

Vertrag

zwischen der

Hamburg Tourismus GmbH

Wexstraße 7
20355 Hamburg

und

Hamburg Marketing GmbH

Wexstraße 7
20355 Hamburg

- nachstehend einzeln oder gemeinsam als der Auftraggeber bezeichnet -

und

[...]

[...]

[...]

- nachstehend als Agentur bezeichnet -

§ 1 Vertragsgegenstand

Der Auftraggeber beauftragt mit diesem Vertrag einen Dienstleister mit der Aufgabe einer „Leadagentur Media“ hinsichtlich Beratung, Planung, Einkauf und Abwicklung von On- und Offline-Medialeistungen jeglicher Art von gegenwärtigen und zukünftigen Themenfeldern des Auftraggebers. Die Beauftragung ist nicht exklusiv, d.h. der Auftraggeber ist berechtigt auch Dritte mit Leistungen zu beauftragen, die Gegenstand dieses Vertrages sind.

Dieser Vertrag wird auf Grundlage der Durchführung des europaweiten Vergabeverfahrens mit dem Aktenzeichen CXP4YNSMKAY geschlossen.

§ 2 Vertragsbestandteile

2.1 Bestandteile dieses Vertrages sind in der nachgenannten Reihen- und Rangfolge:

2.1.1 auf Grundlage dieses Vertrages zwischen dem Auftraggeber und der Agentur getroffene Vereinbarungen über die konkrete Umsetzung der einzelnen Maßnahmen des in § 1 genannten Vertragsgegenstandes,

2.1.2 die Regelungen dieses Vertrages,

2.1.3 die Leistungsbeschreibung des Auftraggebers vom 10.06.2026
- Anlage 1 -

2.1.4 das Angebot der Agentur vom [...] bestehend aus:
- Anlagenkonvolut 2 -

2.1.5 die öffentlich-rechtliche Gesetze, Verordnungen und sonstige Vorschriften des Bundes und des Landes Hamburg,

2.1.6 die Allgemeinen Vertragsbedingungen für die Ausführung von Leistungen (VOL/B), in der zum Zeitpunkt der Auftragserteilung geltenden Fassung,

Bei Widersprüchen zwischen den vorgenannten Vertragsbestandteilen geht der Bestandteil mit der niedrigeren Nummer der höheren Nummer vor.

2.2 Weitere Vertragsbestandteile sind nicht vereinbart. Allgemeine Geschäftsbedingungen sind nicht Gegenstand des Vertrages.

§ 3 Grundsätze

Die Agentur verpflichtet sich, die sich aus den separaten Vereinbarungen gem. § 2.1.1 ergebenden Leistungen umzusetzen. Dabei besteht zwischen den Parteien Einigkeit, dass alle Bestandteile dieser Vereinbarungen unter strenger Einhaltung des in den Vereinbarungen genannten Budgets durch die Agentur umzusetzen sind.

§ 4 Leistungen

4.1 Die von der Agentur zu erbringenden Leistungen bestimmen sich nach den Bedingungen dieses Vertrages nebst den in § 2 genannten Vertragsbestandteilen, d.h. insbesondere nach den gem. § 2.1.1 zu treffenden Vereinbarungen. Diese Vereinbarungen werden in der Regel dadurch getroffen, dass der Auftraggeber der Agentur mit angemessenem zeitlichen Vorlauf ein detailliertes Briefing (Ziele) übermittelt (zur Klarstellung: das Briefing wird entweder durch die Hamburg Tourismus GmbH oder die Hamburg Marketing GmbH übermittelt. Im folgenden Vertragstext bedeutet „Auftraggeber“ jeweils entweder Hamburg Tourismus GmbH oder Hamburg Marketing GmbH, je nachdem von welcher Gesellschaft das Briefing übersandt worden ist, es sei denn bei der Formulierung „Auftraggeber“ ist nachfolgend etwas davon abweichendes angegeben), woraufhin die

Agentur einen Kostenvoranschlag (Umsetzung) erstellt, dessen Detailtiefe abhängig von dem Inhalt des Briefings ist. Im Anschluss beauftragt der Auftraggeber einzelne Maßnahmen schriftlich (E-Mail ist ausreichend) auf Grundlage dieser Agentur-Kostenvoranschläge, wenn und nachdem zwischen dem Auftraggeber und der Agentur Einigkeit über die Leistungen und Kosten der einzelnen Maßnahmen erzielt worden ist. In begründeten Ausnahmefällen kann ein Agentur-Kostenvoranschlag zunächst einen geringeren Detaillierungsgrad aufweisen, wenn er entsprechend nachgeschärft wird. Dabei wird die Agentur den bestehenden Agentur-Kostenvoranschlag überarbeiten und versioniert an den Auftraggeber zur Freigabe der neu hinzugekommenen Positionen übermitteln. Einmal freigegebene Bestandteile eines Projekts stehen im Rahmen späterer Freigaben des gleichen Projekts nicht mehr zur Disposition. § 4.5 bleibt gleichwohl unberührt.

Die Agentur-Kostenvoranschläge enthalten, sofern auf Basis des Briefings möglich, mindestens:

- Konkrete Beschreibung der Leistung und der Ziele der Maßnahme
- Start und Ende der Maßnahme
- Kosten der Maßnahme. Die in dem Agentur-Kostenvoranschlag genannten Kosten sind die Obergrenze für die Maßnahme des Agentur-Kostenvoranschlages. Diese Kosten dürfen nicht überschritten werden, die Maßnahme muss zu höchstens den Kosten umgesetzt werden, die in den Agentur-Kostenvoranschlägen genannt sind. Etwaige in den Agentur-Kostenvoranschlägen enthaltene Vorbehalte (z.B. „+/- 10 %“; Vorbehalte hinsichtlich exklusiver und eventuell anfallender Kosten) gelten als nicht wirksam. Abweichend von der Rangfolge in § 2.1 dieses Vertrages geht die Regelung in diesem Spiegelstrich den Inhalten der gem. § 2.1.1 zu treffenden Vereinbarungen vor.
- Kostensplit im Detail
- Fälligkeiten der Zahlungen
- Position „Reisekosten“, (insoweit für die Maßnahme keine Reisekosten anfallen ist diese Position mit „aktuell nicht erkennbar“ auszuweisen)

- Position „Gesetzliche Abgaben und Steuern“, (insoweit für die Maßnahme keine gesetzliche Abgaben und Steuern anfallen ist diese Position mit „aktuell nicht erkennbar“ auszuweisen)
- Position für noch nicht kalkulierbare Positionen in Höhe von mindestens 8 % (eine geringere Prozentzahl bedarf der Zustimmung beider Parteien). Aus dieser Position werden Kosten der vorgenannten Positionen finanziert, die für die Maßnahme anfallen werden, die aber zum Zeitpunkt der Erstellung des Agentur-Kostenvoranschlages noch nicht erkennbar bzw. erkannt, aber noch nicht kalkulierbar sind. Es stehen somit 100 % der Gesamtsumme des Agentur-Kostenvoranschlages für die Umsetzung der Maßnahme des Agentur-Kostenvoranschlages zur Verfügung.

Regelungen in den Agentur-Kostenvoranschlägen, die die in diesem Vertrag vereinbarten Regelungen zu Leistungs- und Haftungsverteilungen sowie zu den grundsätzlichen Vergütungsregelungen des § 5 verändern, gelten als nicht wirksam, insofern dies in diesem Vertrag nicht als zulässig genannt ist. Abweichend von der Rangfolge in § 2.1 dieses Vertrages geht diese Regelung den Inhalten der gem. § 2.1.1 zu treffenden Vereinbarungen vor.

- 4.2 Gegenstand der innerhalb der in den gem. § 2.1.1 zu treffenden Vereinbarungen enthaltenen Kosten umzusetzenden Leistung der Agentur sind alle Leistungen, die notwendig sind, um die in den jeweiligen zwischen den Parteien gem. § 2.1.1 zu treffenden Vereinbarungen genannten Leistungen umzusetzen.

Die Agentur richtet alle Maßnahmen auf die in dem Briefing des Auftraggebers genannten Ziele aus. Insoweit die Agentur erkennt oder erkennen müsste, dass die Umsetzung dieser Ziele gefährdet ist, muss die Agentur den Auftraggeber informieren.

Die Agentur schuldet im Rahmen der Umsetzung von in den jeweiligen zwischen den Parteien gem. § 2.1.1 zu treffenden Vereinbarungen enthaltenen Kommunikations- bzw. Veranstaltungskonzepten und sonstigen Maßnahmen neben den selbst zu erbringenden

Agenturleistungen (Konzeptionen, Planungen, Entwürfe) die Auswahl und Beauftragung von allen zur Umsetzung der Maßnahmen erforderlichen Fremddienstleistern im eigenen Namen (z.B. der Druck von Werbemitteln, sowie die in diesen Zusammenhängen möglicherweise entstehenden Fremdnutzungsrechte Dritter, z.B. von Filmschaffenden, Fotografen, Models, Darstellern, Musikurhebern und -einspielern, etc.), deren Supervision (inkl. u. a. Rechnungsabwicklung) sowie die Einholung aller notwendigen Genehmigungen. § 4.5 bleibt unberührt.

Die Agentur verpflichtet sich, dem Auftraggeber jeweils eine fertige Umsetzung der in den jeweiligen zwischen den Parteien gem. § 2.1.1 zu treffenden Vereinbarungen beschriebenen Leistung zu liefern. Die Agentur schuldet ausdrücklich den Erfolg, die mangelfreie Umsetzung der in den jeweiligen zwischen den Parteien gem. § 2.1.1 zu treffenden Vereinbarungen beschriebenen Leistung.

- 4.4 Die Agentur tritt bei der Umsetzung von Veranstaltungen im Rahmen dieses Vertrages in der Regel als Veranstalterin auf. Andere Regelungen sind in den gem. § 2.1.1 zu treffenden Vereinbarungen möglich. Insoweit die Agentur als Veranstalterin auftritt gilt folgendes:

Der Abschluss von allen im Zusammenhang mit der Veranstaltung stehenden Verträgen wie z.B. Locationmiet- oder Künstlerverträgen bereitet die Agentur auf operativer Ebene vor und beauftragt diese in eigenem Namen. Genehmigungsanträge bei Behörden bereitet die Agentur vor und stellt diese im eigenen Namen. Der Auftraggeber wird der Agentur eine abschließende *black list* mit inakzeptablen Regelungen übermitteln, die die Agentur bei diesen Verträgen nach Möglichkeit rausverhandeln soll. Ist dies nicht möglich, so wird die Agentur diesen Vorgang dem Auftraggeber zur Entscheidung vorlegen, wie weiter zu verfahren ist. In Einzelfällen kann die Agentur Rückfragen an den Auftraggeber stellen, eine Freigabe seitens des Auftraggebers erfolgt nicht.

- 4.5 Die Agentur übernimmt bezüglich der ordnungsgemäßen Erfüllung aller im Rahmen der gem. § 2.1.1 zu treffenden Vereinbarungen zu beauftragenden Fremdgeschäfte lediglich

die Auswahl- und Überwachungspflicht. Die Agentur haftet daher mit der Sorgfalt eines ordentlichen Werbe-/Veranstaltungskaufmanns z.B. insbesondere dafür, dass alle notwendigen Genehmigungen eingeholt werden, dass alle behördlichen Vorschriften beachtet werden, dass die Leistungen entsprechend den Brandschutzvorschriften ausgeführt werden usw. Gegebenenfalls auftretende Schwierigkeiten mit den Vertragspartnern (z.B. Gewerken) wird die Agentur selbst lösen. Ausschließlich, wenn sich auf kaufmännischer Ebene trotz intensiver Bemühungen der Agentur keine Lösung finden lässt, tritt die Agentur alle Schadensersatzansprüche an den Auftraggeber ab. Die Haftung der Agentur nach § 4.5, Satz 1 und 2 bleibt unberührt.

- 4.6 Der Auftraggeber ist berechtigt, Änderungen der vertraglich geschuldeten Leistungen zu verlangen, wenn die Ausführung der geänderten Leistung im Vergleich zu den vertraglich geschuldeten Leistungen keine Mehrkosten verursacht.
- 4.7 Die Parteien sind verpflichtet, sämtliche rechtlichen Vorschriften bei der Leistungserbringung einzuhalten. Dies gilt insbesondere für sich aus der DSGVO ergebenden Verpflichtungen, z.B. im Online-Marketing.

§ 5 Vergütung

- 5.1 Die Agentur erhält von dem Auftraggeber für die Leistungen dieses Vertrages eine Vergütung, die sich aus den jeweiligen zwischen den Parteien gem. § 2.1.1 zu treffenden Vereinbarungen ergibt.

Das in den gem. § 2.1.1 zu treffenden Vereinbarungen enthaltene Abrechnungsmodell richtet sich nach dem in dem Angebot der Agentur (Anlagenkonvolut 2) enthaltenen Abrechnungsmodell. D.h. in den gem. § 2.1.1 zu treffenden Vereinbarungen wird in der Regel ein Provisionsmodell vereinbart und es gilt der Provisionssatz aus dem Angebot der Agentur.

5.2 Ausweisungen von einzelnen Kostenarten und/oder Teilentgelten und/oder Einzelpreisen und/oder Mengenansätzen zu einzelnen Kostenarten in den jeweiligen zwischen den Parteien gem. § 2.1.1 zu treffenden Vereinbarungen dienen ausschließlich zur Information. Entstehen höhere als die vereinbarten Kosten für die vertraglich geschuldeten Leistungen, gehen diese zu Lasten von Agentur.

5.3 Die in den jeweiligen zwischen den Parteien gem. § 2.1.1 zu treffenden Vereinbarungen vereinbarten Entgelte sind jeweils nach mangelfreier Erbringung der Leistung fällig.

Die Agentur ist berechtigt, Abschlagsrechnungen in zwischen den Parteien jeweils zu vereinbarender Höhe zu stellen. 20 % der jeweils vereinbarten Gesamtkosten werden jedoch jeweils nach mangelfreier Erbringung der Leistung gezahlt.

Fremddienstleisterkosten muss die Agentur nicht vorfinanzieren. Die Agentur ist daher berechtigt, entsprechend ihrer Zahlungsverpflichtungen gegenüber den Fremddienstleistern Zwischenabrechnungen bzw. Vorausrechnungen zu erstellen. Die Zahlungsmodalitäten sowie die Gesamthöhe der Fremddienstleisterkosten ergeben sich dabei aus den Kostenvoranschlägen der Agentur.

5.4 Die Agentur ist verpflichtet, dem Auftraggeber in einem von dem Auftraggeber zu bestimmendem Rhythmus, höchstens jedoch monatlich, die bereits entstandenen und entstehenden Kosten darzulegen.

5.5 Die in diesem § 5 geregelten Entgelte sind vorbehaltlich nachträglich anfallender Kosten nach § 5.6 abschließend, d.h. für die vertraglichen Leistungen der Agentur besteht kein weitergehender Anspruch auf Honorar und/oder Nebenkosten und/oder sonstiges Entgelt.

5.6 Versand- und Kopierkosten, gesetzliche Abgaben und Steuern (KSV, GEMA, Zoll, USt./VAT etc.) müssen in den Kostenvoranschlägen enthalten sein, sofern sie sich aus den vertragsgegenständlichen Leistungen ergeben und zum Zeitpunkt der Verfassung

des Kostenvoranschlags erkennbar sind. Über zum Zeitpunkt der Verfassung des Kostenvoranschlages nicht erkennbare Versand-, Kopierkosten, gesetzliche Abgaben und Steuern ist sobald diese erkennbar werden von der Agentur unverzüglich ein geänderter KVA zu erstellen, welcher nach Zustimmung des Auftraggebers wirksam wird. Ansprüche von Dritten und Leistungsschutzberechtigten, die keine Erfüllungsgehilfen der Agentur sind, gem. den §§ 32 f. UrhG, auch wenn diese nachträglich erhoben werden, trägt der Auftraggeber.

- 5.7 Reisekosten müssen in den Kostenvoranschlägen enthalten sein, sofern sie sich aus den vertragsgegenständlichen Leistungen ergeben und zum Zeitpunkt der Verfassung des Kostenvoranschlags erkennbar sind. Über zum Zeitpunkt der Verfassung des Kostenvoranschlages nicht erkennbare Reisekosten ist sobald diese erkennbar werden ist durch die Agentur unverzüglich ein geänderter KVA zu erstellen, welcher nach Zustimmung des Auftraggebers wirksam wird.
- 5.8 Nimmt der Auftraggeber vertraglich vereinbarte Leistungen nicht in Anspruch, verständigen sich der Auftraggeber und Agentur über die Erbringung von anderen Projektleistungen als die weggefallenen Leistungen im gleichen Wert.
- 5.9 Sämtliche zwischen den Parteien vereinbarte Entgelte verstehen sich zzgl. der jeweils gültigen gesetzlichen Umsatzsteuer.

§ 6 Rechnung / Zahlung

- 6.1 Die Fälligkeit von berechtigten Rechnungen tritt jeweils innerhalb von 30 Werktagen nach Zugang bei dem Auftraggeber ein.
- 6.2 Die Bezahlung von Abschlagsrechnungen stellt weder ein Anerkenntnis des erreichten Leistungsstandes noch eine Abnahme der ausgeführten Leistungen dar.

§ 7 Ausführungszeiten

Die von Agentur einzuhaltenden Termine ergeben sich aus den jeweiligen zwischen den Parteien gem. § 2.1.1 zu treffenden Vereinbarungen.

§ 8 Nutzungsrechte / Veröffentlichungen

- 8.1 Die Agentur räumt dem Auftraggeber an allen durch Agentur und die Erfüllungsgehilfen der Agentur erbrachten Leistungen das ausschließliche Recht ein, die Ergebnisse des Auftrages einschließlich der Arbeits- und Berichtsunterlagen ohne die Mitwirkung der Agentur und ohne zusätzliche Kosten auf alle Nutzungsarten unbeschränkt räumlich, zeitlich und inhaltlich zu nutzen, zu übertragen und eigenverantwortlich zu ändern (Nutzungsrecht), insofern in den gem. § 2.1.1 zu treffenden Vereinbarungen nichts anderes vereinbart ist.

Soweit der Auftraggeber Ergebnisse des Auftrages nach den Vorgaben des Hamburgischen Transparenzgesetzes zu veröffentlichen hat, räumt die Agentur dem Auftraggeber das Recht auch hierzu kostenlos ein.

Das ausschließliche Nutzungsrecht berechtigt die den Auftraggeber, die Ergebnisse des Auftrages einschließlich der Arbeits- und Berichtsunterlagen vorbehaltlich § 8.5 unter Ausschluss aller anderen Personen zu nutzen und Nutzungsrechte an Dritte einzuräumen.

Alle bei der Auftragsdurchführung entstehenden Nutzungsrechte, insbesondere an entwickelten Konzepten, Ideen, Entwürfe, Designs, Logos etc. sowie die Rechte an sonstigen urheberrechtsfähigen Werken und Werkteilen gehen uneingeschränkt ausschließlich, räumlich und zeitlich unbegrenzt auf den Auftraggeber über.

- 8.2 § 8.1 gilt nicht für von dem Auftraggeber abgelehnte oder nicht umgesetzte Entwürfe sowie Arbeits- und Berichtsunterlagen, Konzepte, Ideen, Designs, Logos. Entwürfe, die nicht umgesetzt wurden, kann der Auftraggeber mittels E-Mail an die Agentur für sich reservieren. Entscheidet der Auftraggeber sich für die Reservierung, so wird die Agentur die reservierten Entwürfe innerhalb von zwölf Monaten nach der Reservierung nicht für andere Zwecke oder Kunden nutzen.
- 8.3 Die vorstehenden Absätze gelten auch, wenn das Vertragsverhältnis vorzeitig endet.
- 8.4 Kosten für Fremdnutzungsrechte im Sinne von § 4.3 Abs. 3 zur Abgeltung von Urheber- und Leistungsschutzrechten sowie des Rechts am eigenen Bild, die im Rahmen von Fremdgeschäften entstehen und die Agentur an den Auftraggeber vermittelt, gehen zu Lasten des Auftraggebers, insoweit sie in den Kostenvoranschlägen enthalten sind. Die Agentur wird in allen Fällen, in denen ein derartiger Anspruch eines Dritten erkennbar wird, rechtzeitig vor der Verwendung des hiervon betroffenen Materials dem Auftraggeber Kenntnis geben und eine Genehmigung einholen sowie die hierfür erforderlichen Kosten in den Kostenvoranschlägen aufführen.
- 8.5 Veröffentlichungen über die vertragsgegenständliche Leistung und gewerbliche Werbung durch die Agentur mit der vertragsgegenständlichen Leistung sind nur nach vorheriger schriftlicher Zustimmung des Auftraggebers zulässig (E-Mail ausreichend). Die Zustimmung des Auftraggebers darf nur aus sachlichen Gründen verweigert werden.

§ 9 Zusammenarbeit

- 9.1 Die Parteien verpflichten sich zu kooperativer und zielgerichteter Zusammenarbeit. Soweit die Agentur Unterlagen oder Informationen von dem Auftraggeber zur Leistungserfüllung benötigt, wird die Agentur diese rechtzeitig anfordern und der Auftraggeber diese kostenlos zur Verfügung stellen, insoweit dem Auftraggeber hierfür

keine Kosten entstehen. Die Agentur darf sich auf die Richtigkeit dieser Unterlagen verlassen.

- 9.2 Die Agentur erstellt einen Projektplan, der mit dem Auftraggeber (abzustimmen und fortzuschreiben ist.
- 9.3 In von dem Auftraggeber zu bestimmendem Rhythmus werden Besprechungen zwischen dem Auftraggeber und der Agentur über den Projektfortschritt abgehalten. Die Agentur fertigt innerhalb von drei Tagen nach der jeweiligen Besprechung ein Protokoll, welches auch eine Dokumentation des Arbeitsfortschritts enthält, an und übermittelt dieses dem Auftraggeber. Etwaige Änderungswünsche teilt der Auftraggeber der Agentur innerhalb von fünf Arbeitstagen (Mo-Fr) nach Erhalt des Protokolls mit. Diese Protokolle sind für die weitere Bearbeitung von Projekten bindend, sofern ihnen nicht innerhalb einer Frist von weiteren fünf Arbeitstagen widersprochen wird.
- 9.4 Unabhängig von den Besprechungen nach § 9.3 ist die Agentur zur regelmäßigen Abstimmung mit dem Auftraggeber verpflichtet. Wichtige Ereignisse im Projekt gibt die Agentur dem Auftraggeber unverzüglich zur Kenntnis.
- 9.5 Die Agentur wird auf Anfrage dem Auftraggeber Projekt-Präsentationen im angemessenen Umfang in Hamburg (höchstens aber in der Anzahl der nachstehend genannten Präsentationstermine) für den Auftraggeber vorbereiten und Projekte während der Laufzeit dieses Vertrages höchstens fünf (5) Mal vor Gremien und Interessensgemeinschaften ohne gesonderte Vergütung präsentieren.

Die Agentur wird am Ende der jeweiligen Projekte dem Auftraggeber die üblichen Abschlussunterlagen (insbesondere Abschlussbericht und Präsentation, Dokumentation, Zielerreichungsbericht und Bericht über die erzielten Reichweiten) in bearbeitbarer digitaler Form übergeben.

- 9.6 Die Agentur ist verpflichtet, Pressetexte oder öffentliche Postings, die die Projekte des Auftraggebers betreffen, vorab durch den Auftraggeber freigeben zu lassen.
- 9.7 Die Agentur ist nicht berechtigt, rechtsgeschäftliche Erklärungen namens und in Vollmacht des Auftraggebers abzugeben und/oder finanzielle Verpflichtungen für den Auftraggeber einzugehen.

§ 10 Transparenzverpflichtung

Die Agentur sichert dem Auftraggeber vollständige Transparenz zu.

Dies bedeutet insbesondere:

- 10.1 Die Agentur verpflichtet sich, sämtliche auf den Auftraggeber und deren Umsatz bezogene von Dritten gewährte Vergütungen und Konditionen an den Auftraggeber weiterzuleiten sowie sonstige seitens der Dritten eingeräumte Vorteile (u.a. Agenturrabatte und Kick-backs) anteilsgemäß dem Auftraggeber gutzuschreiben.
- 10.2 Die Agentur sichert zu, über die weitergeleiteten oder gutgeschriebenen Vorteile hinaus keine weiteren Rabatte, Boni, Rückvergütungen oder versteckte Vergütungen oder Vergünstigungen, die vom Umsatzvolumen ihrer Kunden abhängig oder sonst auf die Umsätze ihrer Kunden bezogen sind, zu erhalten. Ausnahmen oder Abweichungen von dieser Regelung bedürfen der Schriftform (E-Mail ausreichend).
- 10.3 Rechnungsprüfung / Revision / Audit

Der Auftraggeber kann von der Agentur verlangen, dass sie die Richtigkeit ihrer Abrechnungen, insbesondere die vollständige, anteilsmäßige Durchleitung von Vorteilen, welche Dritter der Agentur gewährt haben, durch das Testat eines vereidigten Wirtschaftsprüfers bestätigt. Der Wirtschaftsprüfer wird ausdrücklich verpflichtet, dem

Auftraggeber lediglich das sie betreffende zutreffende Ergebnis mitzuteilen, ohne Einzelheiten der Berechnung preiszugeben.

Die Agentur verpflichtet sich ferner, dem Auftraggeber bzw. einem von ihm beauftragten, zur Berufsverschwiegenheit verpflichteten Wirtschaftsprüfer Einsicht in die betreffenden Buchungskonten bei den betreffenden Medien zu verschaffen und stellt ab dem Zeitpunkt der Vertragsunterzeichnung durch geeignete vertragliche Absprachen im Sinne eines echten Vertrages zugunsten Dritter sicher, dass der Auftraggeber dieses Recht effektiv ausüben kann. Sollte sich ein Dritter weigern, eine solche Klausel zu unterschreiben, wird die Agentur Rücksprache mit dem Auftraggeber halten und der Auftraggeber dann entscheiden, ob der Dritte womöglich dennoch beauftragt werden soll.

Ferner hat der Auftraggeber das Recht, sämtliche ausschließlich sie betreffenden Unterlagen über den Bezug von Medienleistungen, einschließlich der Planungsunterlagen und Strategiepapiere einem Audit im Hinblick auf die ordnungsgemäße Durchführung der Planung, der strategischen Ausrichtung und Auftragsvergabe sowie Auftragsabwicklung und -überwachung zu unterziehen. Die Agentur ist verpflichtet, dem Prüfer Zutritt zu ihren Räumlichkeiten zu gewähren und ihm alle erforderlichen Unterlagen in geeigneter Form vorzulegen oder zugänglich zu machen, vorausgesetzt, dass der Termin zuvor schriftlich angekündigt wurde. Der Auftraggeber wird der Agentur die Ergebnisse mitteilen und Gelegenheit zur Stellungnahme geben.

§ 11 Auftragserteilung an Dritte

- 11.1 Alleiniger Vertragspartner des Auftraggebers ist die Agentur, insoweit in den gem. § 2.1.1 zu treffenden Vereinbarungen nichts anderes vereinbart ist.

- 11.2 Insoweit die Agentur zur Erbringung der vertraglichen Leistung der Agentur gegenüber dem Auftraggeber Unteraufträge an Dritte erteilt, wird allein die Agentur Vertragspartner dieser Dritten und trägt allein deren Kosten, insoweit in den gem. § 2.1.1 zu treffenden Vereinbarungen nichts anderes vereinbart ist.

§ 12 Haftung / Gewährleistung

- 12.1 Die Parteien haften einander für Schäden jeder Art, die von ihnen selbst, ihren gesetzlichen Vertretern oder ihren Erfüllungsgehilfen vorsätzlich verursacht werden. Die Parteien haften einander weiter für Schäden aus der schuldhaften Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit, für Schäden aufgrund des Fehlens einer garantierten Beschaffenheit oder arglistiger Täuschung und für Schäden nach dem Produkthaftungsgesetz.
- 12.2 Liegen die in § 12.1 genannten Voraussetzungen nicht vor, haften die Parteien einander – gleich aus welchem Rechtsgrund –, wenn eine der Parteien oder ihre Vertreter oder Erfüllungsgehilfen eine wesentliche Vertragspflicht (Kardinalpflicht) schuldhaft oder eine sonstige Pflicht grob fahrlässig verletzen. In diesen Fällen ist die Haftung auf den vertragstypisch vorhersehbaren Schaden beschränkt. Als Kardinalpflichten gelten solche Pflichten, deren Erfüllung die ordnungsgemäße Durchführung des Vertrages überhaupt erst ermöglicht und auf deren Einhaltung der Vertragspartner regelmäßig vertrauen darf. Es handelt sich somit um Pflichten, deren Verletzung die Erreichung des Vertragszweckes gefährden würde.
- 12.3 Die Parteien sind sich darüber einig, dass mittelbare Schäden wie etwa entgangener Gewinn, in Ansehung des Vertragsgegenstandes nicht mehr als vertragstypisch oder vorhersehbar gelten. Die Haftung für solche Schäden nach § 12.2 ist daher ausgeschlossen.

- 12.4 Die Agentur garantiert, dass die von der Agentur oder ihren Erfüllungsgehilfen erbrachten Leistungen (insbesondere Auftragsdaten- und Ergebnisse, Grafiken, Bilder, Zeichnungen, Fotos, Vorlagentexte, Claims, Slogans, Konzepte, etc.) frei von Rechten Dritter sind, die eine Nutzung durch den Auftraggeber einschränken oder ausschließen. Die Agentur stellt den Auftraggeber bei einer Geltendmachung derartiger Ansprüche Dritter von rechtskräftig auferlegten Kosten und Schadensersatzbeträgen frei, vorausgesetzt, dass der Auftraggeber die Agentur unverzüglich schriftlich von der Anspruchserhebung in Kenntnis gesetzt hat, der Agentur die Möglichkeit der Verteidigung eingeräumt wird und der Auftraggeber der Agentur die ihr mögliche Unterstützung bei der Verteidigung gewährt. Vorstehendes gilt, insofern in den gem. § 2.1.1 zu treffenden Vereinbarungen keine abweichenden Regelungen getroffen worden sind.
- 12.5 Die Agentur haftet nicht für die Urheber-, Marken-, Design- oder sonstige rechtliche Schutzfähigkeit der von ihr erbrachten Leistungen. Mit dem vorgenannten Satz ist gemeint, dass die Agentur nicht garantiert, dass die von der Agentur erbrachten Leistungen einen Urheberrechtsschutz haben oder als Marke eintragungsfähig sind. Davon unberührt bleibt die in der vorstehenden § 12.4 geregelte Haftung der Agentur dafür, dass die im Rahmen dieses Vertrages erbrachten Leistungen entsprechend der in § 12.4 getroffenen Regelungen frei von Rechten Dritter sind.
- 12.6 Für die Zulässigkeit und die Bewerbung der Marken, Waren und/oder Dienstleistungen sowie der durch den Auftraggeber zur Verfügung gestellten Inhalte oder Sachaussagen über die Produkte und Leistungen des Auftraggebers, trägt dieser allein die Verantwortung. Der Auftraggeber stellt die Agentur von eigenen sowie sämtlichen Ansprüchen Dritter unter Einschluss der Kosten der Rechtsverteidigung frei, die diese im diesem Zusammenhang gegenüber der Agentur geltend machen. Gleiches gilt für Ansprüche Dritter, die diese gleich aus welchem Grund geltend machen, wenn die Agentur trotz des schriftlichen Hinweises auf solche entgegenstehenden Rechte oder Vorschriften auf ausdrücklichen Wunsch des Auftraggebers gehandelt hat.

§ 13 Versicherung

Die Agentur unterhält auf eigene Kosten eine Betriebshaftpflichtversicherung, die die sich aus den Regelungen dieses Vertrages ergebende Haftung der Agentur abdeckt und weist dem Auftraggeber den Abschluss sowie das Bestehen dieser Versicherung nach.

§ 14 Vertragslaufzeit

- 14.1 Dieser Vertrag wird mit Erteilung des Zuschlages in dem Vergabeverfahren mit den Aktenzeichen CXP4YNSMKAY wirksam („Beginn“) und endet achtundvierzig (48) Monate nach dem Beginn, ohne dass es einer Kündigung bedarf.

Der Auftraggeber (zur Klarstellung: Die Hamburg Tourismus GmbH und die Hamburg Marketing GmbH nur durch gemeinsame Erklärung) hat während der in Absatz 1 vereinbarten maximalen Laufzeit das Recht, den Vertrag mit einer Frist von drei Monaten zum Ende eines Kalenderjahres zu kündigen.

§ 14.2 bleibt unberührt.

- 14.2 Das Recht auf fristlose Kündigung aus wichtigem Grund bleibt unberührt. Kündigungen müssen schriftlich erfolgen.

§ 15 Abtretung von Forderungen, Aufrechnung

- 15.1 Die Abtretung einer Forderung gleich welchen Inhalts an Dritte bedarf der Zustimmung des Auftraggebers. Ohne die erforderliche Zustimmung erfolgte Abtretungen sind unwirksam. Der Auftraggeber wird die Zustimmung nur verweigern, wenn nach Prüfung

im Einzelfall seine Interessen an der Aufrechterhaltung der Forderungsbeziehung die Interessen des Vertragspartners in der beabsichtigten Abtretung überwiegen.

- 15.2 Eine Aufrechnung mit Gegenansprüchen gegen die eine Vertragspartei sind nur zulässig, wenn diese Ansprüche durch die andere Vertragspartei nicht bestritten werden oder rechtskräftig festgestellt sind.

§ 16 Sonstige Bestimmungen

- 16.1 Änderungen und Ergänzungen sowie mündliche Nebenabreden zu diesem Vertrag sind nicht getroffen worden. Aus Beweisgründen ist für Vertragsänderungen und Ergänzungen ebenfalls die Schriftform zu wählen. Dies gilt auch für das Schriftformerfordernis selbst.
- 16.2 Sollten Bestimmungen dieses Vertrages unwirksam sein oder werden oder sollte sich in dem Vertrag eine Lücke herausstellen, so wird hierdurch die Gültigkeit der übrigen Bestimmungen des Vertrages nicht berührt. Die Vertragsparteien haben sich so zu verhalten, dass der angestrebte Zweck erreicht wird und alles unternommen wird, was erforderlich ist, um die Teilnichtigkeit zu beheben bzw. die Lücke auszufüllen. Anstelle der unwirksamen Bestimmung oder zur Ausfüllung der Lücke soll eine angemessene, rechtlich zulässige Regelung treten, die dem am nächsten kommt, was die Vertragsparteien gewollt hätten, wenn sie die Teilnichtigkeit oder Lücke bedacht hätten.
- 16.3 Der Auftraggeber ist berechtigt, ihre Rechte und Pflichten aus diesem Vertrag auf Dritte zu übertragen, insofern an diesen Dritten mittelbar oder unmittelbar die Freie und Hansestadt Hamburg beteiligt ist.
- 16.4 Die Agentur wird sämtliche bei der Zusammenarbeit bekannt werdende Geschäftsvorgänge des Auftraggebers geheim halten und nicht an Dritte weitergeben. Dies gilt unabhängig davon, ob die betreffenden Informationen oder Daten ausdrücklich

als vertraulich gekennzeichnet sind oder nicht. Als vertraulich im vorstehenden Sinne sind auch die Inhalte dieses Vertrages zu behandeln. Die Agentur hat insbesondere sicherzustellen, dass Unbefugte keinen Zugriff auf die den Auftrag betreffenden Unterlagen erhalten. Die Verpflichtung zur Geheimhaltung erstreckt sich auch auf alle Mitarbeiter der Agentur. Die Agentur hat sicherzustellen, dass sie auch bestehen bleibt, wenn das Arbeitsverhältnis zwischen ihr und einem Mitarbeiter beendet wird. Die Verpflichtung gilt auch für andere Firmen und Personen, die von der Agentur ggf. zur Erfüllung des Auftrages herangezogen werden. Diese Geheimhaltungspflicht besteht auch nach Beendigung des Vertrages. Die Agentur verpflichtet sich, nach Beendigung des Vertrages alle dem Auftraggeber gehörende Materialien zurückzugeben oder zu löschen, sofern keine gesetzlichen Speicherfristen oder die Einhaltung von internen Dokumentationsprozessen (z.B. für die Wirtschafts- oder Betriebsprüfung) entgegenstehen.

16.5 Der Agentur ist bekannt, dass - insofern dieser Vertrag unter die Veröffentlichungs- und/oder Auskunftspflicht des Hamburgischen Transparenzgesetzes fällt - eine Verpflichtung besteht, den Vertrag entsprechend den Vorschriften des Hamburgischen Transparenzgesetzes zu veröffentlichen und/oder Auskunft zu erteilen.

16.6 Die Agentur erklärt mit der Unterzeichnung dieses Vertrages, dass

- Die Agentur, bzw. ihr Unternehmen, nicht nach der Technologie von L. Ron Hubbard arbeitet,
- weder die Agentur noch ihre Mitarbeiter nach der Technologie von L. Ron Hubbard geschult werden bzw. keine Kurse und/oder Seminare nach der Technologie von L. Ron Hubbard besuchen und
- die Agentur die Technologie von L. Ron Hubbard zur Führung ihres Unternehmens ablehnt.

16.7 Für die Durchführung dieses Vertrages gilt das Recht der Bundesrepublik Deutschland.

16.8 Gerichtsstand ist Hamburg.

Hamburg Tourismus GmbH

[...]

Michael Otremba
Geschäftsführer HHT

[...]

[...]

i.V. Lena Thomsen-Horn
Bereichsleitung Marketing HHT

[...]

[...]

Hamburg, _____

Hamburg Marketing GmbH

[...]

Dr. Rolf Strittmatter
Geschäftsführer HMG

[...]

[...]

i.V. Svenja Holst-Runge
Bereichsleitung Marketing HMG

[...]

[...]

Hamburg, _____