

Mustervertrag für GPRA Agenturen (Rahmenvertrag)

zwischen

.....
(nachstehend Kunde genannt)

und

.....
(nachstehend Agentur genannt)

wird folgender Vertrag geschlossen:

§ 1 Gegenstand des Vertrages

Der Kunde beauftragt die Agentur mit der Beratung in Fragen der Öffentlichkeitsarbeit. Die Tätigkeit umfasst auch die Planung, Entwicklung, Gestaltung und Durchführung der Öffentlichkeitsarbeit auf der Basis einer von der Agentur erarbeiteten Konzeption. Auf besondere Anforderung des Kunden übernimmt die Agentur zudem die Produktion des im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit notwendigen Werbe- und Informationsmaterials.

§ 2 Leistungen der Agentur

Im Einzelnen übernimmt die Agentur folgende Leistungen:

- (1) Beratung, Planung und allgemeine Arbeiten.
 - a) Laufende Beratung des Kunden in allen Fragen der Öffentlichkeitsarbeit im Rahmen des übertragenen Aufgabenbereichs.
 - b) Entwicklung und Vorlage einer Konzeption der Öffentlichkeitsarbeit mit Vorschlägen zur Durchführung einzelner Projekte und Maßnahmen.
 - c) Planung der einzelnen Projekte und Maßnahmen und Ausarbeitung von Jahresarbeitsplänen für das jeweils laufende Jahr oder von einzelnen Aktionsplänen.
 - d) Abstimmung mit dem Kunden über den Einsatz des zur Verfügung stehenden Budgets.
 - e) Vorbereitung, Durchführung und Protokollierung der laufenden Kundengespräche. Von jeder Besprechung mit dem Kunden fertigt die Agentur einen fortlaufend nummerierten Besprechungsbericht an, dessen Inhalt als verbindliche Arbeitsgrundlage für die Agentur gilt, sofern der Kunde diesem Protokoll nicht unverzüglich, spätestens aber innerhalb einer Woche nach Erhalt schriftlich widerspricht.
 - f) Beobachtung des Medien- und Meinungsmarktes im Bereich des Kunden, soweit dies für die Beratung im Rahmen dieses Vertrages erforderlich ist.

(2) Durchführung

Nach Beratung und Genehmigung der entwickelten Konzeption durch den Kunden übernimmt die Agentur die Durchführung der genehmigten und nach Art und Umfang im Jahresarbeitsplan oder sonstigen Aktionsplänen festgehaltenen Projekte und Maßnahmen.

Dazu können insbesondere gehören:

- a) Aufbau und Pflege von Kontakten zu Medien, Multiplikatoren und Meinungsführern im Sinne der PR-Aufgaben.
- b) Durchführung der laufenden Informationsarbeit gegenüber Medien wie Presse, Funk und TV.
- c) Individuelle Vereinbarung und Ausführung von Exklusiv-Veröffentlichungen in einzelnen Medien.
- d) Planung und Durchführung von Informationsveranstaltungen wie Pressekonferenzen, Podiumsgesprächen, Seminaren für spezielle Zielgruppen, Kongressen usw.
- e) Planung, Organisation und Durchführung von speziellen PR-Aktionen.
- f) Auswahl, Briefing und Verpflichtung von freien Mitarbeitern wie Fachautoren, Fotografen oder speziellen, der Aufgabe entsprechenden Dritten.
- g) Sonstige Durchführungsarbeiten, deren Art durch den speziellen Charakter des Projektes oder der Maßnahme bestimmt wird.

(3) Gestaltung

Entsprechend der durch den Kunden festgelegten Konzeption übernimmt die Agentur die weitere Entwicklung und Gestaltung der Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit. Hierzu gehören insbesondere redaktionelle, textliche und graphische Arbeiten bei der Durchführung von PR-Maßnahmen wie

- a) Entwicklung von Layouts und Texten für Anzeigen und andere Druckerzeugnisse.
- b) Entwicklung von Drehbüchern bzw. Story Boards für Film- und Fernsehwerbung sowie von Texten für den Werbefunk.
- c) Entwicklung von Layouts für Produktionsausstattungen.

(4) Herstellung

Auf besondere Anforderung des Kunden übernimmt die Agentur die Herstellung der erforderlichen Werbe- und Informationsmittel aufgrund zuvor besprochener und genehmigter Entwürfe.

- a) Die Agentur übernimmt dabei die Beschaffung aller gestalterischen und technischen Unterlagen, die zur Herstellung erforderlich sind.
- b) Wird die Agentur auch mit der Vergabe von Produktionsaufträgen beauftragt, übernimmt sie die Überwachung der Herstellung in technischer, qualitativer und terminlicher Hinsicht, einschließlich der Rechnungslegung. Nach gesonderter Beauftragung übernimmt sie auch die Zahlungsabwicklung.

(5) Einschaltaufträge

Beim Einsatz von bezahlten Medien zur Informationsvermittlung berät die Agentur bei der Auswahl der Medien. Nach entsprechendem Auftrag des Kunden übernimmt sie auch die Vergabe und den Abschluss der Einschaltaufträge. Die Agentur versendet hierbei die genehmigten Unterlagen und kontrolliert die Durchführung der Einschaltung. Ferner prüft sie die von den Medien ausgestellten Rechnungen.

(6) Auf Wunsch des Kunden erstellt die Agentur für einzelne Projekte oder Maßnahmen für den überschaubaren Zeitaufwand eine Vorkalkulation, die nur bei einer ausdrücklichen Vereinbarung zu vergüten ist.

(7) Sonstige Leistungen

Soweit es für die Realisierung von Projekten und Maßnahmen erforderlich ist, übernimmt die Agentur nach Vereinbarung auch agenturübliche Arbeiten mit spezieller Aufgabenstellung, die vorstehend nicht aufgeführt sind.

§ 3

Aufgaben und Pflichten des Kunden

- (1) Der Kunde hat die Agentur mit allen ihm zur Verfügung stehenden Informationen zu versehen, die zur Durchführung der übernommenen Aufgaben erforderlich sind.
- (2) Soweit der Kunde der Agentur Vorlagen zur Verwendung bei der Gestaltung überlässt, versichert er, dass er zur Übergabe und Verwendung dieser Vorlagen berechtigt ist.
- (3) Für das jeweilige Arbeitsjahr nennt der Kunde der Agentur jeweils vor Beginn das zur Verfügung stehende Budget, das bei der Planung und Durchführung nicht überschritten werden soll. Vor Festlegung des Budgets ist die Agentur nicht verpflichtet, neue Leistungen zu erbringen oder noch nicht abgeschlossene Leistungen, für die das vorgesehene Budget auf Grund mit dem Kunden abgestimmter Maßnahme bereits aufgebraucht ist, fortzuführen.
- (4) Der Kunde hat die ihm vorgelegte Konzeption sowie die jeweils vorgeschlagenen Projekte und Maßnahmen ebenso wie die zur Veröffentlichung vorgesehene Informationen zu prüfen. Ohne vorherige Genehmigung besteht keine Verpflichtung der Agentur, die vorgeschlagenen Projekte und Maßnahmen umzusetzen.
- (5) Soweit der Kunde die Durchführung auf der genehmigten Konzeption basierender einzelner Projekte oder Maßnahmen storniert, ist er verpflichtet, die Agentur von allen bereits eingegangenen Verbindlichkeiten freizustellen und ihr alle Schäden zu ersetzen, die sich aus solchen Projekten oder Maßnahmen aufgrund des Abbruchs oder der Änderung ergeben. Zudem hat die Agentur Anspruch auf Vergütung für die bereits vorbereiteten und bis dahin erbrachten Leistungen entsprechend der getroffenen Vereinbarungen unter Berücksichtigung etwa ersparter Aufwendungen.

§ 4

Vergütung

Die Vergütung der Agentur richtet sich nach Art und Umfang der jeweiligen Leistungen. Die Agentur unterscheidet hierbei folgende Kostengruppen:

(1) Eigenleistungen

Leistungen, die die Agentur im Rahmen der Beratung, Planung, Entwicklung und Durchführung mit ihren Mitarbeitern erbringt, werden wie folgt berechnet:

- a) Für die Beratung, Planung und Bereitstellung der erforderlichen Dienstleistungskapazität erhält die Agentur ein monatliches Grundhonorar von EUR..... zuzüglich Mehrwertsteuer, das monatlich im Voraus in Rechnung gestellt wird.

Alternativ:

- a) Für die Beratung, Planung und Bereitstellung der erforderlichen Dienstleistungskapazität garantiert der Kunde der Agentur ein Honorar von jährlich mindestens EUR..... zuzüglich Mehrwertsteuer, das in halbjährlichen Raten im Voraus in Rechnung gestellt wird.
- b) Für die Durchführung von Projekten und Maßnahmen nach § 2 (2) erhält die Agentur ein nach Personal- und Zeitaufwand bemessenes Durchführungshonorar. Die Ermittlung des Personal- und Zeitaufwands erfolgt intern durch Kundenzeitbogen und Jobberichte.
- c) Gestaltungsarbeiten nach § 2 (3) werden der Agentur bei Anfall und Durchführung gegen Nachweis honoriert.

(2) Fremdleistungen

Bei Kosten, die durch die Beauftragung Dritter entstehen, ist wie folgt zu unterscheiden:

- a) Fremdkosten, die bei Herstellungsarbeiten (Druck, Satz, Klischee) entstehen, werden unter Vorlage der Fremdrechnungen mit der agenturüblichen Provision von 15% für Leistungen der Fachabteilungen (z.B. Produktion) an den Kunden weiterberechnet.

Durch diese Provision sind auch die Handlingskosten bei einer gesonderten Beauftragung zur Übernahme des Zahlungsdienstes abgegolten.

Alternativ:

Die Handlingskosten bei einer gesonderten Beauftragung zur Übernahme des Zahlungsdienstes werden nach Zeitaufwand berechnet.

Alternativ:

Die Handlingskosten bei einer gesonderten Beauftragung zur Übernahme des Zahlungsdienstes werden mit dem Grundhonorar pauschal abgegolten.

- b) Die Kosten für die mit Media-Einschaltungen verbundenen Leistungen der Agentur werden grundsätzlich durch die Einschaltprovision abgegolten, die die Agentur von den Medien erhält. In den Fällen, in denen die Einschaltprovision nicht die entstehenden Kosten deckt, vereinbaren beide Partner vor Schaltung eine Sonderhonorierung.
- c) Sonstige Fremdkosten wie etwa Veranstaltungskosten bei Aktionen, Kosten für Außendienste, Versicherungen oder spezielle Rechtsberatung werden unter Vorlage der Fremdrechnungen als Durchlaufkosten gegen Nachweis weiterberechnet. Übernimmt die Agentur nach gesonderter Beauftragung dabei auch den Zahlungsdienst inklusive Vorauszahlung, wird in der Regel eine Provision in Höhe von % zur Abgeltung der Handlingskosten der kaufmännischen Mitarbeiter sowie für den Kapitaldienst vereinbart.

(3) Auslagen

Auslagen, die der Agentur im Rahmen der Durchführung dieses Vertrages entstehen, werden gegen Nachweis abgerechnet. Hierzu gehören auch die Kosten für Reisen, die im Rahmen der Betreuungspflicht der Agentur notwendig werden.

§ 5 Zahlungsbedingungen

- (1) Die Rechnungsstellung über Leistungen der Agentur, über durch die Beauftragung Dritter entstehender Kosten und über Auslagen erfolgt monatlich nachträglich bzw. nach Abschluss des Projektes oder der Maßnahme. Die von der Agentur gestellten Rechnungen sind sofort nach Erhalt ohne Abzug zahlbar.
- (2) Aufträge an Dritte mit Ausnahme der Media-Einschaltungen erteilt die Agentur im Namen und für Rechnung des Kunden. Die gestellten Rechnungen werden von der Agentur auf die Richtigkeit der ausgewiesenen Lieferung oder Leistung geprüft und zur direkten Bezahlung an den Kunden weitergeleitet.
- (3) Rechnungen für Media-Einschaltungen werden von der Agentur dem Kunden so rechtzeitig - mindestens aber zwei Wochen im voraus - übermittelt, dass sie vom Kunden spätestens am 25. des Monats, welcher dem Monat vorausgeht, in dem die Einschaltungen erfolgen, bezahlt werden können. Erfolgt die Bezahlung durch den Kunden innerhalb der vorgenannten Frist, erhält dieser die der Agentur von dem die Werbung durchführenden Unternehmen gewährten Skonti. Bei nicht fristgerechter Zahlung ist die Agentur berechtigt, den Media-Auftrag auf Kosten des Kunden zu stornieren.
- (4) Die Agentur übernimmt auf besonderen Auftrag des Kunden bei der Vergabe von Aufträgen an Dritte den Zahlungsdienst und leitet die Kosten später in Sammelrechnungen an den Kunden weiter. Für Vorauszahlungen auf die Fremdrechnungen erhält die Agentur eine Provision in Höhe der jeweils gültigen Bankzinsen, mindestens aber in Höhe von 5 % über dem Basiszinsatz es sei denn, dass der Kunde der Agentur einen Depotbetrag für Vorauszahlungen zur Verfügung stellt.

§ 6 Erwerb von Rechten

- (1) Die Agentur überträgt dem Kunden alle übertragbaren urheberrechtlichen und sonstigen Befugnisse zur Veröffentlichung, Vervielfältigung und Verwertung der unter diesem Vertrag gewährten Eigenleistungen der Agentur einschließlich aller denkbaren Rechtspositionen an *Ideen*, Entwürfen und Gestaltungen. Hierzu gehören insbesondere, aber nicht ausschließlich, das Vervielfältigungs-, Verbreitungs-, Ausstellungs-, Vortrags-, Aufführungs- und Vorführrecht, das Senderecht, das Recht zur Wiedergabe durch Bild- und/oder Tonträger analog und /oder digital, das Recht der Wiedergabe von Funksendungen analog und /oder Digital sowie das Online-Recht. Die Übertragung schließt das Recht zur Weiterübertragung an Dritte ein. Soweit nichts anderes bestimmt wird, ist diese Übertragung zeitlich, örtlich, nach dem Verwendungszweck und in jeder sonstigen Weise auf die Durchführung der jeweiligen Projekte und Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit beschränkt. Ausgeschlossen von dieser Übertragungspflicht sind Rechte der Agentur an eigenen Planungsverfahren, Softwareprogrammen und Mediaeinkaufsmethoden, welche das unternehmensspezifische Know-how der Agentur darstellen.
- (2) Die Agentur steht dafür ein, dass sämtliche Leistungen, welche der Kunde im Rahmen dieses Vertrages erhält, nicht mit Urheberrechten, Leistungsschutzrechten oder sonstigen Rechten Dritter belastet sind, die der geplanten Nutzung entgegenstehen und der Kunde, auch soweit Leistungen Dritter betroffen sind, dieselbe freie Rechtsposition erhält wie sie zu Ziffer 1 umrissen ist. Sollte in besonderen Fällen diese Freistellung nicht möglich sein, dann ist der Kunde hiervon rechtzeitig vor Durchführung der betroffenen Projekte und Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit in Kenntnis zu setzen.
- (3) Die vorstehende Rechtsübertragung ist mit den sonstigen Vergütungen an die Agentur gemäß § 4 (1) abgegolten.

§ 7

Wettbewerb; Geheimhaltung

- (1) Die Agentur verpflichtet sich, während der Dauer dieses Vertrages die werbliche Betreuung im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit für Unternehmen bzw. Erzeugnisse, welche mit den Produkten des Kunden im unmittelbaren Wettbewerb stehen können, nur nach vorheriger schriftlicher Zustimmung durch den Kunden zu übernehmen. Wettbewerbserzeugnisse sind insbesondere Als Wettbewerbsunternehmen gelten

Mit der Einräumung eines Konkurrenzausschlusses durch die Agentur korrespondiert die Verpflichtung des Auftraggebers, während des ungekündigten Vertrages mit der Agentur im Bereich des Vertragsgegenstandes keine anderen Agenturen für Öffentlichkeitsarbeit gleichzeitig mit der Beratung, Planung, Gestaltung und Durchführung des vertragsgegenständlichen Projektes in den festgelegten Produkten und Dienstleistungsbereichen zu beauftragen.

- (2) Die Agentur verpflichtet sich, sämtliche ihr durch die Zusammenarbeit mit dem Kunden bekannt werdenden Geschäfts- und Betriebsgeheimnisse des Kunden geheim zu halten. Diese Geheimhaltungspflicht gilt über die Dauer dieses Vertrages hinaus. Die Agentur steht dafür ein, dass eine entsprechende Geheimhaltungsverpflichtung mit ihren Mitarbeitern und sonstigen Erfüllungsgehilfen abgesprochen wird.

§ 8

Haftung

- (1) Die Agentur haftet für Schäden, die durch eigene Mängel, Verzug oder Nichterfüllung ihrer Verpflichtungen entstehen. Eine Schadensersatzpflicht der Agentur tritt jedoch erst dann ein, wenn der Kunde der Agentur die beanstandeten Mängel mitgeteilt hat und die Agentur die Mängel nicht innerhalb von zehn Werktagen behoben hat.
- (2) Die Agentur legt die von ihr entworfenen Vorlagen dem Kunden vor, damit dieser die darin enthaltenen sachlichen Angaben überprüfen kann. Gibt der Kunde die Vorlagen frei, übernimmt er die alleinige Haftung für die Richtigkeit der sachlichen Angaben (einschließlich der in der Werbung enthaltenen Sachaussagen über Produkte und Leistungen).
- (3) Die Agentur haftet nicht für die patent-, muster-, urheber- und markenrechtliche Schutz- oder Eintragungsfähigkeit der im Rahmen des Vertrages gelieferten Anregungen, Vorschläge, Konzeptionen, Entwürfe usw.
- (4) Die Agentur ist verpflichtet, auf rechtliche Risiken hinzuweisen, sofern ihr diese bei der Vorbereitung von Projekten und Maßnahmen bekannt werden.
- (5) Das Risiko der rechtlichen Zulässigkeit einer Maßnahme trägt der Kunde. Dies gilt insbesondere für den Fall, dass Maßnahmen gegen Vorschriften des Wettbewerbsrechts, des Urheberrechts und der speziellen Werberechtsgesetze verstoßen. § 6 (2) bleibt unberührt.
- (6) Die Prüfung von Rechtsfragen, insbesondere aus dem Bereich des Urhebers-, Wettbewerbs- und Warenzeichenrechts ist nicht Aufgabe der Agentur.
- (7) Die Agentur kann im Rahmen ihrer Hinweispflicht die wettbewerbsrechtliche Zulässigkeit einer genehmigten Maßnahme vor ihrer Durchführung durch einen Anwalt auf Kosten des Kunden überprüfen lassen. Widerspricht der Kunde einer wettbewerbsrechtlichen Überprüfung durch einen Anwalt oder entscheidet er sich trotz festgestellter rechtlicher Bedenken für die Durchführung einer Maßnahme, übernimmt er die alleinige Haftung.

§ 9

Dauer des Vertrages

- (1) Dieser Vertrag beginnt mit Wirkung vom
- (2) Der Vertrag hat eine Laufzeit von Jahren und verlängert sich danach jeweils um ein Jahr, wenn nicht einer der Vertragspartner dem anderen spätestens vier Monate vor Ablauf des Vertrages erklärt hat, dass er das Vertragsverhältnis nicht fortzusetzen beabsichtige.
- (3) Das Recht zur fristlosen Kündigung dieses Vertrages aus wichtigem Grund bleibt unberührt.
- (4) Die Erklärung, mit der einer der Vertragspartner dem anderen mitteilt, dass er den Vertrag nicht fortzusetzen beabsichtige, und die Kündigung bedürfen der Schriftform.

§ 10

Sonstiges

- (1) Änderungen, Erweiterungen und sonstige Nebenabreden bedürfen zu ihrer Wirksamkeit der Schriftform.
- (2) Sollte eine Bestimmung dieses Vertrages unwirksam sein oder werden, so wird die Gültigkeit dieses Vertrages im Übrigen nicht berührt. Die Vertragsschließenden verpflichten sich, die unwirksame Regelung durch eine solche zu ersetzen, die dem Vertragszweck wirtschaftlich entspricht.
- (3) Ergänzend gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Agentur, die im Internet unter "<<Agentur.de/ >>" abgerufen werden können und auf Anfrage übersandt werden.

.....
(Datum/Ort)

.....
(Agentur)

.....
(Datum/Ort)

.....
(Kunde)

Version September 2011
RA Michael Heckmann
ENGEL HECKMANN & PARTNER
RECHTSANWÄLTE
Düsseldorf

