BÜRGER-
SCHAFTS-
KANZLEI

☎ 42831[redacted]

Vorgaben für Eldoradoerfassung / Verschlagwortung		
Aktenzeichen		
Aktentitel	./.	
Absender	Bürgerschaftskanzlei	
Fremdes Aktenzeichen	./.	
Betreff	Vertrag Wahlkampagne 2014	
Bezug 1	./.	
Bezug_2	./.	
Bezug_3	./.	
Bezug_4	./.	
HmbTG-Stichwort	[redacted]_Verträge von öffentl. Interesse	
Info an Regi	[redacted]@bk.hamburg.de	
Verfügung	z.d.a. ./.	

RAHMENVERTRAG ÜBER KOMMUNIKATIONSLEISTUNGEN

zwischen

Hamburgische Bürgerschaft
Bürgerschaftskanzlei
Rathausmarkt 1
20095 Hamburg

nachstehend „Kunde" genannt,

und

AM Agentur für Kommunikation GmbH
Papenhuder Straße 10
22087 Hamburg

nachstehend „Agentur" genannt,

wird folgender Rahmenvertrag über Kommunikationsleistungen geschlossen:

INHALTSVERZEICHNIS

§ 1. Vertragsgegenstand und Beauftragung
§ 2. Vertragslaufzeit und Kündigung
§ 3. Leistung der Agentur
§ 4. Weitere Aufgaben und Projekte
§ 5. Vergütung der Agentur und Umsetzungsbudget
§ 6. Sorgfaltspflichten
§ 7. Haftung
§ 8. Grundsätze der Zusammenarbeit
§ 9. Konkurrenzschutz/Exklusivität
§ 10. Verschwiegenheit/Geheimhaltung
§ 11. Übertragung von Nutzungsrechten
§ 12. Beendigung des Vertrages
§ 13. Schlussbestimmungen

Anlagen

Anlage 1: Leistungsbeschreibung
Anlage 2: Pauschalangebot
Anlage 3: Einzelpreise
Anlage 4: Agenturangebot
Anlage 5: Agenturteam/ Hauptansprechpartner
Anlage 6: Nachunternehmer
Anlage 7: Versicherungen nach § 9 Abs. 3 des Projektvertrages

PRÄAMBEL

Die Hamburgische Bürgerschaft plant eine Informations- und Motivationskampagne, die zum Ziel hat, unter Einbeziehung wichtiger Akteure die Wahlbeteiligung zu erhöhen und die Bürgerinnen und Bürger zu motivieren, ihr Wahlrecht wahrzunehmen.

Ausgeschrieben wurde ein Rahmenvertrag mit einer Kommunikationsagentur für 2 Jahre.

Die Agentur entwickelt Kommunikations- und Werbestrategien auf deren Basis sie Ideen für werbliche und kommunikative Maßnahmen konzipiert und umsetzt. Im Rahmen eines Teilnahmewettbewerbs wurde sie von dem Kunden ausgewählt, um als ein erstes Projekt den Kunden bei der Entwicklung einer für mehrere Wahlen einsetzbaren Dachmarke zur Wahlmotivation und Information und bei der Entwicklung, Planung und Umsetzung einer zielgerichteten, aufmerksamkeitsstarken und wirkungsvollen Wahlmotivationskampagne zu den Wahlen zur Bezirksversammlung und zum Europäischen Parlament am 25. Mai 2014 zu unterstützen.

Optional kann der Kunde die Agentur beauftragen, die Wahlmotivationskampagne zur Bürgerschaftswahl am 15. Februar 2015 zu konzipieren und realisieren. Bei Wahrnehmung des Rechts wird diese Aufgabe in einem Projektauftrag konkretisiert.

Die Parteien schließen den nachfolgenden Vertrag über Kommunikationsleistungen.

§ 1. VERTRAGSGEGENSTAND UND BEAUFTRAGUNG

Der Kunde kann die Agentur gemäß der nachfolgenden Regelungen dieses Vertrages mit projektbezogenen Beratungs-, Kreativ- und Ausführungsleistungen im Bereich Kommunikation für überparteiliche Wahlmotivationskampagnen beauftragen.

Mindestens beauftragt er die Agentur mit der in § 3, **Anlage 1** beschriebenen Leistungen. Basis dafür und damit Bestandteile des Auftrags sind:

1. dieser Vertrag,
2. die Leistungsbeschreibung **Anlage 1**
3. das Pauschalpreisangebot der Agentur gemäß **Anlage 2**
4. die Liste der Einzelpreise gemäß **Anlage 3**
5. das inhaltliche Angebot der Agentur, **Anlage 4**
6. die Allgemeinen Vertragsbedingungen für die Ausführung von Leistungen (VOL/B), in der Fassung 2003 - (Bundesanzeiger Nr. 178 a vom 23. September 2003).

Bei Widersprüchen zwischen den einzelnen Vertragsbestandteilen gelten die Regelungen in der vorgenannten Reihenfolge.

Für alle Einzelprojekte gelten ausschließlich die Bestimmungen dieses Vertrages. Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGBs) der Agentur kommen für die gesamte Zusammenarbeit zwischen Kunde und Agentur grundsätzlich nicht zum Einsatz.

Die Agentur nimmt den Auftrag an, sichert engste Zusammenarbeit zu und wird die Interessen des Kunden nach besten Kräften wahren.

Nach Zuschlagserteilung besteht die Möglichkeit, dass einzelne Teile des Konzeptes nach Aufforderung durch den Kunden noch anzupassen sind. Dies erfolgt in enger Zusammenarbeit zwischen dem Kunden und der Agentur. Kleine Änderungen in den Details des Konzeptes dürfen aber den Budgetrahmen nicht verändern.

§ 2. VERTRAGSLAUFZEIT UND KÜNDIGUNG

Der Vertrag tritt zum 03.03.2014 in Kraft und wird auf zwei Jahre geschlossen.

Er kann von dem Kunden mit einer Frist von einem Monat zum Ende eines jeden Monats, frühestens jedoch nach 6 Monaten nach Vertragsbeginn und im Falle einer Beauftragung der Agentur mit der Konzeption und Realisierung der Wahlmotivationskampagne zur Bürgerschaftswahl 2015 frühestens 6 Monate nach dieser weiteren Beauftragung, gekündigt werden. Das Recht auf fristlose Kündigung aus wichtigem Grund bleibt von der vereinbarten Frist unberührt. Ein wichtiger Grund ist insbesondere, aber nicht ausschließlich, gegeben,

- wenn die Agentur zahlungsunfähig wird oder ein Insolvenzverfahren über ihr Vermögen eröffnet oder die Eröffnung des Insolvenzverfahrens mangels Masse abgelehnt wird,

- wenn die Agentur eine vertragliche oder eine in Ausführung dieses Vertrages übernommene Verpflichtung trotz erfolgter Abmahnung unter Erläuterung der wesentlichen Gründe nicht innerhalb einer angemessenen Frist erfüllt oder ein vertragswidriges Verhalten nicht innerhalb dieser Frist einstellt.

Jede Kündigung bedarf zu ihrer Wirksamkeit der Schriftform.

§ 3. LEISTUNG DER AGENTUR

(1) Die Agentur übernimmt die Entwicklung einer für mehrere Wahlen einsetzbaren Dachmarke zur Wahlmotivation und Information und die vollständige Entwicklung, Durchführung, Überwachung und Kontrolle der Kommunikationskampagne und aller in diesem Zusammenhang notwendigen Maßnahmen zur Vorbereitung der Wahlen zur Bezirksversammlung und zum Europäischen Parlament am 25. Mai 2014 in Hamburg einschließlich aller dafür notwendigen Planungs-, Konzeptions-, Beratungs-, Kreativ- und Ausführungsleistungen. Die Agentur verpflichtet sich sicherzustellen, stets Leistungen auf höchstem Niveau und zur Zufriedenheit des Kunden anzubieten.

(2) Dies umfasst alle typischen Agenturleistungen (wie z.B. Strategie, Konzeption, Kundenbetreuung und -beratung, Ideenentwicklung, Texterstellung, grafische Arbeiten aller Art, Projektmanagement, Qualitätskontrolle, Reinzeichnungserstellung, Auswahl und Steuerung von Dritten, Produktionsmanagement (Print, FFF, Online etc.), Dokumentation, Buchhaltung etc.) in mind. folgenden Kommunikationsdisziplinen: Werbung, Design, Öffentlichkeitsarbeit und PR, Neue Medien, Promotions & Event, sowie in weiteren Kommunikationskanälen, welche sich aus der Leistungsbeschreibung **Anlage 1** und **2** ergeben, einschließlich Mediaplanung und -einkauf.

(3) Die Agentur sichert enge Zusammenarbeit und eine stets professionelle und zielgerichtete Betreuung zu und wird die Interessen des Kunden nach besten Kräften wahren. Die Agentur hält das für diese Aufgabe festgelegte Gesamtbudget in Höhe von EUR 400.000,-- zzgl. MwSt. ein und veranlasst ohne ausdrückliche Zustimmung des Kunden keine Mehrkosten. Die Möglichkeit, zusätzliche Mittel, die z.B. im Wege des Sponsoring eingeworben wurden, einzusetzen, bleibt unberührt.

(4) Die Agenturleistungen werden von der Agentur und den im Angebot benannten Nachunternehmern erbracht.] Weitere Unterbeauftragungen von Agenturleistungen bedürfen der Zustimmung des Auftraggebers, die dieser nur aus sachlichen Gründen verweigern darf.

(5) Für die vertraglichen Aufgaben außerhalb der Agenturleistungen gem. § 3.1 ff. vergibt die Agentur nach Zustimmung des Kunden Aufträge an Dritte (sogenannte „**Fremdleistungen**") im eigenen Namen und auf eigene Rechnung und überwacht diese. Fremdleistungen sind z.B. Lithoarbeiten, Schaltkosten in Medien, Druck, Fotoshootings,

Filmproduktion, Produktionen und Produktionskosten aller Art, Programmierung und Programmierungskosten.

(6) Im Rahmen ihrer Aufgaben erbringt die Agentur alleine oder mit in **Anlage 6** genannten Nachunternehmern u.a. folgende Grundleistungen:

§ 3.1 VORBEREITUNG

Die Agentur erarbeitet auf Basis des eigenen Informationsmaterials, der vom Kunden zur Verfügung gestellten Unterlagen, sowie durch eigene Recherchen in sonstigen öffentlich zugänglichen und kostenfrei erhältlichen Quellen oder durch Recherchen im Internet, die für die Vorbereitung der Aufgaben dieses Vertrages notwendig erscheinenden Analysen über die Wahl, das Wahlverhalten, die Wähler und einzelnen Wählergruppen, sowie die sinnvollen und effizienten Kommunikationsmöglichkeiten.

§ 3.2 STRATEGIE UND BERATUNG

(1) Die Agentur berät den Kunden im Rahmen der Aufgabe und Zielsetzung in allen Belangen eines strategischen, konzeptionellen und kreativen Gesamtkonzepts sowie einer entsprechenden integrierten Kommunikation.

(2) Die Agentur entwickelt alle Einzelmaßnahmen. Sollte die Entwicklung gemeinsam mit Nachunternehmern gemäß **Anlage 6** dieses Vertrages erfolgen, so erstellt die Agentur alle notwendigen Briefings und stellt eine sinnvolle Verzahnung aller Maßnahmen und Abläufe sicher.

§ 3.3 KREATIVES GESAMTKONZEPT UND GESTALTUNG

(1) Für die gesamte Kampagne und alle Einzelmaßnahmen übernimmt die Agentur die Entwicklung und Umsetzung aller kreativen Arbeiten inkl. der gesamten textlichen und grafischen Ausgestaltung bis zur Produktionsreife und inkl. aller notwendigen Optimierungen, Änderungen und Autorenkorrekturen. Inhaltliche Basis ist die Leistungsbeschreibung gem. **Anlage 1.**

(2) Die Umsetzung der Kommunikationskampagne beinhaltet u.a. folgende Werbemaßnahmen, Werbemittel und Ausgestaltungen:

- die Entwicklung und Visualisierung von kreativen Leitideen und -aussagen (inkl. Key Visuals, Key-Lines, Key-Motti, Bilderwelten, Streuartikel und Give Aways etc.).
- die Gestaltung audiovisueller Medien-Formate (TV, Kino, Funk, inkl. Sonderformate etc.) bis zur Sendereife inkl. Treatments, Storyboards etc. sowie Gestaltung von Musik und Videomaßnahmen (inkl. z.B. CD, CDR, DVD) einschließlich aller notwendigen Vor- und Nachbereitungen. Kosten für Regie und Produktion gelten dabei als Fremdleistungen gemäß § 4.2 Abs. 2.
- die Gestaltung von Printwerbung (Zeitung, Zeitschriften, Plakate, inkl. Sonderformate etc.) einschließlich Text, Fotos und Gestaltung von Druckvorlagen bis zur elektronischen Reinzeichnung.
- die Erstellung von allen Pressemeldungen und Materialien
- Text und Gestaltung aller Online- und Social Media-Maßnahmen bis zur Programmierung

(3) Dies umfasst auch die Maßnahmen und Werbemittel gemäß **Anlage 1.** Im Rahmen dieser Arbeiten wird die Agentur ein einheitliches Erscheinungsbild der gesamten Kampagne sicherstellen.

§ 3.4 PLANUNG, KOORDINATION, STEUERUNG UND VERWALTUNG

(1) Die Agentur ist dem Kunden für die gesamte Kampagne gegenüber verantwortlich und kontrolliert laufend die Einhaltung des Gesamtetats. Sie erarbeitet zu gegebenen und/oder vereinbarten Zeitpunkten alle für die Realisierung der Kampagne und aller einzelnen Kommunikationsmaßnahmen notwendigen Zeit-, Maßnahmen- und Kostenpläne, koordiniert und terminiert alle im Rahmen dieses Vertrages notwendigen Maßnahmen und sorgt für geeignete Abläufe in der Agentur und im Austausch mit dem Kunden einschließlich Informationsaustausch, Abstimmungsgespräche und Präsentationen.

(2) Außerdem erstellt und aktualisiert die Agentur wöchentlich eine Übersicht über alle laufenden oder in Planung befindlichen Aktivitäten einschließlich der angefallenen und zu erwartenden Ausgaben in Form einer Projektliste, nach seitens des Kunden noch festzulegenden Standards.

§ 3.5 PRODUKTIONSSTEUERUNG, KOORDINIERUNG UND ÜBERWACHUNG VON FREMDLEISTUNGEN

(1) Sollten für die Herstellung und den Vertrieb von Werbemitteln und Maßnahmen der Einsatz von weiteren externen Dienstleistern und Produzenten (nachfolgend „**Dritte**") notwendig sein, so übernimmt die Agentur die gesamte Auswahl, Steuerung, Überwachung und Kontrolle dieser Fremddienstleistungen (nachfolgend „**Fremdleistungen**") mit dem Ziel des Erhalts einer bestmöglichen und fehlerfreien Qualität und der Einhaltung von Kosten und Terminen im Sinne des Kunden. Die Agentur holt entsprechende Angebote ein und wählt Dritte unter Zugrundelegung dieser Maßstäbe aus. Die Agentur erteilt die Aufträge im eigenen Namen und auf eigene Rechnung, nachdem ggf. eine Freigabe durch den Kunden gemäß § 5.2, Abs. 2 und 3 erfolgt ist.

(2) Dies beinhaltet u.a. auch die Abnahme von Produktionsergebnissen aller Art im Sinne des Kunden, den Erwerb eventuell hieran bestehender Rechte Dritter sowie die Erstellung und Überwachung aller Produktionspläne und -timings. Die Agentur koordiniert die Produktionsabwicklung auch hinsichtlich der Rechnungs- und Zahlungsabwicklung sowie bezüglich der Rechnungskontrolle. Dabei wird die Agentur bei der Entwicklung von Werbemitteln alle notwendigen technischen Kriterien für die Weiterverarbeitung berücksichtigen.

§ 3.6 MEDIA-PLANUNG UND ÜBERWACHUNUNG

Die Agentur übernimmt sämtliche Medialeistungen. Diese umfassen die Media-Analyse, Media-Strategie, Media-Beratung und Media-Planung sowie den Media-Einkauf, die Media-Abwicklung und das Media-Reporting.

§ 3.7 SONSTIGE ARBEITEN

Nach Rücksprache mit und Freigabe durch den Kunden entwickelt und gestaltet die Agentur zusätzliche bei Vertragsabschluss noch nicht vereinbarte Arbeiten und Maßnahmen für die Umsetzung der beauftragten Kommunikationskampagne. Für jede weitere Arbeit und Maßnahme erstellt die Agentur einen Entwurf, eine Begründung sowie einen Kostenvoranschlag für Eigen- und Fremdkosten.

§ 3.8 AGENTURTEAM

(1) Für die Erbringung der beauftragten Leistungen verpflichtet sich die Agentur zur Bereitstellung des Kernteams, das dem Kunden bereits in der Präsentationsrunde am 03. oder 04. Februar 2014 vorgestellt wurde.

(2) Dieses Team besteht aus den in **Anlage 5** genannten Hauptansprechpartnern, welche über alle notwendigen Kenntnisse und ausreichend Zeit und Kapazitäten für die professionelle Realisierung dieser Kampagne verfügen.

(3) Änderungen dieser Regelung sowie personelle Änderungen der Hauptansprechpartner bedürfen der vorherigen schriftlichen Zustimmung durch den Kunden, die nur aus wichtigem Grund verweigert werden darf. Ohne eine solche Zustimmung erhält der Kunde das Recht der Kündigung des Vertrags aus wichtigem Grund oder das Recht zur Reduzierung der Agenturvergütung. Ausgenommen von der Regelung in Satz 2 dieses Absatzes sind Kündigungen durch Mitarbeiter. In diesem Fall wird die Agentur den Kunden unverzüglich nach Bekanntwerden des Ausscheidens informieren und für gleichwertigen Ersatz sorgen. Für entsprechende Einarbeitungszeit ist keine Vergütung geschuldet.

§ 4. WEITERE AUFGABEN UND PROJEKTE

Auf Wunsch des Kunden entwickelt und gestaltet die Agentur zusätzliche, bei Vertragsabschluss noch nicht vereinbarte, Projekte. Jedes weitere Projekt wird durch die Leistungsbeschreibung gemäß **Anlage 1** und durch ein Briefing spezifiziert. Für jedes Projekt erstellt die Agentur einen Kostenvoranschlag auf der Basis der Preisliste gemäß **Anlage 3**, der vor Projektbeginn vom Kunden schriftlich genehmigt werden muss. Kosten für Arbeiten ohne vorherige schriftliche Freigabe durch den Kunden trägt die Agentur. Unter weitere Arbeiten fallen z.B. die Entwicklung und Realisierung einer Wahlmotivationskampagne für die Bürgerschaftswahl 2015.

§ 5. VERGÜTUNG DER AGENTUR, UMSETZUNGSBUDGET, MINDESTLOHN

§ 5.1 AGENTURVERGÜTUNG

(1) Für alle Agenturleistungen gemäß dieses Vertrags insb. § 3, ausgenommen § 4, erhält die Agentur pauschal folgendes, festes Entwurfs-, Betreuungs- und Nutzungs-Honorar:

[redacted]

Mit dem Honorar sind sämtliche Leistungen der Agentur gemäß diesem Vertrag abgegolten. Weitere Honorare oder anderweitige Agenturvergütungen sind hiermit ausdrücklich ausgeschlossen; dieses Honorar beinhaltet insbesondere auch die Vergütung aller Nachunternehmer gemäß **Anlage 6.** Provisionen auf Fremdleistungen aller Art werden dem Kunden von der Agentur nicht berechnet. Eine Provision auf Medialeistungen wird dem Kunden von der Agentur ebenfalls nicht berechnet. Das Honorar versteht sich einschließlich der Vergütung für die Einräumung der vertragsgegenständlichen Nutzungsrechte an den Arbeitsergebnissen der Agentur sowie der Partneragenturen; der hierfür veranschlagte Honoraranteil ergibt sich aus dem Agenturangebot (**Anlage 4**).

(2) Die Agentur erhält dieses Honorar aufgeteilt in 3 Teilzahlungen à [redacted] im Zeitraum März bis Juni 2014, jeweils zahlbar am Ende eines Monats und nach Stellung einer ordnungsgemäßen Rechnung. Rechnungen sind zu adressieren an:

Die letzte Teilzahlung erhält die Agentur jedoch erst Ende Juni 2014, sofern sie bis zu diesem Zeitpunkt ihre Arbeiten abgeschlossen, dem Kunden eine ordentliche und prüffähige Dokumentation der gesamten Kampagne, aller Ausgaben und Belege in zweifacher Ausfertigung übergeben und der Kunde diese geprüft und schriftlich abgenommen hat. Für alle Rechnungen der Agentur gelten als Zahlungsziel 30 Tage. Fremdkosten kann die Agentur direkt vom Treuhandkonto (§ 5.2 Absatz 1) begleichen.

(3) Kosten der regulären Bürokommunikation wie Porto, Telefon, Fax, E-Mails, ISDN-Übertragungen oder s/w-Kopien aller Art, technische Kosten zur Sichtbarmachung der vorzustellenden Arbeiten inklusive Ausdrucken, Farbkopien, Erstellung von Datenträgern und Reisekosten innerhalb Hamburgs sind mit der Vergütung gemäß § 5.1. Abs. 1 abgedeckt.

§ 5.2 UMSETZUNGSBUDGET

(1) Zusätzlich erhält die Agentur zur treuhänderischen Verwaltung ein Umsetzungsbudget i.H. von

[redacted]

welches sie gem. § 3.5 für alle Fremdleistungen einsetzt, die nicht durch die Agentur selber oder den benannten Nachunternehmern erbracht werden (z.B. Litho, Druck, sonstige Produktionen aller Art, Kuriere, Bilder und Fotos, Schaltkosten, GEMA, KSK, Reisekosten gem. § 5.1. etc.). Dieses Budget wird auf einem von der Agentur gesondert einzurichtenden und entsprechend als Treuhandkonto zu kennzeichnenden Konto bereitgestellt. Die Agentur verpflichtet sich, diese Mittel effizient und fachlich sinnvoll im Sinne der Zielsetzung einzusetzen. Basis dafür ist ein Kosten- und Zahlungsplan, den die Parteien nach Vertragsabschluss vereinbaren. Die Agentur erbringt unaufgefordert einmal im Monat Nachweise über die Verwendung des Budgets, auf Wunsch des Kunden zusätzlich zu jedem durch ihn zu bestimmenden Zeitpunkt.

(2) Alle Ausgaben für Fremdleistungen („**Fremdkosten**") in Höhe von mehr als EUR 10.000,- sowie die Überschreitungen des Kostenplans bedürfen zusätzlich einer vorherigen schriftlichen Freigabe durch den Kunden. Ohne eine solche Freigabe dürfen die Arbeiten nicht begonnen werden. Andernfalls sind diese Kosten von der Agentur zu tragen.

(3) Für alle Leistungen durch Dritte, die eine Summe von EUR 4.000,- überschreiten, wird die Agentur vor der Durchführung der Einzelmaßnahme mindestens drei Kostenvoranschläge einholen und diese auf Anfrage vorlegen.

(4) Eine Überschreitung der Kostenvoranschläge für angebotene Fremdleistungen ist grundsätzlich nicht zulässig. Die Zahlungen an Dritte erfolgen unter Inanspruchnahme möglicher Skonti.

(5) Gesetzlich vorgeschriebene Abgaben an die Künstlersozialversicherung für künstlerische Fremdleistungen, GEMA- und sonstige unumgängliche Gebühren sowie z.B. Zollkosten, müssen von der Agentur als Teil des Gesamtbudgets einkalkuliert werden und sind aus dem Umsetzungsbudget zu zahlen.

(6) Alle Budgets, Angebote, Kostenpläne und Abrechnungen der Agentur und/oder Dritter verstehen sich inklusive der jeweils gültigen gesetzlichen Umsatzsteuer.

§ 5.3 RABATTE UND RÜCKVERGÜTUNGEN

(1) Die Agentur räumt dem Kunden die günstigsten Einkaufs-Konditionen bei Dritten ein (z.B. bei Lieferanten für Litho, Druck, Filmproduktion; bei Media-Einkauf und Abwicklung), wie sie mit ihren anderen Agentur-Kunden bereits bestehen oder wie sie sich im Laufe des Vertragsverhältnisses durch Abschlüsse von Sonderkonditionen ergeben.

(2) Die Agentur versichert, alle im Rahmen dieser Projekte entstehenden Rabatte, Mengenrabatte, Zusatzleistungen oder sonstigen Vergünstigungen ohne Einbehalt an den Kunden weiterzugeben. Insbesondere versichert die Agentur, keinerlei Rückvergütungen (sogenannte „Kickbacks") oder sonstige Zusatzvergütungen von Lieferanten oder Partnern zu erhalten und einzubehalten, die im Zusammenhang mit Leistungen für den Kunden im Rahmen dieses Vertrages stehen. Alle nachträglichen Rabatte oder Rückvergütungen werden zugunsten des Kunden verrechnet oder dem Treuhandkonto gutgeschrieben. Eine

Verletzung dieser Regelung berechtigt den Kunden zur außerordentlichen Kündigung und zur Einforderung der entsprechenden Rückvergütungen.

§ 5.4 VERGÜTUNG VON WEITEREN PROJEKTEN

Die Vergütung von weiteren Projekten richtet sich nach dem gemäß § 4 zu vereinbarenden Festpreis auf der Grundlage der vereinbarten Sätze gemäß **Anlage 3**. Die Agentur unterliegt der Preisprüfung nach VO/PR 30/53.

§ 5.5 MINDESTLOHN

Die Agentur verpflichtet sich, die von ihr zur Vertragserfüllung eingesetzten Beschäftigten nicht unter den für sie jeweils geltenden gesetzlichen Mindestentgelt-Regelungen, nach der jeweils gültigen Rechtsgrundlage (z.B. nach AEntG und sonstigen bundes- oder landesgesetzlichen Mindestlohnregelungen), zu entlohnen. Auch erst während der Vertragslaufzeit eingeführte Mindestentgelt-Regelungen sind von der Agentur einzuhalten. Die Agentur verpflichtet sich ferner, die Verpflichtung zur Einhaltung einer solchen Mindestentgelt-Regelung auch an die von ihm eingesetzten Subunternehmer weiterzugeben und diese Verpflichtung durchzusetzen.

Die Angebotspreise basieren auf den Tarif- und ggf. Mindestlöhnen, die am letzten Tage der Angebotsfrist gültig waren. Im Falle des Inkrafttretens eines neuen allgemeinverbindlichen Tarif- und Rahmenvertrages sowie bei der Erhöhung von gesetzlichen Sozialaufwendungen oder der Einführung bzw. Änderung einer sonstigen gesetzlichen Mindestlohnregelung kann die Agentur eine Erhöhung des Vertragspreises - für den Anteil der lohnabhängigen Kosten - beantragen; dieses kann bereits vor Ablauf des 1. Vertragsjahres erfolgen.

§ 6. SORGFALTSPFLICHTEN

(1) Die Agentur nimmt die Interessen des Kunden mit der Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmannes unter Beachtung der allgemein anerkannten Grundsätze der Werbewirtschaft wahr. Sie wird den Kunden rechtzeitig auf für einen ordentlichen Werbekaufmann erkennbare Risiken hinweisen.

(2) Dieser Sorgfaltsmaßstab gilt für alle von der Agentur eingeschalteten internen oder externen Mitarbeiter, Erfüllungsgehilfen, für die Partneragenturen oder sonst beauftragte Dritte. Die Agentur ist verpflichtet, den Kunden nach bestem Können vor Schäden und Risiken zu schützen, die durch schlechte, verzögerte oder Nichterfüllung der Verpflichtungen Dritter sowie der Partneragenturen entstehen.

(3) Darüber hinaus sichert die Agentur dem Kunden zu, besondere Sorgfalt hinsichtlich der Auswahl betreffend Zuverlässigkeit und Qualität der zu beauftragenden Dritten und der Ermittlung der jeweils am Markt günstigsten zu erzielenden Preise walten zu lassen.

(4) Das Risiko der tatsächlichen Durchführbarkeit und rechtlichen Zulässigkeit der Kommunikationskampagne einschließlich wettbewerbsrechtlicher Risiken liegt bei der Agentur.

(5) Erachtet die Agentur für die Realisierung der Werbemaßnahmen und Werbemittel eine rechtliche (z.B. wettbewerbsrechtliche) Prüfung durch eine besonders sachkundige Person für erforderlich, so trägt der Kunde nach Abstimmung die Kosten.

§ 7. HAFTUNG

(1) Die Agentur haftet dem Kunden nach den gesetzlichen Vorschriften.

(2) Durch die Agentur ist vor Vertragsschluss eine Betriebshaftpflichtversicherung nachzuweisen, die die typischen Risiken einer Werbeagentur abdeckt.

(3) Die Agentur stellt den Kunden von Ansprüchen Dritter frei, die wegen Rechtsverletzungen aus Leistungsergebnissen der Agentur gegen den Kunden erhoben werden.

§ 8. GRUNDSÄTZE DER ZUSAMMENARBEIT

§ 8.1 ZENTRALE ANSPRECHPARTNER

Agentur und Kunde benennen jeweils einen zentralen Ansprechpartner sowie einen Stellvertreter, die eine sachgerechte Erreichbarkeit sicherstellen. Eine Änderung des zentralen Ansprechpartners oder des Stellvertreters ist der anderen Seite möglichst eine Woche im Voraus mitzuteilen. Für den Kunden handelt als zentraler Ansprechpartner:

[redacted]

Für die Agentur handelt als zentraler Ansprechpartner:

[redacted]

Soweit dieser Vertrag Freigaben und Genehmigungen durch den Kunden vorsieht, haben diese durch den zentralen Ansprechpartner des Kunden zu erfolgen. Schriftliche Genehmigungen können per Brief, Fax oder E-Mail erteilt werden.

§ 8.2 GENEHMIGUNGEN UND WEISUNGSGEBUNDENHEIT

(1) Vor Durchführung einzelner Kommunikationsmaßnahmen, deren Durchführung bei Abschluss des Vertrages noch nicht hinreichend konkretisiert sind, hat sich die Agentur vom Kunden jeweils eine entsprechende Freigabe erteilen zu lassen; ohne eine solche Freigabe gilt die Leistung als nicht beauftragt.

(2) Der Kunde kann ferner ohne Angabe von Gründen der Durchführung einzelner oder aller oder der Fortsetzung einzelner oder aller Maßnahmen widersprechen und deren sofortige Beendigung verlangen.

(3) Der Kunde verpflichtet sich, seine Weisungen sowie Genehmigungen (Freigaben) z. B. von Kostenvoranschlägen so rechtzeitig zu erteilen, dass die Agentur in der Lage ist, alle Arbeiten, mit denen sie beauftragt ist, ohne Mehrkosten oder Qualitätseinbußen reibungslos und termingerecht durchführen zu können. Die Agentur ist an die Weisungen des Kunden gebunden. Diese Weisungen werden schriftlich durch Briefings, Protokolle, E-Mails, Briefe oder Telefaxe gegeben. Wenn, zum Beispiel aus Zeitgründen, keine schriftliche Weisung erfolgt, handelt die Agentur auch auf mündliche Weisung im Sinne des Kunden.

§ 8.3 BRIEFINGS

Die Agentur erbringt ihre Leistungen gemäß § 3. auf Basis der Leistungsbeschreibung **(Anlage 1)** sowie eventueller weiterer während der Vertragslaufzeit gegebener Briefings des Kunden. Jedes Briefing muss schriftlich oder elektronisch gegeben werden und wird durch ein Rückbriefing oder im Rahmen eines Protokolls schriftlich oder elektronisch bestätigt. Die schriftlich oder elektronisch bestätigten Briefings stellen eine für die Agentur verbindliche Arbeitsgrundlage dar.

§ 8.4 JOUR FIXE

Mindestens wöchentlich in den Monaten März bis einschließlich Mai 2014, treffen sich die zentralen Ansprechpartner und jeweils zuständigen Teams von Kunde und Agentur zu einem Jour fixe (Status- und Arbeits-Gespräch). Im Rahmen dieser Treffen, welche i.d.R. am Sitz des Kunden stattfinden, wird die Agentur dem Kunden schriftlich einen vollständigen Überblick über die laufenden und in Planung befindlichen Projekte sowie einen Überblick aller entsprechenden Kosten präsentieren. Die weiteren Inhalte eines Jour Fixes werden vorher gemeinsam zwischen dem Kunden und der Agentur festgelegt. Die Agentur wird dafür Sorge tragen, dass zu einem Jour Fixe alle notwendigen Personen der jeweils laufenden oder neu zu briefenden Projekte der Agentur anwesend sind.

§ 8.5 PROTOKOLLE BZW. KONTAKTBERICHTE

Die Agentur fertigt innerhalb von maximal zwei Werktagen fortlaufend nummerierte Protokolle von jeder Besprechung zwischen dem Kunden und der Agentur an. Die Protokolle sind umgehend per E-Mail oder Fax an den Kunden unter der in § 8.1. genannten E-Mail-

oder Fax-Adresse zu versenden. Der Inhalt der Protokolle ist für beide Parteien verbindlich, falls der Kunde nicht binnen dreier Werktage nach Zugang der Protokolle widerspricht.

§ 8.6 AUFBEWAHRUNG UND HERAUSGABE VON UNTERLAGEN

(1) Die Agentur wird nach Beendigung der Arbeiten gemäß § 3, spätestens jedoch zum 30.06.2014, eine vollständige und prüffähige Dokumentation des gesamten Projektes erstellen. Dazu gehören neben der inhaltlichen Zusammenfassung der Kampagne, aller Maßnahmen und der erreichten Ergebnisse eine vollständige und prüffähige kaufmännische Dokumentation der verwendeten Mittel und aller zugehörigen Angebote, Vergleichsangebote, Aufträge und Abrechnungen. Die Aufbereitung muss so erfolgen, dass sie den üblichen Anforderungen von Wirtschaftsprüfern und Rechnungshöfen entspricht.

(2) Zusätzlich bewahrt die Agentur alle für den Kunden hergestellten Unterlagen, wie z. B. Berichte, Druckunterlagen, Zeichnungen und Belegexemplare von Medien, für den Zeitraum von zwei Jahren, sachgemäß auf. Die Agentur sorgt dafür, dass Dritte keinen Zugriff auf die Daten haben. Nach Vertragsende stellt die Agentur sämtliche im Rahmen der Auftragsausführung bei ihr entstandenen Kontaktdaten Dritter sowie sonstige für die weitere Nutzung der Vertragsbestandteile erforderlichen Unterlagen vollständig und kostenfrei zur Verfügung. Sollte die Agentur Partneragenturen einsetzen, so wird sie von diesen alle Unterlagen und Daten übernehmen.

(3) Nach Ablauf der jeweiligen Frist und/ oder bei Vertragsende werden die Unterlagen dem Kunden zur Abholung bereitgestellt. Der Kunde kann auch vor Ablauf der Frist die Herausgabe von Unterlagen verlangen.

(4) Die den Unterlagen zu Grunde liegenden, von der Agentur erarbeiteten, digitalen Daten werden von der Agentur jeweils nach Abschluss der Arbeiten archiviert.

(5) Alle Daten sind Eigentum des Kunden und werden auf Verlangen zusammengestellt und auf einen geeigneten Datenträger transferiert. Der damit in Zusammenhang stehende Aufwand für die Agentur ist innerhalb des Agenturhonorars abgegolten. Nutzungsrechtliche Aspekte werden durch die Aufbewahrung oder Herausgabe nicht berührt.

§8.7 STREITIGKEITEN

Streitigkeiten zwischen den Parteien vor dem Datum der Wahlen zur Bezirksversammlung und zum Europäischen Parlament im Mai 2014 berechtigen die Agentur nicht, die weitere Leistungserbringung einzustellen oder Zurückbehaltungsrechte oder sonstige Rechte geltend zu machen.

§ 8.8 AUDIT UND QUALITÄTSKONTROLLE

Die Agentur erklärt sich ausdrücklich einverstanden, jederzeit nach schriftlicher, der Agentur spätestens 1 Woche vorher zugegangener Ankündigung, in ihren Räumlichkeiten werktags ein Audit oder eine sonstige Überprüfung der den Kunden betreffenden Vorgänge und Unterlagen und der vertragsgemäßen Ausführung der Leistung durch den Kunden bzw. vom Kunden benannte Dritte durchführen zu lassen. Hierzu wird die Agentur dem Kunden bzw. den durch den Kunden beauftragten Dritten Einsicht in bzw. Kopien von sämtlichen Unterlagen und Informationen gewähren, die in irgendeiner Form im Zusammenhang mit der vertragsgegenständlichen Leistung stehen oder nach Auffassung des Kunden stehen könnten. Der im Rahmen des Audits bzw. der Überprüfung entstehende Aufwand (z.B. Bereitstellung von prüffähigen Unterlagen, Auskünfte bei Rückfragen, Erläuterungen) ist ebenfalls mit den im Vertrag unter § 4 geregelten Vergütungen an die Agentur abgegolten.

§ 9. KONKURRENZSCHUTZ/EXKLUSIVITÄT

(1) Die Agentur verpflichtet sich, während der Dauer des Projekts gemäß Anlage 1 mit dem Kunden für keine Partei oder politisch motivierte Institution beratend tätig zu werden oder ausführend mit Kommunikationsmaßnahmen betraut zu sein oder solche Aufgaben anzunehmen, die im Zusammenhang mit den Wahlen zur Bezirksversammlung und zum Europäischen Parlament im Mai 2014 in Hamburg stehen. Sollte die Agentur beauftragt werden, ebenfalls eine Motivationskampagne im Rahmen der Bürgerschaftswahl 2015 zu entwickeln und umzusetzen, gelten die oben beschriebenen Verpflichtungen § 9.(1) für die Dauer dieses Projekts mit dem Kunden ebenso und im Zusammenhang mit der Bürgerschaftswahl 2015.

(2) Falls die Agentur im Einzelfall Zweifel hat, ob es sich um eine für den Kunden als relevant angesehene Konkurrenz handelt, hat sie dies dem Kunden vor der Annahme eines

entsprechenden Auftrags anzuzeigen. Einem darauf erfolgenden unverzüglichen Widerspruch des Kunden muss die Agentur folgen. Sie ist dann nicht berechtigt, den konkurrierenden Auftrag anzunehmen. Dieser Konkurrenzschutz beginnt mit Erteilung des Zuschlags an die Agentur und ist wirksam bis drei Monate nach Beendigung des Vertrages.

(3) Die Agentur stellt sicher, dass auch mit ihr verbundene Unternehmen / Agenturen i.S.d. § 15 AktG, ihre Partneragenturen gemäß **Anlage 6** sowie eventuell weitere mit Agenturaufgaben gem. § 3 Abs. 2 befasste Dritte keine Aktivitäten gem. Absatz 1 entfalten. Für die Agenturen, Partner und Dritte, für die die Agentur keine rechtsverbindliche Vereinbarungen treffen bzw. Erklärungen abgeben kann, hat die Agentur von diesen die entsprechenden Versicherungen eingeholt (siehe **Anlage 7**).

(4) Verletzungen dieser Exklusivitätsklausel durch die Agentur berechtigen den Kunden zu einer außerordentlichen Kündigung des Vertrages. Außerdem wird die Agentur dem Kunden bei einer Verletzung eine vom Kunden angemessen festzusetzende, im Streitfall hierüber vom Landgericht Hamburg zu überprüfende, Vertragsstrafe zahlen. Etwaige Schadensersatzansprüche des Kunden bleiben hiervon unberührt, die Vertragsstrafe wird jedoch auf die Höhe des Schadensersatzes angerechnet.

(5) Der Kunde behält sich vor, im Zusammenhang mit den Wahlen zur Bezirksversammlung und zum Europäischen Parlament 2014 und zu den Bürgerschaftswahlen 2015 weitere Aufträge über Kommunikationsleistungen an Dritte zu vergeben.

§ 10. VERSCHWIEGENHEIT/GEHEIMHALTUNG

(1) Die Agentur verpflichtet sich, über alle Geschäftsvorfälle, Daten, Strategien und sonstige Fakten Verschwiegenheit gegenüber Dritten zu wahren. Dies gilt auch für zur Verfügung gestellte oder in der Zusammenarbeit entstandene Unterlagen. Die Agentur verpflichtet ihre Mitarbeiter und Nachunternehmer ebenfalls zu dieser Verschwiegenheit. Alle Aussagen der Agentur gegenüber Dritten, insbesondere der Presse, in der Eigenwerbung oder in Vorträgen, über Art und Inhalt der Zusammenarbeit sowie deren Ziele, Aufgaben und Ergebnisse bedürfen der vorherigen schriftlichen Zustimmung des Pressesprechers der Hamburgischen Bürgerschaft.

(2) Die Agentur ist verpflichtet, die datenschutzrechtlichen Bestimmungen, insbesondere das Sozialgeheimnis nach § 35 Sozialgesetzbuch (SGB I) und das Datengeheimnis nach § 5 Bundesdatenschutzgesetz (BDSG), einzuhalten.

(3) Verletzungen der Pflicht zur Verschwiegenheit berechtigen den Kunden zu einer außerordentlichen Kündigung des Vertrages. Die Geheimhaltungspflicht währt zwei Jahre über die Vertragsdauer hinaus.

§ 11. ÜBERTRAGUNG VON NUTZUNGSRECHTEN

(1) Die Agentur überträgt an den Kunden die ausschließlichen, zeitlich, inhaltlich und räumlich unbeschränkten Nutzungsrechte an allen im Rahmen dieses Vertrages erbrachten Leistungen und entstandenen Arbeitsergebnissen der Agentur. Dies umfasst insbesondere die urheberrechtlichen Nutzungsrechte und Leistungsschutzrechte, sonstigen gewerblichen Schutzrechte und sonstigen Rechte des geistigen Eigentums sowie wettbewerbsrechtlichen Sonderschutzrechte an den Arbeitsergebnissen und Leistungen, einschließlich aller denkbaren Rechtspositionen an Ideen, Entwürfen und Gestaltungen. Der Kunde ist zur umfassenden körperlichen und unkörperlichen Verwertung für die Zwecke der Kommunikationskampagne in allen denkbaren, derzeit bekannten Nutzungsarten berechtigt, insbesondere zur unbegrenzten Vervielfältigung und Verbreitung, Ausstellung, Sendung, öffentlicher Zugänglichmachung. Der Kunde hat das Recht, die Werke weiterzuentwickeln, umzugestalten und in jeglicher Weise zu bearbeiten sowie die Rechte ganz oder teilweise an Dritte weiter zu übertragen, auch über die Dauer des Vertrages hinaus.

(2) Die Nutzungsrechte an freigegebenen und bezahlten Fremdleistungen gemäß § 3.5 (Zum Beispiel an Fotografen, Musik sowie Leistungsschutzrechten Dritter z. B. von Darstellern, Sprechern Models) wird die Agentur in dem Umfang auf den Kunden übertragen, wie es für die Durchführung der nach diesem Vertrag vereinbarten Werbemaßnahmen erforderlich ist. Sollte hinsichtlich einzelner Fremdleistungen gemäß § 3.5 die Übertragung in dem vorgenannten Umfang nicht sinnvoll möglich sein, wird die Agentur den Kunden darauf hinweisen und nach dessen weiteren Weisungen verfahren.

(3) Die Einräumung bzw. Übertragung der Rechte findet mit der Ablieferung der einzelnen (Teil-) Leistungen an den Kunden statt. Ein Zurückbehaltungsrecht seitens der Agentur besteht nicht.

(4) Die Anmeldung von Schutzrechten bleibt dem Kunden vorbehalten, insbesondere im Hinblick auf die Eintragung nationaler oder internationaler Marken- oder Geschmacksmusterrechte. Die Agentur unterstützt den Kunden bei einer eventuellen Eintragung durch Benennung vom auf das Markenrecht spezialisierten Rechtsanwälten.

(5) Die Agentur steht dafür ein, dass sämtliche von ihr, ihren Nachunternehmern sowie den von ihr im Auftrag des Kunden beauftragten Dritten erbrachten Leistungen frei von Rechten Dritter sind und dass alle erforderlichen Zustimmungen dritter Rechtsinhaber zur Nutzung ihrer Rechte im Rahmen der Kommunikationskampagne (wie z.B. Namensrechte, Rechte am eigenen Bild, Kennzeichnungsrechte und ähnliche Rechte) eingeholt wurden. Sie wird insbesondere alles ihr Mögliche und Zumutbare tun, um dies auch für Leistungen, die nicht von festen Mitarbeitern erbracht wurden, sicherzustellen. Die Agentur steht auch dafür ein, dass ihre freien und festangestellten Mitarbeiter die für die Realisierung der jeweiligen Projekte erforderlichen Nutzungsrechte auf die Agentur übertragen haben, und zwar in dem Umfang, in dem diese Nutzungsrechte von der Agentur auf den Kunden zu übertragen sind. Auf Anfrage ist die Agentur zur Herausgabe dieser Übertragungsvereinbarung verpflichtet.

(6) Im Falle des Verstoßes gegen die obige Verpflichtung hat die Agentur den Kunden von diesen Ansprüchen freizuhalten und trägt die Agentur, für den Fall dass diese Ansprüche Bestand haben, alle etwaigen, dem Kunden daraus entstehenden, Kosten.

(7) Mit der Vergütung der Agentur gemäß § 5.1 und mit der Vergütung der sonstigen Leistungen (§ 4) gemäß Honorarsätze in **Anlage 3** sind auch die Leistungen der Agentur abgegolten, die während der Vertragszeit von der Agentur erbracht wurden, jedoch erst nach Ende der Vertragszeit vom Kunden gemäß der vereinbarten Nutzungsdauer genutzt wurden.

(8) Die Agentur hat dafür Sorge zu tragen, dass die Regelungen des Abs. 7 entsprechend für die Vergütung von Fremdleistungen im Sinne von § 3.5 des Vertrages gilt.

(9) Der Agentur ist es gestattet, den Kunden als Referenz zu nennen und ihre Arbeitsergebnisse oder Ausschnitte daraus zum Zwecke der Eigenwerbung nach Beendigung des Vertrages unentgeltlich zu nutzen.

§ 12. FOLGEN BEI VERTRAGSBEENDIGUNG

(1) Die Agentur verpflichtet sich, nach Beendigung des Vertragsverhältnisses, die von ihr für den Kunden konzipierten und veröffentlichten Leistungen nicht noch einmal zu verwenden. Der Kunde erklärt sich bereit, nach Beendigung des Vertrages, alle Verpflichtungen zu erfüllen, welche die Agentur gegenüber Dritten gemäß diesem Vertrag für den Kunden eingegangen ist, sofern diese ordnungsgemäß vom Kunden (schriftlich) abgefordert wurden.

(2) Für den Fall der vorzeitigen Beendigung des Vertragsverhältnisses zahlt der Kunde die bis zum Zeitpunkt der vorzeitigen Beendigung fälligen monatlichen Abschlagszahlungen einschließlich des Monats, in dem die Beendigung des Vertragsverhältnisses erfolgt. Alle bis dahin von der Agentur erbrachten Leistungen dürfen vom Kunden für die Kommunikationskampagne weiter genutzt werden.

§ 13. SCHLUSSBESTIMMUNGEN

(1) Änderungen und Ergänzungen des Vertrages bedürfen der Schriftform und müssen von beiden Vertragspartnern unterschrieben werden. Dies gilt auch für die Änderung oder den Verzicht auf dieses Schriftformerfordernis selbst.

(2) Sollte eine oder mehrere Bestimmungen dieses Vertrages unwirksam sein oder werden, so bleiben die übrigen Bestimmungen wirksam. Die Gültigkeit des Vertrages als Ganzes wird hiervon nicht berührt. An die Stelle der unwirksamen Bestimmung soll eine Bestimmung treten, die dem Willen der Parteien am nächsten kommt, rechtlich zulässig und in der Kommunikationsbranche üblich ist. Entsprechendes gilt für Vertragslücken.

(3) Erfüllungsort und Gerichtsstand ist Hamburg. Es gilt das Recht der Bundesrepublik Deutschland.

Hamburg, 3. März '14 Hamburg, 3. März 2014

[redacted]

[redacted]

Anlage 1

LEISTUNGSBESCHREIBUNG

Anlage 2

PAUSCHALANGEBOT

Anlage 3

HONORARSÄTZE DER AGENTUR

Als Kalkulationsbasis für den Agenturaufwand von Einzelprojekten gemäß § 4 inkl. aller Entwurfs-, Betreuungs- und Nutzungs-Honorare gelten folgende Durchschnittssätze:

a) für Konzeptionsaufgaben und Ideenfindungen bis Freigabe der Entwürfe durch den Kunden:

Stundensatz: EU[redacted]
Tagessatz: EUR [redacted]

b) für Aufgaben im Bereich Recherche, Weiterentwicklung/Umsetzung von Entwürfen, Ideenausarbeitungen, Optimierungen, Adaptionen, Projektmanagement, Organisation, Verwaltung, Produktion, FFF, Art Buying o.ä.:

Stundensatz: EU[redacted]
Tagessatz: EU[redacted]

Anlage 4

AGENTURANGEBOT

Für die Entwicklung einer Dachmarke zur Wahlmotivation und -information und der Durchführung der Wahlmotivationskampagne für die Wahlen zur Bezirksversammlung und dem Europäischen Parlament im Mai 2015 bieten wir wie folgt an:

Pos.	Leistung	Summe in EUR zzgl. MwSt.
1.	**Agentur-Honorar(e)** Verbindliches Angebot der Agentur und aller Agenturpartner inkl. aller unbeschränkten und unbefristreten Nutzungsrechte pauschal fest. Auf diesen Betrag entfallen **[x %]** auf die Nutzungsrechte.	[redacted]
2.	**Herstellungskosten** **Schätzung** für alle zur Vorbereitung und Herstellung notwendigen Kosten inkl. Druckvorstufe, Druck, Spots, Bilder, Streuartikel, Rechte, Kuriere, Reisekosten, KSV, Versand/Distribution, Promotoren, Veranstaltungen, Programmierungen etc.	[redacted]
3.	**Mediakosten** Schätzung für alle buchbaren tariflichen und außertariflichen Medien	[redacted]
4.	**Sonstige Kosten & Reserve**	[redacted]
5.	Gesamtbudget max.	€ 400.000,00

Die Agentur steht dem Kunden dafür ein, dass dieses Budget nicht überschritten wird.

Anlage 5

AGENTURTEAM / HAUPTANSPRECHPARTNER

Die folgenden Hauptansprechpartner stehen dem Kunden für jedes Projekt, neben der Geschäftsführung der Agentur, im Tagesgeschäft zur Verfügung:

Geschäftsführung	[redacted]
Qualitätsmanagement	[redacted]
Beratung / Projektmanagement 1	[redacted]
Beratung / Projektmanagement 2	[redacted]ulian[redacted]
Text	[redacted]
Grafik	[redacted]
PR	[redacted]
Internet	[redacted]
Social Media	[redacted]
Media	[redacted]

Anlage 6

NACHUNTERNEHMER

Kampagne wird gemeinsam mit den nachfolgenden Partneragentur(en) durchgeführt. Als Partneragentur sind alle Gesellschaften zu verstehen, die nicht Teil der Agentur als juristische Person sind oder Abteilungen, die nicht am Standort der Agentur sitzen.

Im Rahmen der Aufgabe werden folgende Partneragenturen/ Schwesteragenturen (bei gesellschaftlich verbundenen Agenturen) involviert werden:

Agentur 1:
Aufgabenbereich:

Agentur 2:
Aufgabenbereich:

Agentur 3:
Aufgabenbereich:

Anlage 7

VERSICHERUNGEN NACH §9 ABS. 3 DES VERTRAGES