
AGB – Grundlagen zur Zusammenarbeit

Version 1, gültig bis 31. Dezember 2018

Version 2, gültig bis 31. Dezember 2019

Version 3, gültig ab 1. Januar 2020

1 Vertragsgegenstand

Es ist Aufgabe der Agentur, medienunabhängige Gesamtlösungen für einzigartige, unverwechselbare und erfolgreiche Markenpersönlichkeiten zu entwickeln, einzuführen und zu erhalten. Die einzelnen Leistungen werden in gesonderten Aufträgen (nachfolgend «Aufträge») konkretisiert. In diesen Aufträgen, die üblicherweise in Form von Offerten bzw. Angeboten verfasst vorliegen, werden die Aufgabe, das Ziel, die Rahmenbedingungen, Zeit- und Budgetvorgaben mit Zahlungsmodalitäten, Aufbauorganisation, das Berichtswesen sowie besondere Vereinbarungen festgehalten.

2 Auftragsabwicklung

Die einzelnen Aufträge werden folgendermassen abgewickelt:

Briefing: Der Kunde informiert über alle für die Ausführung eines Auftrags erforderlichen Sachverhalte. Das Briefing liegt vorzugsweise schriftlich vor.

Auftrag: Die Agentur formuliert aufgrund des Briefings einen Auftrag. Sie unterbreitet damit ein Angebot. Der Auftrag liegt in der Regel schriftlich vor. Bei einfachen Vorhaben kann auf die Schriftlichkeit verzichtet werden.

Auftragsbestätigung: Der Kunde prüft den Auftrag und bestätigt ihn, bei schriftlichen Aufträgen mit seiner Unterschrift oder mindestens explizit per E-Mail.

Ausführung: Die Agentur führt den Auftrag aus. Bei Schwierigkeiten oder Unvorhergesehenem informiert sie den Projektleiter des Kunden unverzüglich. Dieser entscheidet dann über das weitere Vorgehen.

Präsentationen: Die Agentur präsentiert nach Bedarf Ergebnisse auf zweckmässige Art und Weise, z.B. im Rahmen einer Besprechung oder auf elektronischem Wege.

Auswahl und Freigabe: Der Kunde prüft die Ergebnisse und gibt die ausgewählte Lösung für die weitere Bearbeitung frei. Die Freigabe erfolgt in der Regel schriftlich.

Komplexe Vorhaben werden projektbezogen in mehrere aufeinander folgende Phasen unterteilt, wobei jede Phase mit einem entsprechenden Auftrag konkretisiert wird:

Vorstudie (bei Bedarf), **Konzeption, Realisation, Einführung, Erhaltung**

bzw. bei wenig komplexen Vorhaben mit Konzeption und Realisation in einer Phase:

Entwicklung, Einführung, Erhaltung.

Vorstudie und Konzeption sind Planungsphasen, Entwicklung beinhaltet eine Planungsphase. Das Vorgehen in diesen Phasen umfasst folgende Schritte:

Auftrag, Erhebung und Analyse, Kritische Würdigung und Zielrevision, Lösungsentwurf, Bewertung und Auswahl.

Die Parteien bestimmen für jedes Vorhaben einen verantwortlichen Projektleiter. Diese können ihre Rolle an geeignete Mitarbeitende delegieren, welche dann ebenfalls Aufträge vergeben (Auftraggeber) bzw. Aufträge annehmen (Auftragnehmer) können.

Projektleiter: Der Projektleiter des Kunden ist Ansprechpartner für die Agentur und trägt seitens Kunde die Verantwortung für das gesamte Projekt, die interne Koordination und interne Information. Der Projektleiter der Agentur ist verantwortlich für Planung, Steuerung und Information sowie Budget und Termine.

Auftraggeber: Für einen Auftrag zuständige Person seitens Kunde.

Auftragnehmer: Für einen Auftrag zuständige Person seitens Agentur. Verantwortlich für Ausführung und Dokumentation.

3 Leistungen der Agentur

Die Agentur erbringt folgende Leistungen:

Projektmanagement: Projektplanung, Projektsteuerung, Projektinformation zwischen den Parteien (die interne Information der Beteiligten seitens Kunde ist Sache des Kunden) sowie Projektdokumentation.

Kommunikation: Unternehmenskommunikation, Marketingkommunikation bzw. Kommunikationspolitik im absatzpolitischen Instrumentarium des Marketings: Werbung, Verkaufsförderung, Öffentlichkeitsarbeit, Sponsoring, Werbestreuung.

Design: Brand-, Corporate- und Product-Design. Print-, Web-, Multimedia- und Interior-Design. Text- und Bildproduktion, Storyboards.

PreMedia: Medienaufbereitung für Printmedien, Web und Multimedia.

eMedia: Entwicklung für elektronische Medien, insbesondere Web.

Administration: Aufwanderfassung, Rechnungsvisierung, Verrechnung, Controlling.

4 Pflichten der Agentur

4.1 Zielgerichtete Tätigkeit

Die Agentur verpflichtet sich zu einer objektiven, auf die Ziele des Kunden ausgerichteten Tätigkeit. Dies betrifft insbesondere die Befolgung der Unternehmensgrundsätze und die Berücksichtigung der Unternehmenspersönlichkeit, die Wahl der Strategien, der Mittel und des Einsatzes sowie der eingesetzten Mitarbeitenden und allfällig mit einbezogener Dritter.

4.2 Geheimhaltung

Die Parteien verpflichten sich, die ihnen im gegenseitigen Kontakt zukommenden Informationen und Unterlagen (physisch oder in anderer Form) geheim zu halten, nicht weiter zu verbreiten, weder teilweise noch ganz an Aussenstehende weiter zu geben, zugänglich zu machen oder für Aussenstehende zu verwenden.

Involvierte Mitarbeitende und Dritte müssen über die Geheimhaltungspflicht informiert und in geeigneter Weise in diese eingebunden werden.

Die Pflicht zur Geheimhaltung bleibt über die Dauer einer allfälligen Zusammenarbeit hinaus bestehen.

Nicht als geheim gelten die von der Agentur geschaffenen Kommunikationsmittel, die für die Nutzung im öffentlichen Raum freigegeben wurden.

Im Falle der Verletzung der Geheimhaltungspflicht wird für jede Verletzungshandlung eine Konventionalstrafe von CHF 10'000 sofort fällig. Weitergehende Schadenersatzansprüche bleiben vorbehalten.

4.3 Beizug Dritter

Die Agentur ist berechtigt, zur Erfüllung der vertraglichen Verpflichtungen Dritte beizuziehen.

Rechnungen von Dritten werden durch die Agentur kontrolliert und können entweder dem Kunden als Fremdleistung verrechnet oder zur direkten Bezahlung an den Kunden weitergeleitet werden.

Für Aufträge, die vom Kunden direkt an Dritte vergeben werden, übernimmt die Agentur keine Haftung.

5 Pflichten des Kunden

5.1 Mitwirkung

Der Kunde unterstützt die Agentur bei der Erbringung der vereinbarten Leistungen, im Wesentlichen durch rechtzeitige und klare Instruktion, durch Zurverfügungstellung der erforderlichen Informationen und der Bezeichnung eines mit den notwendigen Kompetenzen ausgestatteten Projektleiters.

Sofern der Agentur Mehraufwand entsteht, weil der Kunde seiner Mitwirkungspflicht nicht bzw. unvollständig nachgekommen ist, ist die Agentur berechtigt, diesen Aufwand zusätzlich in Rechnung zu stellen.

5.2 Eigenleistungen

Leistungen, die vom Kunden erbracht oder bei Dritten direkt in Auftrag gegeben werden, sind der Agentur rechtzeitig und schriftlich mitzuteilen.

Solche Leistungen sind nicht honorarpflichtig, soweit sie die vertraglich vereinbarten, der Agentur übertragenen Aufgabenbereiche und Verantwortlichkeiten nicht tangieren.

6 Budget, Honorierung und Ressourcen

Die Parteien legen in einzelnen Aufträgen fest, in welchem Umfang welche Leistungen zu welchem Preis erbracht werden. Dabei liegen die in den Aufträgen enthaltenen Kostenkalkulationen in der Regel in einem Toleranzbereich von +/- 10%. Für die Rechnungsstellung massgebend sind die tatsächlichen Aufwände.

In der Regel erfolgt die Vergütung der Aufträge nach deren Erfüllung. Für grössere, länger dauernde Aufträge können Teilzahlungen vereinbart werden. Bei Auftragsvolumen von über CHF 10'000 wird mangels anders lautender Vereinbarung ein Drittel der Entschädigung bei Auftragsbestätigung, ein Drittel bei Halbzeit und ein Drittel nach Erfüllung des Auftrages fällig. Mehrmonatige Aufträge (z.B. Jahreskampagnen, Betreuung, Erhaltung) werden monatlich abgerechnet und fällig.

Auslagen werden nach effektiven Kosten verrechnet. Mehrkosten infolge Preisänderungen im Markt, branchenüblichen Mehrlieferungen etc. werden dem Kunden in Rechnung gestellt. Vertragsänderungen bzw. Mehrleistungen auf Wunsch des Kunden werden mangels anders lautender Vereinbarung nach Aufwand verrechnet.

In Rechnung gestellte Beträge sind mangels anders lautender Vereinbarung innert dreissig Tagen fällig. Die von der Agentur errechneten, offerierten oder in Aussicht gestellten Kosten und Honorare verstehen sich exklusive Mehrwertsteuer sowie allfälliger anderer Abgaben und Gebühren.

7 Daten und Unterlagen

Nach Beendigung des Vertragsverhältnisses kann der Kunde innerhalb von 60 Tagen die Herausgabe allfälliger Unterlagen verlangen, sofern er seinen vertraglichen Verpflichtungen vollumfänglich nachgekommen ist. Hilfsmittel, Zwischen- und Nebenprodukte verbleiben im Eigentum der Agentur.

8 Urheber- und Nutzungsrechte

Sämtliche in Erfüllung der Aufträge geschaffenen Immaterialgüterrechte gehen örtlich, zeitlich und sachlich unbegrenzt auf den Kunden über, sobald dieser allen Verpflichtungen aus dem Vertragsverhältnis nachgekommen ist. Der Kunde ist berechtigt, solche Immaterialgüterrechte auch für andere Zwecke, als für diejenigen, für welche sie geschaffen wurden, zu verwenden. Diese Bestimmung verbietet der Agentur nicht, für den Kunden erstellte Arbeiten in Präsentationen und anderen Arbeiten zum Zwecke der Demonstration zu verwenden.

Die Nutzungsrechte an nicht realisierten Werken, welche aufwandbezogen entschädigt oder im Rahmen eines Auftrages geschaffen und pauschal abgegolten wurden, verbleiben bei der Agentur.

9 Gewährleistung und Haftung

Die vertragliche Haftung der Agentur beschränkt sich auf grobe Fahrlässigkeit und ist betragsmässig auf die Höhe des Auftragshonorars beschränkt. Schadenersatzansprüche wegen Mangelfolgeschäden sind ausgeschlossen. Vorbehalten bleiben zwingende gesetzliche Bestimmungen.

Nach der vertragsgemässen Erfüllung kann der Kunde weder für direkte eigene Ansprüche noch für Regressansprüche aus dem Gebrauch oder der anderweitigen Verwendung der erbrachten Dienstleistungen auf die Agentur Rückgriff nehmen. Die Agentur übernimmt namentlich keine Gewährleistung für die rechtlich zulässige Verwendung der erbrachten Dienstleistungen.

Sollte die Agentur der Meinung sein, dass rechtliche Abklärungen für den Gebrauch der Dienstleistungen angezeigt seien, kann sie den Kunden darauf aufmerksam machen. Der Kunde entscheidet, ob entsprechende Abklärungen in Auftrag zu geben sind und trägt in diesem Zusammenhang entstehende Kosten.

Bei Untergang von Unterlagen und Daten beschränkt sich die Haftung der Agentur auf maximal den betroffenen Materialwert. Eine Haftung bei Farb- oder Massabweichungen ist ausgeschlossen.

10 Rechte Dritter

Bei durch den Kunden angelieferten Daten, Dokumenten und urheberrechtlich geschützten Werken, welche der Agentur zur Weiterbearbeitung zur Verfügung gestellt werden, geht die Agentur davon aus, dass die Berechtigung zur Verwendung vorliegt und dementsprechend keine Rechte Dritter verletzt werden. Sofern Rechte Dritter verletzt werden, haftet dafür ausschliesslich der Kunde. Der Kunde verpflichtet sich, die Agentur schadlos zu halten für sämtliche Ansprüche, welche Dritte aufgrund einer Verwendung von Daten, Dokumenten oder urheberrechtlich geschützten Werken, welche die Agentur vom Kunden zur Verfügung gestellt werden, geltend machen.

11 Allgemeine Bestimmungen

Bei Differenzen zwischen diesen «AGB – Grundlagen zur Zusammenarbeit» und einzelnen Aufträgen zwischen den Parteien gehen die Regelungen in den Aufträgen vor.

Sollten einzelne Bestimmungen dieses Vertrages unwirksam bzw. nichtig sein oder werden, wird dadurch die Wirksamkeit der übrigen Bestimmungen nicht berührt. Anstelle der unwirksamen Bestimmungen tritt eine nach dem Sinn und Zweck wirtschaftlich gleichartige und rechtlich zulässige Bestimmung.

Vorliegende Bestimmungen unterstehen Schweizerischem materiellen Recht.

Ausschliesslicher Gerichtsstand bei Differenzen unter den Parteien ist das zuständige Gericht am Geschäftssitz der Agentur. Vorbehalten bleiben abweichende zwingende Gerichtsstände des Bundesrechts.