Werbeleistungsvertrag

zwischen

[Name, Adresse], nachfolgend «Auftraggeberin»,

und

[Name, Adresse], nachfolgend «Agentur».

Präambel

In Anbetracht,

dass die Auftraggeberin die Unternehmensstrategie neu definiert hat und die Marketing- und Kommunikationsstrategie auf die Unternehmensstrategie ausrichten und entsprechend anpassen will;

die Agentur in einem Vorevaluationsverfahren sowohl den subjektiven als auch den objektiven Kriterien, welche die Auftraggeberin definiert hat, am besten entsprochen hat,

vereinbaren die Parteien die folgende Rahmenvereinbarung:

I. Vertragsgegenstand

1

Der vorliegende Rahmenvertrag regelt die Grundsätze der längerfristigen Zusammenarbeit zwischen der Auftraggeberin und der Agentur betreffend die Konzeption von Kommunikationsmassnahmen und die Realisation von Kommunikationsmitteln im In- und Ausland.

II. Leistungen der Agentur

2

Die Agentur konzipiert im Auftrag der Auftraggeberin die im [Anhang] spezifizierten Kommunikationsleistungen und realisiert die entsprechenden Kommunikationsmittel. Die konkreten Aufträge hinsichtlich der zu erbringenden Leistungen werden von der Auftraggeberin jeweils in einem Projektbeschrieb (schriftliches Briefing) formuliert. Die Agentur unterbreitet einen Kostenvoranschlag zur schriftlichen Genehmigung (Freigabe des Projektes). Bei jedem Auftrag ist grundsätzlich zwischen der Konzeptionsphase (Konzeption und Kommunikationsmassnahmen) und der Realisationsphase (Realisation von Kommunikationsmitteln) zu unterscheiden. Die Auftraggeberin behält sich ausdrücklich das Recht vor, erst nach Abschluss der Konzeptionsphase über die Realisationsphase zu entscheiden.

III. Laufzeit des Vertrages und Kündigung

3

Dieser Vertrag tritt am [Datum] in Kraft und wird auf unbestimmte Zeit geschlossen. Er ist mit einer Kündigungsfrist von 6 Monaten jeweils schriftlich auf das Ende eines Kalenderjahres kündbar, erstmalig jedoch auf 31.12.[Jahr]. Vorbehalten bleibt das Recht zur Kündigung aus wichtigen Gründen, welche der Kündigende nicht zu verantworten hat. Für Aufträge, welche bei Vertragsbeendigung noch nicht abgeschlossen sind, behalten die Bestimmungen des vorliegenden Rahmenvertrages bis zu deren Beendigung weiterhin Gültigkeit.

IV. Nutzungsrechte an Kommunikationsmitteln

4

An den von der Agentur geschaffenen, nicht kampagnenbezogenen Kommunikationsmitteln tritt die Agentur bei Bezahlung des vollständigen Honorars die Schutzrechte am geistigen Eigentum an die Auftraggeberin ab. Kampagnengebundene, nur vorübergehend genutzte Werbemittel darf die Auftraggeberin während der Dauer der Zusammenarbeit räumlich und sachlich innerhalb des im Einzelauftrag beschriebenen Rahmens nutzen.

Variante:

Soweit rechtlich zulässig und möglich, tritt die Agentur nach Bezahlung des vollständigen Honorars sämtliche Rechte, insbesondere die Schutzrechte am geistigen Eigentum, an den durch sie oder Dritte in Erfüllung des Rahmenvertrages geschaffenen oder eingekauften Kommunikationsmitteln (textliche, gestalterische, fotografische, akustische oder filmische Arbeiten, Computerprogramme, usw.) an die Auftraggeberin ab.

Damit hat die Auftraggeberin das ausschliessliche, zeitlich, mengenmässig, räumlich (Schweiz und Ausland) sowie sachlich unbeschränkte Recht, die geschaffenen Kommunikationsmittel auch nach Auflösung des vorliegenden Rahmenvertrages zu nutzen, zu veröffentlichen, zu veräussern und zu verändern, weiter zu bearbeiten und zur Schaffung neuer Kommunikationsmittel zu verwenden, unter Vorbehalt der unverzichtbaren Persönlichkeitsrechte von Urhebern und Dritten (Models, Talents, Testimonials, usw.).

Die Agentur verpflichtet sich, die Zusammenarbeit mit Dritten so zu regeln, dass allfällige Rechte dieser Dritten an den Kommunikationsmitteln, insbesondere die Schutzrechte am geistigen Eigentum oder an Schutzgütern der Persönlichkeit, im vorstehend definierten Umfang an die Auftraggeberin übergehen.

Stellt die Agentur im Rahmen der Auftragserfüllung fest, dass der Erwerb der vollen Rechte gemäss vorstehendem Grundsatz rechtlich oder wirtschaftlich nicht möglich respektive nicht zweckmässig ist, so teilt sie dies der Auftraggeberin umgehend unter Angabe der Gründe mit. Die Auftraggeberin entscheidet diesfalls über das weitere Vorgehen (z.B. Erwerb des Nutzungsrechts für eine beschränkte Zeitdauer oder Suche nach einer Alternative).

V. Gewährleistung und Haftung

A. Gewährleistung

5

Die Agentur gewährleistet die getreue und sorgfältige Ausführung ihrer Leistungen und sorgfältige Auswahl, Instruktion und Überwachung von beigezogenen Dritten (Lieferanten, Freelancer, usw.).

Soweit die Agentur in eigenem Namen und auf eigene Rechnung für die Auftraggeberin Werke herstellt oder herstellen lässt, gewährleistet sie das mängelfreie Arbeitsergebnis. Ein «Gut-zum-Druck» oder «Gut-zur-Ausführung» der Auftraggeberin gilt als Genehmigung des Produkts in der vorgeschlagenen Art und Qualität. Allfällige Mängel im Vergleich zum genehmigten Produkt sind durch die Auftraggeberin unverzüglich geltend zu machen. Der Agentur und den beigezogenen Dritten wird im Falle einer Mängelrüge das vorrangige Recht zur Nachbesserung eingeräumt.

B. Rechtsgewähr

Die Agentur ist verantwortlich dafür, dass die Kommunikationsmittel keine Rechte von Dritten, insbesondere keine Urheber- und gewerbliche Schutzrechte (Marken, Design, usw.), keine Firmen- oder Persönlichkeitsrechte verletzen und auch nicht gegen werberechtliche Vorschriften (insbesondere im Bundesgesetz über den unlauteren Wettbewerb, UWG) verstossen. Die Kosten für Rechtsabklärungen gehen zu Lasten der Agentur, sofern dies vorgängig nicht anders vereinbart wurde.

Die Agentur verpflichtet sich, die Auftraggeberin bei der Abwehr von Rechtsansprüchen Dritter zu unterstützen und befreit die Auftraggeberin von jeglichen finanziellen Verpflichtungen, welche der Auftraggeberin aus der Abwehr solcher Ansprüche Dritter entstehen. Vorbehalten bleiben Ansprüche Dritter, welche die Auftraggeberin schuldhaft verursacht oder nicht rechtsgenügend abgewehrt hat. Beide Parteien informieren sich gegenseitig unverzüglich, wenn Ansprüche Dritter geltend gemacht werden und sichern sich bestmögliche Unterstützung in der Abwehr zu.

C. Haftung

Über die Gewährleistungspflichten hinaus haften die Parteien einander für vorsätzliches und grob fahrlässiges Verhalten.

VI. Konkurrenzverbot

6

Die Agentur verpflichtet sich, der Auftraggeberin sowohl vor Vertragsabschluss als auch während der Vertragsdauer sämtliche Aufträge offen zu legen, die zu einer Kollision mit den Interessen der Auftraggeberin führen könnten. Ohne ausdrückliche Einwilligung der Auftraggeberin ist die Agentur nicht berechtigt, für konkurrenzierende Produkte und/oder Dienstleistungen von konkurrenzierenden Unternehmen Aufträge irgendwelcher Art anzunehmen, soweit das im [Anhang] in Aussicht gestellte jährliche Budget zu mind. 80% realisiert wird.

Die Auftraggeberin nimmt zur Kenntnis, dass Mitarbeitende der Agentur in ihren Arbeitsverträgen ein Konkurrenzverbot nach Art. 340 OR vereinbart haben.

VII. Geheimhaltung und Datenschutz

7

Beide Parteien verpflichten sich, sämtliche ihr bei der Zusammenarbeit bekannt werdenden Geschäftsvorgänge und Informationen der andern Partei geheim zu halten. Die Agentur steht dafür ein, dass eine entsprechende Geheimhaltungsverpflichtung mit ihren Mitarbeitern und mit den von ihr beauftragten Dritten abgeschlossen wird. Diese Geheimhaltungspflicht gilt über die Dauer dieses Vertrages hinaus.

Eine vor Vertragsabschluss unterzeichnete Nicht-Verwertungs- und Geheimhaltungsvereinbarung gilt als integrierender Bestandteil dieses Vertrages.

Die Agentur sichert der Auftraggeberin zu, die gesetzlichen Bestimmungen über die Geschäftsgeheimnisse (Art. 162 Strafgesetzbuch, StGB) sowie allfällige branchenspezifische Geheimhaltungsbestimmungen (z.B. Berufsgeheimnis von Anwälten und Ärzten, Art. 321 StGB, Post- und Fernmeldegeheimnis, Art. 321ter StGB oder Bankgeheimnis, Art. 47 Bankgesetz) sowie Bestimmungen über den Datenschutz einzuhalten.

VIII. Beizug Dritter

8

Die Agentur handelt gegenüber Dritten stellvertretend im Namen und auf Rechnung der Auftraggeberin. Aufträge an Dritte dürfen von der Agentur jedoch erst erteilt werden, wenn die Auftraggeberin dem entsprechenden Kostenvoranschlag zugestimmt hat. Die von der Agentur kontrollierten und visierten Drittrechnungen werden sofort zur direkten Zahlung an die Auftraggeberin weitergeleitet. Die Agentur legt der Auftraggeberin Rechenschaft ab über sämtliche von den beigezogenen Dritten geleisteten Benefits, Vergütungen, Rabatte und andere Vorteile.

IX. Honorar

9

Die Leistungen der Agentur werden wie folgt entschädigt (Optionen):

– Prozent-Honorar in der Höhe von []% auf die fakturierten netto/netto Mediakosten und netto Produktionskosten (inkl. Schaltkosten von Kommunikation im Internet), abzüglich sämtlicher auftragsbezogener Rabatte, Kommissionen, Sonderkonditionen sowie Skonti.

– Flat-Fee Honorar: Pro Monat zahlt die Werbeauftraggeberin der Agentur für die Beratungstätigkeit, insbesondere Marktbeobachtung, Medienauswertung und Recherchen eine flat-fee in der Höhe von CHF [Zahl]. Alle übrigen Arbeiten werden gestützt auf Briefings der Auftraggeberin und genehmigten Kostenvoranschlägen nach Aufwand abgerechnet. Die Auftraggeberin stellt ein jährliches Werbebudget von rund CHF [Zahl] in Aussicht.

– Stundenansatz-Honorar gemäss den durch die Agentur geleisteten Arbeitsstunden auf Basis der Agentur-Stundenansätze. Die Leistungen/Arbeitsstunden sind dem Kunden als Bestandteil der Honorar-Rechnung detailliert auszuweisen.

– Incentive-Honorar (optional/variabel) gemäss Agency-Assessment in Höhe von +/- [...]% (Vorschlag: 10%) zum vereinbarten Agentur-Honorar.

Wenn die Auftraggeberin die Realisation nicht mit der konzipierenden Agentur umsetzt, sind die Nutzungsrechte an den unterbreiteten Konzepten und der Aufwand für die Konzeption je separat zu entschädigen.

Die Auftraggeberin leistet die Akontozahlungen gemäss [Anhang].

X. Daten und Registrierungen

10

Die Agentur ist verpflichtet, auf Verlangen der Auftraggeberin, spätestens jedoch im Fall einer Kündigung alle im Rahmen der vorliegenden Rahmenvereinbarung geschaffenen Kommunikationsmittel in reproduktionsfähigen Formaten (zu vereinbaren) an die Auftraggeberin zu übergeben, soweit diese Eigentum der Auftraggeberin sind und/oder sie über Schutzrechte am geistigen Eigentum verfügt. Soweit die Agentur auf eigenen Namen Marken, Designs, Domainnamen sowie Social Media Accounts in Erfüllung des Auftrags registriert hat, ist sie auf erste Aufforderung hin verpflichtet, die Übertragung der Registrierungen auf die Auftraggeberin zu veranlassen.

XI. Sonstige Bestimmungen

11

Sollte eine Bestimmung dieses Vertrages unwirksam sein, so wird die Wirksamkeit der übrigen Bestimmungen hierdurch nicht berührt. Die Parteien werden in diesem Fall die ungültige Bestimmung durch eine wirksame Bestimmung ersetzen, welche dem wirtschaftlichen Zweck der ungültigen Bestimmung möglichst nahe kommt.

Änderungen oder Ergänzungen dieses Vertrages bedürfen der Schriftform. Auch ein Verzicht der Parteien auf die Schriftform ist formbedürftig.

XII. Anwendbares Recht/Gerichtsstand

12

Auf diesen Vertrag kommt ausschliesslich Schweizerisches Recht zur Anwendung, auch wenn eine Partei ihren Geschäftssitz oder ihre Aktivitäten ins Ausland verlegen sollte.

Gerichtsstand ist am Sitz der Agentur (Variante: der Auftraggeberin) in [Ort].

XIII. Ansprechspartner und Protokollierung

13

Für den Vollzug des Vertrages und die Herstellung des Kundenprodukts sind folgende Personen verantwortlich:

[Angaben zur Person] (Gesamtverantwortung Beratung seitens Auftraggeberin)

[Angaben zur Person] (Gesamtverantwortung Beratung seitens Agentur)

[Angaben zur Person] (Teilbereich Realisation seitens Auftraggeberin)

[Angaben zur Person] (Teilbereich Realisation seitens Agentur)

Von jeder Besprechung fertigt die Agentur unverzüglich ein datiertes und fortlaufend nummeriertes Protokoll an, dessen Inhalt als verbindliche Arbeitsgrundlage für die Agentur gilt, sofern die Auftraggeberin diesem Protokoll nicht unverzüglich, spätestens aber innerhalb einer Woche widerspricht.

XIV. Vertragsbestandteile

14

Integrierende Bestandteile dieses Vertrages sind (wahlweise):

Branchengrundsätze und Verbandsrichtlinien, Honorarordnungen, Text- und Gestaltungstarife, Budget, Briefings- und Pitch-Dokumentation, Offerten, etc.

Variante:

Die Anwendbarkeit von Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Agentur und von Verbänden wird wegbedungen.

[Ort, Datum, Unterschriften]