

# Arbeitsgrundsätze und Geschäftsbedingungen der Fruitcake Werbung & Presse AG basierend auf Branchenusanzen

## 1. ALLGEMEINES

### 1.1 Geltung

Die nachstehenden Arbeitsgrundsätze und Geschäftsbedingungen gelten für sämtliche Beziehungen zwischen Kunden und Werbeagentur. Abweichende Bestimmungen müssen schriftlich vereinbart werden. Die Anwendung dieser Bestimmungen gilt für alle gegenwärtigen und künftigen Leistungen der Agentur.

## 2. ARBEITSGRUNDSÄTZE

### 2.1 Werberecht

Bei ihrer Tätigkeit für den Kunden hat die Werbeagentur die gesetzlichen Bestimmungen und die Grundsätze über die Lauterkeit in der Werbung zu befolgen.

### 2.2 Treuepflicht

Die Werbeagentur ist als Beauftragte des Kunden tätig und wahrt dessen Interessen nach bestem Wissen und Gewissen. Sie verpflichtet sich, Geschäftsgeheimnisse zu wahren.

Die Vertragsparteien verpflichten sich gegenseitig keine MitarbeiterInnen abzuwerben.

### 2.3 Stellvertretung/Leistungen Dritter

Die Agentur ist berechtigt, zur Vertragserfüllung externe Fachpersonen oder Firmen beizuziehen. Gegenüber Dritten handelt die Agentur stellvertretend oder vermittelnd im Namen und auf Rechnung des Kunden.

### 2.4 Konkurrenzausschluss

Die Werbeagentur informiert den Kunden vor Abschluss eines Beratungsvertrages über bestehende Verträge für konkurrierende Produkte, Dienstleistungen und Firmen, sowie während der Dauer des Beratungsvertrages über den Abschluss neuer konkurrenzrelevanter Verträge.

### 2.5 Geistiges Eigentum

Der Kunde anerkennt ausdrücklich das geistige Eigentum der Agentur, insbesondere das Urheberrecht an allen im Rahmen der Zusammenarbeit von der Werbeagentur geschaffenen Leistungen (Exposés für Konzepte, Gestaltungsvorschläge, Text, Bild, Ton, grafische Arbeiten, Fotos, Filme, Etiketten, Packungen, Markensignete, Namenszüge, Videotex, Teletext, Radio-Spots, TV-/Kino-Spots, Internetauftritte usw.).

### 2.6 Nutzungsrechte

Für die Dauer der vertraglichen Zusammenarbeit steht die Nutzung des geistigen Eigentums der Agentur dem Kunden zu, soweit dieser seine vertraglichen Verpflichtungen gegenüber der Agentur erfüllt. Nach Auflösung der vertraglichen Zusammenarbeit ist die Nutzung des geistigen Eigentums nur mit Zustimmung der Agentur und Leistung einer angemessenen Entschädigung gestattet. Diese Entschädigung (nach Vertragsende) entspricht in der Regel 10% der Werbekosten für das genutzte Werbemittel und ist während drei Jahren jährlich zu bezahlen. Nach diesem Zeitablauf ist das Nutzungsrecht für das betreffende Werbemittel abgegolten und geht vollumfänglich an den Kunden.

### 2.7 Widerrechtliche Nutzung

Für den Fall einer widerrechtlichen Nutzung des geistigen Eigentums der Agentur sowie von Präsentationsvorschlägen (vgl. Ziffer 3.3) schuldet der Kunde eine Konventionalstrafe von mindestens CHF 10'000.00 pro Übertretung. Die Geltendmachung eines weitergehenden Schadens bleibt vorbehalten. Durch die Bezahlung der Konventionalstrafe fällt das Verbot der widerrechtlichen Nutzung nicht dahin.

Die Agentur ist zudem berechtigt, die widerrechtliche Nutzung verbieten zu lassen.

### 2.8 Daten und Unterlagen

Die Werbeagentur bietet Gewähr für die Sicherstellung und Verfügbarkeit der für die von Ihr produzierten Kommunikationsmittel erforderlichen

- a) Inhalte
- b) elektronischen Lithos und Contents die zur Produktion der Kommunikationsmittel dienen
- c) andere Unterlagen (u. a. Druckunterlagen, Bild- und Tonträger).

Sofern der Kunde seinen vertraglichen Leistungen gegenüber der Werbeagentur nachgekommen ist, steht ihm das Recht zu, die Herausgabe der Unterlagen zu verlangen und die Daten gegen eine kostendeckende Auslagerungsgebühr fortan selbst zu verwalten.

Die Werbeagentur ist 3 Jahre nach Ausführung einer Arbeit berechtigt, die Daten und Unterlagen, die nicht mehr benutzt werden, zu entsorgen. Die Herausgabe von Daten und Unterlagen an den Kunden beinhaltet nicht die Freigabe des Urheberrechts.

## 3. ARBEITEN VOR ABSCHLUSS EINES BERATUNGSVERTRAGES

### 3.1 Erste Besprechung

Besprechungen bis zur Auftragserteilung sind für den Kunden kostenfrei und für beide Parteien unverbindlich.

### 3.2 Auftragserteilung

Alle der Auftragserteilung folgenden Tätigkeiten der Agentur sind entgeltlich, worüber die Agentur den Kunden im voraus informiert.

### 3.3 Exposés, Präsentationen

Die Werbeagentur erbringt keine unentgeltlichen Vorleistungen. Für die Ausarbeitung von Vorschlägen über die geplanten Aktivitäten, einschliesslich Kostenberechnungen soll die Werbeagentur ein Honorar verlangen.

Die Werbeagentur ist gehalten, bei Annahme eines Präsentationsauftrages dem Kunden die Höhe des Präsentationshonorars schriftlich mitzuteilen. Spezielle Kosten Dritter (z.B. Meinungsumfragen) und Reisespesen sind nicht im Honorar enthalten und werden gemäss vorgängiger Absprache gesondert in Rechnung gestellt. Die Verwendung der präsentierten Vorschläge erfordert – sofern kein Beratungsvertrag abgeschlossen wird – die schriftliche Zustimmung der Agentur. Die Bestimmungen über das geistige Eigentum, das Nutzungsrecht sowie die widerrechtliche Nutzung finden sinngemäss Anwendung.

## 4. ARBEITEN GEMÄSS BERATUNGS- VERTRAG

### 4.1 Tätigkeit der Agentur

Die Agentur erbringt Leistungen für den Kunden im Dauerverhältnis (Beratungsvertrag) oder fallweise für einzelne Arbeiten (Einzelauftrag).

### 4.2 Beratungsvertrag

Der Beratungsvertrag umfasst, sofern nicht anders vereinbart, folgende Agentur-Leistungen:

- a) Situationsanalyse (im Konzept)
  - Bewertung der Daten und Fakten, die der Kunde zur Verfügung stellt (Briefingunterlagen)
  - Stellungnahme zu den gegebenen Marketingzielen und -strategien in Bezug auf Marktstruktur, Wettbewerb, Kauf, Konsum, Verbrauch oder Gebrauch
- b) Kommunikationsstrategie (im Konzept)

Formulieren einer kommunikativen Strategie, welche auf der Situationsanalyse aufbaut. Sie umfasst im Wesentlichen die Elemente:

  - Kommunikationsziele (Formulierung der quantitativen und qualitativen Ziele, welche mit Werbung erreicht werden sollen)
  - Zielgruppen (Definition der Zielgruppen und deren Merkmale)
  - Positionierung (Umschreibung der Vorstellung [Corporate Reputation, Corporate Image], die sich bei der Zielgruppe verankern soll).
- c) Kreation  
Entwicklung der Grundidee als Vorgabe für die verbale und/oder visuelle Gestaltung
- d) Media  
Ermittlung der geeigneten Medien (Mediastrategie) und Definition des zeitlichen, örtlichen und finanziellen Einsatzes (Mediaplanung)
- e) Realisation
  - Offertbeschaffung für die Herstellung der geplanten Werbemittel
  - Einkaufsverhandlungen
  - Erteilen der Aufträge an Medien, Produzenten und Lieferanten
  - Terminüberwachung und Qualitätskontrolle
- f) Administration
  - Kontrolle sämtlicher Rechnungen über Leistungen Dritter
  - Kosten- und Budgetkontrolle
  - Abrechnung für sämtliche Werbemittel.

## 5. VERGÜTUNGEN DER AGENTUR

### 5.1 Beratungsverträge

Das Honorar für die Kreation, Assistenz/Handling und die Nutzung des geistigen Eigentums der Werbeagentur wird in Prozenten des Budgets (Gesamtaufwendungen) berechnet. Das Budget umfasst alle dem Kunden aus der Planung, Ausführung und Abwicklung der Werbemaßnahmen entstehenden Aufwendungen inkl. Agenturhonorar.

### 5.2 Einzelaufträge

Das Honorar für Einzelaufträge wird entsprechend den dem Kunden von der Agentur mitgeteilten Ansätzen nach Aufwand berechnet.

### 5.3 Produktions- und Zusatzleistungen

Alle Leistungen, welche in Punkt 5.1 nicht enthalten sind, werden nach Aufwand gemäß den dem Kunden mitgeteilten Stundenansätzen verrechnet.

### 5.4 Spezialaufgaben (welche nicht Teil des Beratungsvertrages sind)

Spezialaufgaben, wie Tätigkeiten im Bereich der Press- und Public Relations, des Direct Marketings, der Sales Promotion, des Event Marketings, des Sponsoring, Design-Projekte, Stand- und Messe-Projekte, Arbeiten im Zusammenhang mit Sonderaktionen, wie z.B. Veranstaltungen mit Konsumenten und/oder Einkäufern und Händlern sowie die Organisation und Auswertung von Wettbewerben usw., bilden Gegenstand separater Vereinbarungen oder werden, sofern keine solchen Vereinbarungen getroffen wurden, nach dem entsprechenden Aufwand oder Kostenvoranschlag gesondert in Rechnung gestellt. Der Agenturaufwand für die Koordination der Spezialisten ist separat zu entschädigen.

### 5.5 Langfristig genutzte Werbemittel

Die Entschädigung für die Schaffung von Etiketten und Packungen, Erscheinungsbildern, Marken, Signeten, Namenszügen und ähnlichen Werken, und die Einräumung der Nutzungsrechte an solchen Werken ist, unter Berücksichtigung von Arbeitsaufwand und Nutzungswert, zu bestimmen und zu leisten. Mit der Bezahlung dieser Entschädigung geht die uneingeschränkte Nutzung dieser Werbemittel an den Auftraggeber über.

### 5.6 Beraterkommissionen (BK)

Sofern ein Beratungsvertrag abgeschlossen ist und nichts anderes schriftlich vereinbart wird, kommen sämtliche aus Media (Insertionen, Plakatierungen, Spots, Publi Reports u.ä.) ausgerichtete Kommissionen der Kundin zu.

## 6. ENTSCHÄDIGUNG BEI ANNULLATION ODER BUDGETKÜRZUNG

Wird ein Auftrag vor seiner vertragsgemässen Erfüllung annulliert oder dessen Umfang wesentlich gekürzt, hat der Kunde die Agentur wie folgt zu entschädigen:

- a) Sofern sich der Auftrag im Konzeptionsstadium befindet  
1/3 des ursprünglich vereinbarten Honorars.
- b) Sofern sich der Auftrag im Produktionsstadium befindet  
2/3 des ursprünglich vereinbarten Honorars.

Berechnungsbasis für die Entschädigung ist das ursprünglich geplante Budget. Erbrachte Leistungen, die nicht im Honorar inbegriffen sind (vgl. Ziffer 5.3), sind voll zu bezahlen. Der Agentur ist das Recht vorbehalten, wahlweise eine Entschädigung nach Aufwand geltend zu machen.

## 7. BEENDIGUNG DER DAUER DER ZUSAMMENARBEIT

### 7.1 Beratungsverträge/Einzelaufträge

Beratungsverträge sind im Hinblick auf die von der Agentur freizustellende Kapazität unter Einhaltung einer sechsmonatigen Frist jeweils per 31. Dezember aufzukündigen. Kündigungen unter Missachtung dieser Frist gelten als Unzeitig und machen den Kunden schadenersatzpflichtig (Art. 404 OR). Einzelaufträge erlöschen mit der Erfüllung.

### 7.2 Mehrwertsteuer (MwSt)

Alle Leistungen, die der Kommunikation und Werbung dienen, sind mit dem aktuellen MwSt-Satz belastet. Das vereinbarte Gesamtbudget versteht sich immer ohne MwSt. Die Basis für die Berechnung des Prozenthonorars versteht sich ohne MwSt.

## 8. KONDITIONEN

### 8.1 Stundenansätze

Die Stundenansätze der Werbeagentur werden dem Kunden vor Aufnahme der Produktion mitgeteilt. Auf den geleisteten Arbeitsstunden wird eine Pauschale von 5% (Stand 2004) für Büro-/Ateliermaterial, Kleinspesen, allg. Verbrauchsmaterial, Kurzfahrten sowie Kommunikationsspesen (Tel/Fax/E-Mail/Porti) erhoben.

### 8.2 Fakturation

Die Fakturation der geleisteten Arbeiten erfolgt monatlich, jeweils Ende Monat und ist innert 30 Tagen zu begleichen. Die Fakturation von Präsentationshonoraren bei Ausschreibungen erfolgt nach der Präsentation und ist innert 30 Tagen nach Rechnungsdatum fällig. Die Fakturation von Honorarpauschalen erfolgt nach Vereinbarung. Die nach Aufwand fakturierten Rechnungen basieren auf Arbeitsrapporten. 9. Gerichtsstand Der Gerichtsstand ist Bern.

Siehe auch Anhang „Copyright auf Fotografien im Internet“