

AGENTURVERTRAG

zwischen

der Firma

– nachfolgend „Auftraggeber“ genannt –

und

der Kommunikationsagentur

– nachfolgend „Agentur“ genannt –

PRÄAMBEL

Ziel der Zusammenarbeit zwischen dem Auftraggeber und der Agentur ist die Optimierung und Erweiterung des werblichen und kommunikativen Auftritts des Unternehmens des Auftraggebers, 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 Auftraggeber 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 Auftraggeber engste Zusammenarbeit und jederzeitige Wahrung der Interessen des Auftraggebers zu.

B. LEISTUNGEN DER AGENTUR

1. Werbevorbereitung

- 1.1. Analyse der Marktposition und der Konkurrenzsituation der zu betreuenden Produkte.
- 1.2. Untersuchung 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

- 2.1. Marktstrategische, werbefachliche und werbetechnische Beratung in allen Fragen der klassischen, digitalen und crossmedialen werblichen Kommunikation einschließlich Social Media.
- 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.
- 3.3. Gestaltung von Werbung in sozialen Netzwerken, Foren, 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 drei Lieferantenangeboten, wobei der Auftraggeber 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 Auftraggeber, Koordination und Überwachung der sach- und termingerechten Ausführung beziehungsweise der Regie und Herstellung bei Dreh- und Aufnahmearbeiten und der Post Production im FFF-Sektor (Funk, Film und Fernsehen); Rechnungskontrolle und Zahlungsabwicklung.

C. SONSTIGE LEISTUNGEN DER AGENTUR (Projektaufträge, Media)

1. Auf besonderen Wunsch des Auftraggebers 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 Projektauftrags beziehungsweise auf der Basis eines Mediavertrages:
 - 1.1. Media
Mediaplanung und Mediaschaltung.
 - 1.2. Digitale Film-, Animationsfilm- und Videoproduktionen.
 - 1.3. Research
Durchführung aller Research-Maßnahmen wie zum Beispiel Copytest, Pre- und Posttest, Recall-Untersuchungen.
 - 1.4. Marken, 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
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 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.Interaktive Medien

Konzeption, Entwicklung, Gestaltung, Produktion und Projektmanagement bei interaktiven Medien.

1.13.Database-Management

Generierung von Adressen; Archivierung von digitalen Daten, Aufbau und Verwaltung einer Datenbank für den Zugriff durch den Auftraggeber.

2. Werden diese Leistungen durch gesonderte Projektaufträge oder durch Mediavertrag an die Agentur vergeben, so gelten in erster Linie die Regelungen des Projektauftrags beziehungsweise des Mediavertrags und in zweiter Linie, ergänzend also, die Bestimmungen dieses Vertrags.

D. LEISTUNGEN DES AUFTRAGGEBERS

1. Angaben zu Werbeaktivitäten und Budget

- 1.1. Der Auftraggeber 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 Auftraggeber wird der Agentur nicht unwesentliche Änderungen dieser mitgeteilten Planungen jeweils unverzüglich mitteilen.

- 1.2. Der Auftraggeber 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 Daten und Informationen.

2. Genehmigungen

Der Auftraggeber wird Genehmigungen so rechtzeitig erteilen, dass der Arbeitsablauf der Agentur und ihrer Lieferanten und damit die Realisierung der Werbemaßnahme nicht beeinträchtigt wird; die durch nicht rechtzeitig erteilte oder verweigerte Genehmigung eventuell entstehenden Mehrkosten und/oder ein dadurch entstehendes Qualitätsrisiko trägt der Auftraggeber.

E. VERGÜTUNG DER AGENTUR

1. Leistungen nach B 1–3

Für die Leistungen im Rahmen des Abschnitts B 1–3 berechnet die Agentur ein Honorar auf der Basis des von der Agentur betreuten Nettomarketing- und Kommunikationsbudgets (nachfolgend kurz „Werbepbudget“ 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 Mindestvergütung der Agentur beträgt _____ Euro. 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 D 1.1 von beiden Parteien überprüft und gegebenenfalls angemessen erhöht oder ermäßigt.

2. Leistungen nach B 4

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

3. Leistungen nach B 5

Für alle Leistungen der Agentur nach Abschnitt B 5 wird das Honorar im Rahmen von den vom Auftraggebern 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 Vertrags anfallenden Fremdkosten werden unter Beifügung von Belegen an den Auftraggeber mit einem Aufschlag von 15 Prozent auf den Nettobetrag weiterberechnet.

5. Leistungen nach C

Für alle Leistungen im Rahmen des Abschnitts C wird das Honorar im Rahmen des jeweiligen Projektauftrags beziehungsweise des Mediavertrags zwischen Auftraggeber 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 Mediavertrags.

6. Barauslagen, GEMA, KSV-Kosten

6.1. Barauslagen und besondere Kosten, die der Agentur auf ausdrücklichen Wunsch des Auftraggebers 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 Auftraggeber netto in Rechnung gestellt, auch wenn sie erst nachträglich erhoben werden.

7. Reisekosten

Kosten für Reisen zum Firmensitz des Auftraggebers im Rahmen der normalen Betreuung werden nicht berechnet. Alle sonstigen Reisen, zum Beispiel zur Überwachung von Film-, Funk- und Fernseharbeiten, Drucküberwachung und Druckabnahmen, Reisen im besonderen Auftrag des Auftraggebers und Ähnliches werden dem Auftraggebern berechnet.

8. Änderung oder Abbruch von Arbeiten

Wenn der Auftraggeber in Auftrag gegebene Arbeiten außerhalb der laufenden Betreuung ändert oder abbricht, wird er der Agentur die bis dahin angefallenen Honorare und/oder Zeitaufwand vergüten und alle angefallenen Kosten einschließlich ausfallender Honorare und/oder Provisionen erstatten und die Agentur von eventuell entstehenden Ansprüchen Dritter, insbesondere von Auftragnehmern der Agentur, freistellen. Wenn die Änderung oder der Abbruch der Arbeiten durch eine Pflichtverletzung der Agentur oder ihrer Erfüllungsgehilfen begründet ist, werden ausfallende Honorare und Provisionen nicht erstattet.

9. Mehrwertsteuer

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

10. Fälligkeit und Skonti

10.1. Die von der Agentur dem Auftraggebern im Rahmen des betreuten Budgets nach E 1 ausgestellten Rechnungen sind nach Erhalt und ohne Abzüge fällig. Bei Vorauszahlungen werden dem Auftraggebern alle erreichbaren Skontoabzüge vergütet.

10.2. Im Bereich der Werbemittelherstellung erstellt die Agentur nach Abschluss eines Auftrags 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.

10.3. Skonti auf Agenturvergütungen werden nicht gewährt.

F. AUFTRAGSVERGABE

1. Briefing

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

2. Kostenvoranschläge

Vor Beginn jeder Kosten verursachenden Arbeit hat die Agentur dem

Auftraggeber einen Kostenvoranschlag in schriftlicher Form zu unterbreiten.

3. Auftragserteilung

3.1. Der Auftraggeber 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 Auftraggeber.

3.3. Produktionsaufträge werden von der Agentur nach Freigabe durch den Auftraggeber in der Regel im Namen und auf Rechnung des Auftraggebers 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 Auftraggeber. Über derartige Besprechungen wird die Agentur jeweils ein Besprechungsprotokoll schriftlich erstellen und dem Auftraggebern unverzüglich übermitteln. Diese Protokolle gelten als kaufmännische Bestätigungsschreiben. Darin enthaltene Absprachen und Aufträge und der sonstige Inhalt sind verbindlich, wenn und soweit der Auftraggeber nicht binnen drei Werktagen schriftlich widerspricht.

G. NUTZUNGSRECHTE (Umfang und Vergütung)

1. Alle urheberrechtlichen und sonstigen Nutzungsrechte an den vom Auftraggeber zur werblichen Verwendung freigegebenen und bezahlten

Arbeitsergebnissen der Agentur gehen auf den Auftraggeber über in dem Umfang, wie es der Zweck des jeweiligen Auftrags gemäß F. dieses Vertrags erfordert. Die Agentur erfüllt ihre Verpflichtungen durch Einräumung ausschließlicher Nutzungsrechte im Vertragsgebiet für die von den Vertragsparteien jeweils in dem Auftrag vorgesehenen Medien und Einsatzdauer der Werbemaßnahme. Die übertragenen Nutzungsrechte schließen die Befugnis ein, das Arbeitsergebnis beliebig zu bearbeiten und/oder mit anderen Werken zu verbinden. Jede über die vorstehende Regelung hinausgehende Nutzung 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 Auftraggeber 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 Auftraggeber darauf hinweisen und nach seinen Weisungen verfahren. Dadurch entstehende Mehrkosten trägt der Auftraggeber.
3. Der Auftraggeber ist berechtigt, die Nutzungsrechte ganz oder teilweise auf Tochtergesellschaften oder verbundene Gesellschaften innerhalb eines Konzerns weiter zu übertragen.

Die Agentur ist – auch bei Übertragung ausschließlicher Nutzungsrechte auf den Auftraggeber – berechtigt, die Arbeitsergebnisse im Rahmen ihrer Eigenwerbung unentgeltlich zu verwenden unter Nennung des Kundennamens, auch nach Vertragsende, in allen Medien einschließlich Internet und im Rahmen von Wettbewerben und Präsentationen wie z.B. dem GWA-Jahrbuch der Kommunikationsagenturen.

4. Erstellt die Agentur im Rahmen ihrer vertraglichen Leistungen elektronische Programme oder Programmteile, so ist der jeweilige Quellcode und die entsprechende Dokumentation nicht Gegenstand der Rechteeinräumung an den Auftraggeber.

5. Nicht Gegenstand der Rechteübertragung auf den Auftraggeber 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.
6. Die in vorstehend Ziffer 1. Satz 1 und 2 genannten Nutzungsrechte sind mit der Bezahlung der in diesem Vertrag unter E. vereinbarten Vergütung abgegolten. Für die Ausdehnung der Nutzung über das Ende des Werbemittleinsatzes und/oder über das Vertragsgebiet hinaus und/oder für den Einsatz in anderen als den im jeweiligen Auftrag genannten Nutzungsarten/Medien erhält die Agentur ein Nutzungshonorar für die Dauer von längstens 3 Jahren und zwar
- für das 1. Jahr in Höhe von _____ Prozent
 - für das 2. Jahr in Höhe von _____ Prozent
 - für das 3. Jahr in Höhe von _____ Prozent

des jeweiligen Kunden-Nettoeinschaltvolumens. Mit Zahlung dieser Vergütung gilt die Zustimmung der Agentur nach vorstehend G. 1. Satz 3 als erteilt.

Soweit die Rechte der von der Agentur zur Vertragserfüllung herangezogenen Dritten durch die Ausdehnung der Nutzung betroffen sind, ist die Regelung in G. 2. entsprechend anzuwenden.

7. Für die Verhandlung von Buy-outs zur Verwendung der Arbeitsergebnisse Dritter ist vom Auftraggeber eine Service-Fee von ___ Prozent auf die Nettonutzungsvergütung des jeweiligen Dritten an die Agentur zu zahlen.
8. Die Agentur übernimmt keine Haftung für gesetzliche Ansprüche von Urhebern auf nachträgliche Vergütungserhöhung nach § 32, 32a UrhG; von solchen Ansprüchen stellt der Auftraggeber die Agentur auf erstes Auffordern frei.

H. HAFTUNG

(Umgang mit Daten und Informationen)

1. Haftung

- 1.1. Die Agentur haftet dem Auftraggeber im Rahmen dieses Vertrags 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) – von Leben, Körper und Gesundheit – einer Garantie und des Produkthaftungsgesetzes.
- 1.2. 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.
- 1.3. Die Agentur wird den Auftraggebern rechtzeitig auf für sie erkennbare rechtliche Risiken des Inhalts oder der Gestaltung geplanter Werbemaßnahmen hinweisen. Erachtet die Agentur für die Realisierung der Maßnahmen eine rechtliche (zum Beispiel wettbewerbsrechtliche) Prüfung durch eine besonders sachkundige Person oder Institution für erforderlich, so trägt der Auftraggeber nach Abstimmung die Kosten. Hat die Agentur auf Bedenken hingewiesen und besteht der Auftraggeber gleichwohl auf der Realisierung der Werbemaßnahme, so haftet die Agentur nicht für daraus resultierende Nachteile und Risiken. Der Auftraggeber stellt die Agentur von Ansprüchen Dritter auf erstes Anfordern frei.
- 1.4. Schadensersatzansprüche des Auftraggebers verjähren in einem Jahr. Die Verjährung beginnt mit der Entstehung des jeweiligen Schadensersatzanspruchs und der Kenntnis oder grob fahrlässigen Unkenntnis des Auftraggebers von den Anspruchsgründen und der Person des Verletzers; ohne Rücksicht darauf verjährt der Anspruch auf Schadensersatz in 3 Jahren seit der Verletzungshandlung.

2. Vertraulichkeit

- 2.1. Die Agentur wird alle ihr im Rahmen der Zusammenarbeit mit dem Auftraggeber zur Kenntnis gelangenden Informationen und Unterlagen, die nicht zur Weitergabe an Dritte bestimmt sind, streng vertraulich behandeln. Sie wird Angestellte und Dritte, die solche Informationen oder Unterlagen zur Durchführung von Arbeiten im Rahmen dieses Vertrags erhalten, zu gleicher Verschwiegenheit verpflichten.
- 2.2. In gleicher Weise wird der Kunde Informationen, Unterlagen und Daten, die er von der Agentur erhält, sowie Ideen, Konzepte, Bilder, Texte und Gestaltungen, die ihm von der Agentur präsentiert werden und die nicht offenkundig sind, streng vertraulich behandeln.
- 2.3. Die Wahrung der vorgenannten Geschäftsgeheimnisse des jeweiligen Vertragspartners gilt über die Dauer dieses Vertrags hinaus.

3. Aufbewahrung, Archivierung und Herausgabe von Daten und Unterlagen

- 3.1. Alle von der Agentur für den Auftraggebern hergestellten Berichte, Druckunterlagen, Filme, Illustrationen und Dateien, sind von der Agentur ohne gesonderte Vergütung für einen Zeitraum von einem Jahr, beginnend mit der Beendigung der betreffenden Kommunikationsmaßnahme, sachgemäß aufzubewahren und während dieser Zeit auf Wunsch dem Auftraggebern auszuhändigen. Nach Ablauf der Aufbewahrungsfrist oder bei Vertragsende vor Ablauf dieser Frist werden die Unterlagen dem Auftraggebern auf dessen Anforderung ausgehändigt, andernfalls vernichtet. Die vorgenannten Unterlagen können auch in digitaler Form aufbewahrt werden.

Die Kosten der Zusammenstellung von Daten, der Versendung, Verpackung, der Aufbewahrung über die vereinbarte Frist hinaus sowie gegebenenfalls die Kosten des Abtransports und der Vernichtung sowie der damit im Zusammenhang stehenden Tätigkeiten und Versicherungen trägt

der Auftraggeber.

- 3.2. Nicht mehr benötigte Unterlagen wie Manuskripte, Skizzen, Entwürfe nicht realisierter Werbemaßnahmen oder Ähnliches kann die Agentur sofort vernichten.
- 3.3. Ist der Agentur gemäß Abschnitt C Absatz 1.13 dieses Vertrags die entgeltliche Archivierung von digitalen Daten in Auftrag gegeben worden, so werden von der Agentur diese Daten archiviert und auf Verlangen des Auftraggebern jederzeit während der Vertragsdauer, ansonsten bei Ende des Vertrags herausgegeben.
- 3.4. Die Herausgabe von Daten hat durch Übergabe eines die Daten enthaltenden üblichen Datenträgers zu erfolgen und in der Form, dass eine Bearbeitung durch den Auftraggeber oder seinen Beauftragten zum Zwecke der Aktualisierung der jeweils in den Daten verkörperten Kommunikationsmaßnahme, z.B. bei Änderungen von Anschriften, Telefonnummern, Preisangaben, möglich ist. Ein Anspruch des Auftraggebers auf Herausgabe des Quellcodes und der entsprechenden Dokumentation besteht nicht; dieser verbleibt bei der Agentur.

4. Datenschutz/Datensicherung

- 4.1. Der Auftraggeber bestätigt, dass von ihm oder auf seine Veranlassung von Dritten an die Agentur übermittelte, personenbezogene Daten entsprechend den einschlägigen Bestimmungen des Datenschutzes, insbesondere des Bundesdatenschutzgesetzes, erhoben und verarbeitet wurden, dass etwa erforderliche Zustimmungen Betroffener vorliegen und dass die Nutzung der Daten durch die Agentur im Rahmen des erteilten Auftrags keine dieser Bestimmungen verletzt oder den Rahmen erteilter Zustimmungen überschreitet.
- 4.2. Der Auftraggeber ist damit einverstanden, dass personenbezogene Daten, die sich aus dem Vertragsverhältnis ergeben, wie z.B. Zeitpunkt, Anzahl und Dauer der Verbindungen, Zugangskennwörter, Up- und Downloads,

von der Agentur während der Dauer des Vertrags/Auftrags gespeichert werden, soweit dies zur Erfüllung des Vertrags erforderlich oder dienlich ist.

- 4.3. Der Auftraggeber wird Daten und Programme jeweils vor Übergabe an die Agentur sichern, um bei Datenverlust die Wiederherstellung zu ermöglichen.

J. 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.

K. REGELUNGEN FÜR DAS VERTRAGSENDE

1. Soweit die Agentur Verpflichtungen gegenüber Dritten im Rahmen dieses Vertrags eingegangen ist (Festaufträge), erklärt sich der Auftraggeber 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 Auftraggebern oder von ihm benannte Dritte dann zu übertragen, wenn der Auftraggeber 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 Auftraggeber auf erstes Anfordern gegenüber Dritten freigestellt wird.

L. EXKLUSIVITÄT

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

Auftraggeber verpflichtet sich seinerseits, für die Vertragsprodukte keine andere Werbeagentur/Kommunikationsagentur im Vertragsgebiet während der Laufzeit dieses Vertrags zu beauftragen. Im Falle der Kündigung kann jedoch der Auftraggeber 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 Vertrags reibungslos fortführen zu können.

M. VERTRAGSÄNDERUNGEN; GERICHTSSTAND

1. Änderungen und Ergänzungen dieses Vertrags bedürfen für ihre Wirksamkeit der Schriftform. Die Schriftform wird auch durch die Textform nach § 126 b BGB gewahrt (E-Mail, 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. Sollte eine Bestimmung dieses Vertrags unwirksam sein oder werden, so wird die Gültigkeit des Vertrags 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.
3. Im Falle von Streitigkeiten aus dem Abschluss, der Durchführung oder der Beendigung dieses Vertrags vereinbaren die Parteien als Gerichtsstand den Sitz des Auftraggebers/der Agentur (Unzutreffendes streichen). Auf den Vertrag findet deutsches Recht Anwendung. Die Vorschriften des UN-Kaufrechts werden ausgeschlossen.

(Ort, Datum)

(Ort, Datum)

(Auftraggeber)

(Agentur)