpflichtet sich seinerseits, für die von der Agentur betreuten Produkte und/oder Dienstleistungen (vgl. Abschnitt A dieses Vertrages) keine andere Werbeagentur/Kommunikationsagentur im Vertragsgebiet während der Laufzeit dieses Vertrages zu beauftragen. Im Falle der Kündigung kann jedoch der Kunde während der Dauer der letzten beiden Monate der Kündigungsfrist eine neue Agentur mit Arbeiten beauftragen, wenn dies erforderlich ist, um laufende Projekte nach Beendigung des Vertrages reibungslos fortführen zu können.

## R. VERTRAGSÄNDERUNGEN, GERICHTSSTAND

1. Änderungen und Ergänzungen dieses Vertrages bedürfen für ihre Wirksamkeit der Schriftform. Die Schriftform wird auch durch die Textform nach § 126 b BGB gewahrt (Email, SMS, Fax). Das gilt auch, wenn in diesen AGB oder in den zwischen den Parteien abgeschlossenen Aufträgen oder Verträgen eine „schriftliche“ Erklärung verlangt wird.
2. Die Geltung allgemeiner Geschäftsbedingungen (AGB) beider Vertragsparteien wird ausgeschlossen.
3. Der Kunde darf auf diesem Vertrag beruhende Ansprüche gegen die Agentur nur nach schriftlicher Zustimmung der Agentur auf Dritte übertragen bzw. abtreten.
4. Sollte eine Bestimmung dieses Vertrages unwirksam sein oder werden, so wird die Gültigkeit des Vertrages im Übrigen hiervon nicht berührt. An die Stelle der unwirksamen Bestimmung soll eine Regelung treten, die im Rahmen des rechtlich Möglichen dem Willen der Parteien am nächsten kommt.
5. Im Falle von Streitigkeiten aus dem Abschluss, der Durchführung oder der Beendigung dieses Vertrages vereinbaren die Parteien als ausschließlichen Gerichtsstand den Sitz der Agentur. Auf den Vertrag findet ausschließlich deutsches Recht Anwendung. Die Vorschriften des UN-Kaufrechts werden ausgeschlossen.

\_\_\_\_\_  
Ort, Datum

\_\_\_\_\_  
Ort, Datum

\_\_\_\_\_  
KUNDE

\_\_\_\_\_  
AGENTUR