

# Agenturvertrag

Marketing Club Berlin - Workshop

Berlin, 24.03.2009

Rechtsanwälte Oliver Merleker und

Dr. Christian Volkmann

# Agenturvertrag

- Gliederung
  - Inhalt der Leistungspflichten/Aufgaben (Geschäftsbesorgungs-, Dienstleistungs-, Werkvertrag)
  - Übertragung von Nutzungsrechten, Einschränkungen, Namensnennung
  - Gewährleistungs- und Haftungsregeln, insbes. für rechtliche Zulässigkeit und Verwendbarkeit für die vertraglich vereinbarten Zwecke

# Werbeagenturvertrag

- Inhalt: Beratung, Planung, Entwicklung von Konzepten, Gestaltung und Ausführung von Werbemaßnahmen usw.
- Geschäftsbesorgungsvertrag mit dienst- und werkvertraglichen Elementen
- Übertragung von ausschließlichen Nutzungsrechten (in epischer Breite, meist ohne Einschränkungen): alle übertragbaren urheberrechtlichen und sonstigen Befugnisse zur Veröffentlichung, Vervielfältigung und Verwertung der Leistungen der Agentur incl. aller denkbaren Rechtspositionen an Ideen, Entwürfen und Gestaltungen; zeitlich, örtlich, nach Verwendungszweck und in jeder sonstigen Weise unbeschränkt einschließlich des Rechts zur Änderung und Weiterübertragung an Dritte

# Werbeagenturvertrag

- Grenze: „Kern des Persönlichkeitsrechts des Urhebers“, = Entstellungsverbot
- Tip: zur Klarstellung auf „abgenommene“ Leistungen beschränken, Nutzungsrechtsklausel in Verträge mit (freien) Mitarbeitern aufnehmen
- Übertragungsakt nicht an die Ablieferung sondern an die „vollständige Zahlung der vereinbarten Vergütung“ knüpfen, somit Wahlrecht des Insolvenzverwalters
- Schutzrechte werden durch AG angemeldet, ggf. Hinweis erteilen
- AG wird zu branchenüblichem Urheberhinweis verpflichtet, wo dies technisch möglich ist

# Werbeagenturvertrag

Verpflichtungen der Agentur (meist in Form von „Gewährleistung“ oder „Garantie“):

- keine Verwendung der gewährten („abgenommenen“) Leistungen in identischer oder abgeänderter Form für andere Auftraggeber;
- Erwerb der Rechte Dritter: Leistungen dürfen nicht mit Urheberrechten (Entwerfer, Fotografen etc), Leistungsschutzrechten (ausübende Künstler, Models etc.) oder sonstigen Rechten Dritter (Persönlichkeitsrechte) belastet sein, die eine Verwendung beeinträchtigen/hindern; falls Erwerb der Rechte/Freistellung nicht möglich, ist AG rechtzeitig vor der betroffenen Werbemaßnahme zu informieren, sodann sollte die Möglichkeit zur Anpassung der Leistung an gleichwertige Form vereinbart werden, wenn negative Gerichtsentscheidung vorliegt (Pflicht entsteht im Eilverfahren nach mündlicher Verhandlung 1. Instanz).

# Werbeagenturvertrag

- Tip: beim Zukauf darauf achten, in welchem Umfang Nutzungsrechte Dritter tatsächlich benötigt werden,
- bereits im Angebot zwischen Kosten eines Rechteerwerbs für (interne) Präsentationszwecke und für spätere Werbenutzung differenzieren
- Exkurs: Überlassung von Vorlagen ist vereinbar, insbes. bestimmte reproduzierbare/abänderbare Dateiformate

# Werbeagenturvertrag

## Haftung der Agentur

- Nach älterer Rechtsprechung nicht für rechtliche Zulässigkeit der Werbung (auch bei Verstößen gegen Vorschriften des Urheberrechts außerhalb der vertragl. Leistungspflichten), lediglich Hinweispflicht der Agentur bei „Bedenken“ im Zusammenhang mit vorgeschlagenen Werbemaßnahmen, soweit erkennbar
- Aber: Agentur haftet bei fehlerhafter „werblicher“ Beratung, da vertragl. Hauptpflicht, schon bei fahrlässiger Außerachtlassung „anerkannter Werbegrundsätze“ (Strengerer Haftungsmaßstab im Vergleich zur rechtlichen Hinweispflicht)

# Werbeagenturvertrag

## Haftung der Agentur

- Vertrag sollte klarstellen, dass AG im eigenen Interesse allein oder zumindest zusätzlich Risiken überprüft
- keine Haftung für urheber- bzw. markenrechtliche Schutz- und Eintragungsfähigkeit der Entwürfe und Gestaltungen
- aber Haftung der Agentur für Schäden, die durch Mängel, Verzug oder Nichterfüllung von Verpflichtungen der Hersteller und Lieferanten von Werbemitteln usw. entstehen



# Werbeagenturvertrag

## Haftungsbeschränkungen

- denkbar: Agentur haftet dann nicht für die rechtliche Zulässigkeit, wenn sie dem AG zuvor die Werbung vorgelegt und dieser sie genehmigt hat, dies würde jedoch nur Gewährleistung für bekannte Mängel aber nicht die Haftung ausschließen (§ 640 BGB)

# Werbeagenturvertrag

## Haftungsbeschränkungen

- Zulässig: „Im Falle einfacher Fahrlässigkeit haftet die Agentur nur bei der Verletzung vertragswesentlicher Pflichten oder von Leben, Körper oder Gesundheit einer Person. Diese Haftungsreduktion gilt auch bei Verschulden eines Erfüllungsgehilfen im Sinne von § 278 BGB. Im übrigen ist die Haftung im Falle der einfachen Fahrlässigkeit, mit Ausnahme von Lebens-, Körper- oder Gesundheitsverletzungen, auf den Ersatz der vertragstypischen, vorhersehbaren Schäden begrenzt.(vgl. §§ 309 Nr.7, 307 BGB)

# Designagenturvertrag

Inhalte:

- Entwicklung/Anpassung von Corporate Design, Konzernmarken, Claims,
- Gestaltung von Produkten, Messeständen, Unternehmens(verkaufs)architektur usw.
- Webdesign, Videotutorials, Flashplayer (in Verbindung mit Softwareentwicklungen bzw. -programmierungen
- Sonderfall Corporate Sound

# Designagenturvertrag

Besonderheiten Nutzungsrechte:

- AG erwartet universelle Einsetzbarkeit
- Freistellung von Rechten Dritter bei geplantem (weltweiten) Einsatz z.B. einer neuen Konzernmarke birgt u.U. unübersehbare (und teilweise nicht versicherbare) Risiken,
- insbesondere dort, wo urheberrechtlich geschützte Leistungen mit vernünftigem Aufwand nicht eruierbar

# Designagenturvertrag

Ziel: Eingeschränkte Haftung/Freistellung vertraglich festlegen

- Klärung des Aufwandes für Wort- und Bildmarkenrecherchen durch Spezialanbieter in den entscheidenden Waren- bzw. Dienstleistungskategorien nach identischen (und ähnlichen) Marken, claims in den Hauptabsatzgebieten,
- relativ unkritisch: (Konzern-) Markenentwurf unter Verwendung eingeführter Markenbestandteile
- Kostenregelung: nicht jeder Entwurf kann vor der Präsentation umfassend geprüft werden, daher zunächst nur in EU, IR und D-Registern prüfen,
- wer übernimmt die Auswertung der Rechercheergebnisse, Agentur kann Beauftragung von Anwälten anbieten

# Designagenturvertrag

Ziel: Eingeschränkte Haftung/Freistellung vertraglich festlegen

- Je nach Ergebnis der Recherche: Befugnis zur Abänderung favorisierter Entwürfe, um sich von ähnlichen Marken zu entfernen
- Hinweis auf nicht ausschließbare Beeinträchtigungen der universellen Einsetzbarkeit (Bsp. Mykita ./ Makita)
- Designrecherchen nicht möglich, Verletzung eingetragener Muster wird erst im Prozess geprüft
- Urheberrecherchen nicht möglich, da keine Register existieren

„Augen zu und durch!“

**Vielen Dank für Ihre  
Aufmerksamkeit**