

# Inhalt

<b>1</b>	<b>Vorbereitung der Verträge zwischen Agentur und Kunden . . .</b>	<b>7</b>
	• Vertraulichkeitsvereinbarung . . . . .	7
	• Pitch-Vereinbarung zwischen Agentur und Kunden . . . . .	12
	• Werbekonzeptionsvertrag . . . . .	15
	• Letter of Intent. . . . .	16
	• Die Sicherung von Rechten Dritter . . . . .	20
	• Verhandlungstechniken. . . . .	21
	<i>Fahrplan</i>	
	Wichtige Schritte der Projektabwicklung aus Sicht der Agentur . . . . .	24
	• Wahl des richtigen Vertragstyps. . . . .	26
<b>2</b>	<b>Wichtige Klauseln eines Agenturvertrages . . . . .</b>	<b>27</b>
	• Umfang der Beauftragung . . . . .	29
	• Leistungen der Agentur. . . . .	30
	• Zusatzleistungen der Agentur . . . . .	30
	• Übertragung von Nutzungsrechten . . . . .	31
	• Eigenwerbung und Nennung des Urhebers . . . . .	35
	• Verpflichtungen des Kunden . . . . .	36
	• Vergütung der Agentur . . . . .	37
	• Auftragsabwicklung . . . . .	44
	• Haftung. . . . .	46
	• Sorgfaltspflichten bezüglich der Unterlagen. . . . .	49
	• Vertraulichkeitsvereinbarung . . . . .	50

• Vertragslaufzeit . . . . .	50
• Verjährung . . . . .	51
• Vertragsbeendigung . . . . .	51
• Konkurrenzschutz. . . . .	52

### **3 Sonderformen des Agenturvertrages . . . . . 55**

• Projektvertrag . . . . .	55
• Rahmenvertrag . . . . .	55
• Gesamtvertrag. . . . .	59
• Lead-Agentur-Vertrag . . . . .	60
• Media-Agentur-Vertrag. . . . .	62
• Vermarktungsverträge/Direktmarketing . . . . .	68

recht

**kompakt**

Werbeverträge von A bis Z . . . . .	69
-------------------------------------	----

### **4 Das Personal der Agentur . . . . . 72**

• Die Entscheidung: Feste oder freie Mitarbeiter? . . . . .	72
• Anstellungsverträge . . . . .	72
• Verträge mit freien Mitarbeitern. . . . .	74

#### **M**agazinseite:

Künstlersozialabgabe . . . . .	78
• Wettbewerbsverbot. . . . .	80
• Rechteeinräumung/Urheberrecht. . . . .	81
• Angemessene Vergütung . . . . .	84

### **5 Lizenzierung vorbestehender Werke . . . . . 87**

• Einkauf von Bildrechten . . . . .	87
-------------------------------------	----

• Nutzung einer existierenden Musikkomposition . . . . .	90
• Produktion der Tonaufnahme einer Komposition . . . . .	94
<b>6 Produktionsverträge . . . . .</b>	<b>96</b>
• Allgemeine Geschäftsbedingungen „Einkauf“ . . . . .	96
<i>Fahrplan</i> Wichtige Schritte der Projektabwicklung aus Sicht des Werbetreibenden . . . . .	98
• Fotoaufträge . . . . .	104
<b>M</b> agazinseite: Einbeziehung von AGB . . . . .	106
• Print-Produktion/Reinzeichnung . . . . .	109
• Model-Release-Formulare . . . . .	110
• Verträge mit Prominenten . . . . .	112
• Beauftragung einer Produktions- gesellschaft. . . . .	116
<b>7 Product-Placement und Sponsoring . . . . .</b>	<b>121</b>
• Product-Placement . . . . .	121
• Der Sponsoringvertrag . . . . .	126
<b>8 Sonderprobleme bei internationalen Kampagnen . . .</b>	<b>129</b>
Abkürzungsverzeichnis . . . . .	131
Weiterführende Literatur. . . . .	131
Stichwortverzeichnis . . . . .	132