

Verwaltungsratssitzung 25.6.2024
Dok.-Nr. 20240507/394

Vorlage Vertrag mit Werbevermarkter

VEREINBARUNG

Zwischen

Dem BRF, mit Sitz in 4700 Eupen, Kehrweg 11

Und

[VERTRAGSPARTNER]

Wird folgende Vereinbarung abgeschlossen:

Präambel

Die Vermarktung der verfügbaren Werbezeiten und -flächen im BRF (in den Programmen BRF1, BRF2, BRF-TV und brf.be) wird mit der vorliegenden Vereinbarung [VERTRAGSPARTNER] übertragen. Gegenstand des vorliegenden Vertrages ist es, die Modalitäten dieser Zusammenarbeit zu bestimmen. Dieser Vertrag ergibt sich aus der Ausschreibung zur Konzession für die Vermarktung der Werbezeiten und -flächen der BRF-Produkte.

1. Gegenstand der Vereinbarung

1.1. [VERTRAGSPARTNER] wird eine Exklusivität für die Vermarktung der Werbezeiten beim BRF zugestanden, auch für neue und Soziale Medien.

1.2. [VERTRAGSPARTNER] wird sendefertige Werbespots an den BRF liefern. [VERTRAGSPARTNER] wird ständig darauf achten, dass die technische Qualität dieser Werbespots auf dem jeweiligen Technikstand ist und den Ansprüchen des BRF genüge leistet. Die Produktion dieser Spots liegt nicht der Verantwortung des BRF. [VERTRAGSPARTNER] obliegt es, die Produktion selbst zu organisieren bzw. diese an Dritte zu delegieren oder von den Kunden übernehmen zu lassen.

1.3. [VERTRAGSPARTNER] ist für die Disposition der Werbespots innerhalb der vorgesehenen Werbe-Sendezeiten verantwortlich.

1.4. Patenschaften über Programme oder bestimmte Veranstaltungen, die der BRF organisiert oder woran der BRF beteiligt ist, gehören nicht zum Auftrag von [VERTRAGSPARTNER], so dass [VERTRAGSPARTNER] auf Erlöse aus derartigen Patenschaften keinen kommerziellen Anspruch hat. Im Einzelfall kann der BRF derartige Patenschaften über [VERTRAGSPARTNER] abwickeln lassen. Dazu bedarf es dann jeweils einer gesonderten, schriftlichen und vorherigen Vereinbarung. Eventuelle abweichende Vereinbarungen gelten nur für den Einzelfall.

Erläuterung:

Unter „Vermarktung“ versteht man die Suche nach Werbekunden, die Verhandlung und den Abschluss von Verträgen sowie Rechnungsstellung und Eintreibung der geschuldeten Beträge.

Unter „Patenschaft“ versteht man die Nennung eines Werbetreibenden innerhalb eines Programmschemas des BRF, diese kann vor, während oder nach dieser Sendung stattfinden. Hierbei handelt es sich jedoch ausschließlich um eine bis zu sieben Sekunden dauernde Nennung (Beispiel: „das Wetter wurde präsentiert von ...“).

1.5. [VERTRAGSPARTNER] ist bekannt, dass zwischen BRF und Dritten Lieferungen und Dienstleistungen mit der kostenlosen Zurverfügungstellung von Werbezeiten vergütet werden. Der Abschluss und die Vermittlungen derartiger Vereinbarungen gehören nicht zum vertraglichen Auftrag von [VERTRAGSPARTNER] und sind somit auch keine Grundlage für einen kommerziellen Anspruch o.ä. von [VERTRAGSPARTNER]. Unabhängig davon kann [VERTRAGSPARTNER] Kompensationsgeschäfte – zum Beispiel hinsichtlich Dienstfahrzeugen des BRF – tätigen, aus denen sehr wohl eine kommerzielle Beteiligung von [VERTRAGSPARTNER] hervorgeht.

2. Vereinbarungen mit Werbekunden

2.1. [VERTRAGSPARTNER] ist ausschließlicher Vertragspartner der Werbekunden. [VERTRAGSPARTNER] wird in den Kundenbeziehungen darauf achten, dass nicht der falsche Eindruck entsteht, dass ein Vertragsverhältnis mit dem BRF eingegangen wird. [VERTRAGSPARTNER] verpflichtet sich diesbezüglich, den BRF gegen jeglichen Anspruch von Dritten zu garantieren, der sich aus der Ausführung des vertraglichen Auftrags an [VERTRAGSPARTNER] ergeben könnte.

2.2. [VERTRAGSPARTNER] verpflichtet sich dazu, die Vertragsmodelle (Allgemeine Geschäftsbedingungen, Rahmenbedingungen, Verträge) vorab mit dem BRF inhaltlich

abzustimmen.

2.3. [VERTRAGSPARTNER] ist alleine dafür verantwortlich, dass die Kunden bzw. die Produzenten der Werbespots alle jetzigen und zukünftigen rechtlichen und ethischen Bestimmungen und Gebräuche beachten. In diesem Zusammenhang achtet [VERTRAGSPARTNER] ebenso auf die Einhaltung des Geschäftsführungsvertrages und der Statuten des BRF. [VERTRAGSPARTNER] ist dazu verpflichtet, die Übereinstimmung von jedem Werbespot mit diesen Auflagen zu prüfen.

2.4. [VERTRAGSPARTNER] ist alleine dafür verantwortlich, dass für die gelieferten Werbespots alle erforderlichen Autorenrechte und Zustimmungen bzw. Genehmigungen vorliegen müssen. Der BRF kann in keinerlei Hinsicht von Rechtsinhabern, Behörden gleich welcher Art und Dritten belangt werden und [VERTRAGSPARTNER] muss den BRF gegen eventuelle Regressansprüche aus diesen Gründen garantieren.

2.5. [VERTRAGSPARTNER] nimmt zur Kenntnis und akzeptiert, dass der BRF in jedem Fall das Recht hat, aus technischen Gründen oder Programmgestaltungsgründen jeden Werbespot entfallen oder dessen Ausstrahlungszeitpunkt verändern zu lassen. Der BRF wird [VERTRAGSPARTNER] vorab, oder, falls dies nicht möglich ist, spätestens 48 Stunden nachher über derartige Maßnahmen unterrichten. [VERTRAGSPARTNER] bzw. die Werbekunden haben nur dann einen Entschädigungsanspruch gegen den BRF, wenn der Werbespot ungerechtfertigterweise nicht gesendet wurde.

2.6. [VERTRAGSPARTNER] verpflichtet sich dazu, seine Vereinbarungen mit den Werbekunden derart zu gestalten, dass diese nicht im Widerspruch mit den vorliegenden Vertragsbedingungen – so wie alle anderen Bedingungen, die zwischen den Vertragsparteien zukünftig vereinbart werden oder die vom BRF auferlegt werden sollten – stehen.

3. Verpflichtungen des BRF

3.1. Der BRF verpflichtet sich dazu [VERTRAGSPARTNER] ständig und zeitnah über das anwendbare Sendeschema zu informieren und [VERTRAGSPARTNER] generell alle Informationen zu erteilen, die im Rahmen des vertraglichen Auftrags von [VERTRAGSPARTNER] notwendig oder nützlich sind.

3.2. Der BRF verpflichtet sich dazu, die gelieferten Werbespots ordnungsgemäß auszusenden. Nach Möglichkeit wird der BRF [VERTRAGSPARTNER] über jeden Umstand informieren, der zu einer verspäteten Aussendung führt.

3.3. Der BRF ist zur Erfüllung seines öffentlich-Rechtlichen Auftrags für soziale, gesundheitliche, sportliche oder kulturelle Aktivitäten innerhalb der Deutschsprachigen

Gemeinschaft berechtigt, nicht-kommerzielle Werbung zu schalten. Dies hat in beiderseitigem Interesse der Programmgestaltung mit Information von [VERTRAGSPARTNER] zu geschehen. Für die Produktion und Ausstrahlung dieser nicht-kommerziellen Werbung ist der BRF zuständig und diese Werbung fällt außerhalb des Anwendungsbereichs des vorliegenden Vertrags. [VERTRAGSPARTNER] hat diese Auflage zu respektieren. Vorrang im Sendeplan hat immer die kommerzielle Werbung.

4. Tarife

4.1. [VERTRAGSPARTNER] ist in der Gestaltung seiner Tarife für Werbespots frei. Falls [VERTRAGSPARTNER] von seinen Kunden auch mit der Produktion der Werbespots beauftragt werden sollte, ist [VERTRAGSPARTNER] in dieser Preisgestaltung frei. [VERTRAGSPARTNER] muss in seiner Rechnungsstellung jedoch deutlich den Unterschied zwischen Ausstrahlungskosten der Werbespots und Produktion der Werbespots machen.

4.2. [VERTRAGSPARTNER] ist selbst für die Rechnungsstellung und Eintreibung seiner Forderungen bei den Werbekunden verantwortlich. Eine eventuelle Nichtzahlung bzw. verspätete Zahlung der Kunden berechtigt [VERTRAGSPARTNER] nicht dazu, die Zahlungen an den BRF auszusetzen, zu verzögern oder zu kürzen.

4.3. Der BRF fakturiert die vereinbarte Gesamtsumme vierteljährlich im Voraus. Die Rechnung des BRF ist innerhalb von 14 Kalendertagen zu bezahlen.

4.4. Die Konzession für die Vermarktung der Werbeflächen des BRF beträgt für den Vertragszeitraum folgende Werte:

Zeitraum	Referenzwert	Konzession
01.07.2025 31.12.2025	330.468,75 €	211.500,00 €
01.01.2026 31.12.2026	703.125,00 €	450.000,00 €
01.01.2027 31.12.2027	718.750,00 €	460.000,00 €
01.01.2028 30.06.2028	389.218,75 €	249.100,00 €

4.5. [VERTRAGSPARTNER] übermittelt dem BRF die Aufstellung seiner Tarife für die Vermarktung der Werbeflächen des BRF mindestens jährlich, bei Änderungen der Tarife zusätzlich unterjährig. Die Auflistung der Tarife wird in die Kategorien „nationale Werbung“, „regionale Werbung“ und „lokale Werbung“ unterteilt.

Erklärung:

Unter „nationaler Werbung“ versteht man die Werbung, die von Herstellern oder Dienstleistungsunternehmen betrieben wird, deren Marke oder Dienste eine nationale oder internationale Distribution vorweisen.

Unter „regionaler Werbung“ versteht man die Werbung eines KMU, welches seinen Sitz außerhalb der Deutschsprachigen Gemeinschaft hat und seine Marke oder Dienste nicht national oder international vertreibt.

Unter „lokaler Werbung“ versteht man die Werbung, die von Personen oder Firmen ausgeht, die ihren Sitz in der Deutschsprachigen Gemeinschaft haben.

5. Vertragsdauer

5.1. Der vorliegende Vertrag nimmt zum 1.7.2025 seinen Lauf und endet von Rechts wegen am 30.6.2028.

5.2. Der Vertrag kann im beiderseitigen Einverständnis um zwei weitere Jahre verlängert werden.

5.3. Das Recht der Kündigung aus wichtigem Grund bleibt unberührt. Als vorzeitige Beendigungsgründe können u.a. folgende Umstände angeführt werden:

- Der BRF kann den vorliegenden Vertrag vorzeitig auflösen, wenn [VERTRAGSPARTNER] schwerwiegend gegen die Bestimmungen des vorliegenden Vertrages verstößt.
- Bei Zahlungsunfähigkeit oder Zahlungsverzug der Rechnungen des BRF von mehr als 90 Tagen, Konkurs, Liquidierung oder Fusion von [VERTRAGSPARTNER] ohne Einverständnis des BRF mit einer anderen Firma, wird der Vertrag von Rechts wegen aufgelöst.
- Wenn es zu Zwischenfällen zwischen [VERTRAGSPARTNER] und dem BRF oder Dritten kommt, die derart gravierend sind, dass keine vertrauensvolle Zusammenarbeit mehr möglich ist, dann der Vertrag mit sofortiger Wirkung aufgelöst werden.

5.4. [VERTRAGSPARTNER] hat bei einer Beendigung des Vertrages keinen Anspruch auf Ausgleichsansprüche auf gleich welcher Rechtsgrundlage.

5.5. Das Recht der Kündigung aus wichtigem Grund durch [VERTRAGSPARTNER] bleibt ebenfalls unberührt, insofern der BRF seinen vertraglichen Verpflichtungen nicht nachkommen sollte.

5.6. Der BRF hat bei schuldhafter Auflösung des Vertrages zu Lasten des BRF

keinen Anspruch auf Ausgleichsansprüche auf gleich welcher Rechtsgrundlage.

6. Umsatz

6.1. [VERTRAGSPARTNER] verpflichtet sich dazu, mindestens vierteljährlich eine Aufstellung der durch die Vermarktung der Werbeflächen des BRF erzielten Umsätze an den BRF zu übermitteln, gestaffelt nach Tarifart. Kombiangebote für Werbekunden, die Werbeflächen des BRF mit Werbeflächen Dritter als Paket anbieten, sind in dieser Aufteilung separat und detailliert aufzuführen, inklusive finanziellem Verteilerschlüssel.

6.2. Übersteigt der Jahresumsatz den Referenzwert der Konzession um 2,5 Prozent oder mehr, fakturiert der BRF 25 Prozent auf den Umsatz über Referenzwert.

Referenzwert:

Jährlicher Preis der Konzession multipliziert mit dem Faktor 1,5625.

6.3. [VERTRAGSPARTNER] legt den unter 6.1. genannten Quartalsbericht spätestens am 15. Kalendertag des Monats, der dem Quartal folgt, vor.

7. Vertraulichkeit

[VERTRAGSPARTNER] ist nicht berechtigt, die im Rahmen des vorliegenden Vertragsverhältnisses bekanntwerdenden Informationen zum BRF an Dritte weiterzugeben.

Diese Vertraulichkeitsverpflichtung bleibt auch nach einer Beendigung des vorliegenden Vertrags bestehen.

8. Abtretung

[VERTRAGSPARTNER] darf den vorliegenden Vertrag nicht ohne Zustimmung des BRF an Dritte abtreten. Bei einem absehbaren Wechsel der Geschäftsführung oder der Mehrheitsteilhabe ist schon im Vorfeld der BRF so umgehend wie möglich zu informieren.

9. Konkurrenzverbot

9.1. [VERTRAGSPARTNER] verpflichtet sich während der Vertragsdauer, weder direkt noch indirekt für ein Konkurrenzunternehmen im Gebiet der Deutschsprachigen Gemeinschaft zu arbeiten. Ausgenommen hiervon sind Unternehmen, an denen der

BRF direkt oder indirekt beteiligt ist. Nach Beendigung des vorliegenden Vertrages gilt dieses Konkurrenzverbot noch während zwölf Monaten.

9.2. Bei einem Verstoß gegen dieses Konkurrenzverbot verpflichtet sich [VERTRAGSPARTNER] zur Zahlung einer Vertragsstrafe von 25.000 Euro. Insofern der BRF höheren Schaden nachweist, kann dieser zu Lasten von [VERTRAGSPARTNER] eingefordert werden.

10. Zurverfügungstellung von Büroräumen

Der BRF stellt [VERTRAGSPARTNER] für die Laufzeit des Vertrages zwei Büroräume auf der ersten Etage ihres Sitzes mit einer Fläche von jeweils 17 und 19,3 m² zur Verfügung. Die dafür zu zahlende Miete beläuft sich auf 526,88 Euro und 197,59 Euro zuzgl. MwSt. als pauschale Beteiligung an den Mietnebenkosten. [VERTRAGSPARTNER] schließt eine Mieterhaftpflichtversicherung in ausreichender Höhe ab und belegt dem BRF jederzeit die Versicherungsdeckung.

11. Salvatorische Klausel

Sollten einzelne Bestimmungen dieses Vertrages unwirksam oder undurchführbar sein, bleibt die Gültigkeit des Vertrages im Übrigen unberührt. Unwirksame oder undurchführbare Bestimmungen sind einvernehmlich durch solche zu ersetzen, die unter Berücksichtigung der Interessen beider Parteien den gewünschten wirtschaftlichen Zweck bestmöglich zu erreichen geeignet sind. Entsprechendes gilt für die Ausfüllung eventueller Vertragslücken.

12. Schriftform

Änderungen und Ergänzungen dieses Vertrages bedürfen der Schriftform.

13. Anwendbares Recht

Das belgische Recht ist auf den vorliegenden Vertrag anwendbar.

14. Gerichtsstand

Die Gerichte des Bezirks Eupen sind für alle Streitfragen zuständig.

BRF



Der vorliegende Vertrag besteht in zwei Originalexemplaren. Jede Partei bestätigt mit ihrer Unterschrift den Erhalt eines Exemplars.

Eupen, den **XX.XX.XXXX**

BRF

[VERTRAGSPARTNER]

Alain Kniebs
Direktor

XX

Geschäftsführer