

**Gruner + Jahr AG & Co KG**  
**Markenfamilie Geo**  
**Am Baumwall 11**  
**20459 Hamburg**

### **Betr. Neue Rahmenverträge für Auftragsproduktionen bei Gruner + Jahr**

Sehr geehrte Urheber, liebe Vertragspartner,

Gruner + Jahr (G+J) möchte mit seinen freien Fotografen, Autoren und Illustratoren (zusammen „Urhebern“) eine **Partnerschaft** auf einer gesicherten und einheitlichen Grundlage aufbauen. Dazu gibt es neue Rahmenverträge, welche die beiderseitigen Rechte und Pflichten bei **Auftragsproduktionen** regeln sollen. Ziel ist es, einerseits für G+J angemessene Möglichkeiten der Nutzung („**Fair Use**“) und andererseits für die Urheber eine angemessene finanzielle Beteiligung für derartige Nutzungen („**Fair Share**“) zu schaffen.

Wir, die **Markenfamilie Geo**, wenden uns daher mit der Bitte an Sie, die beigefügte Rahmenvereinbarung für Autoren als Basis für unsere weitere Zusammenarbeit auf Seite 4 zu unterzeichnen und per Post zurückzuschicken an

Gruner + Jahr AG & Co KG  
CS – Rechnungswesen / Rahmenvereinbarung  
20444 Hamburg

### **Um was geht es?**

Kernstück dieser Rahmenverträge sind **Nutzungsregeln** und gestaffelte (Zusatz-) **Vergütungen**.

Die **Nutzungsregeln** sehen vor, dass G+J die Werke der Urheber für sämtliche publizistische Zwecke nutzen darf, nicht jedoch für Werbung oder für Kundenzeitschriften.

Der Nutzungsmöglichkeit durch G+J korrespondiert ein Modell gestaffelter (Zusatz-) **Vergütungen**:

1. Die einmalige Nutzung in den Medien unserer Markenfamilie ist mit dem vereinbarten Honorar abgegolten. Die erneute Nutzung in den deutschsprachigen Medien unserer Markenfamilie führt zu einer Zusatzvergütung von 10 Prozent dessen, was üblicherweise für diese zusätzliche Nutzung gezahlt würde;
2. Nutzungen durch eine andere Markenfamilie von G+J führen zu einer Zusatzvergütung von 100 Prozent dessen, was üblicherweise dafür von diesem Nutzer gezahlt würde;
3. Nutzungen in fremdsprachigen Titeln/Produkten von G+J oder durch die Motor Presse Stuttgart führen zu einer Zusatzvergütung von 100 Prozent, Bemessungsgrundlage ist auch hier, was üblicherweise dafür von dem Nutzer gezahlt würde.

Darüber hinaus enthalten die Rahmenverträge **weitere branchenübliche Regelungen**. Sie wurden den wesentlichen Branchenverbänden vorgestellt und stehen im Einklang mit den gesetzlichen Vorgaben und aktuellen Gerichtsentscheidungen.

Falls Sie eine über den Rahmenvertrag hinausgehende **Syndication Ihres Werkes** wünschen, können Sie G+J mit der beiliegenden Syndicationvereinbarung auf der letzten Seite gesondert beauftragen.

Die unterschriebenen Verträge werden bei uns digital verwaltet. Vor einer weiteren Nutzung Ihrer Inhalte möchten wir nur (automatisiert) prüfen, ob der Rahmenvertrag unterzeichnet wurde, nicht jedoch (manuell) nach Sonderregelungen forschen. Wir bitten deshalb um Verständnis, dass wir deshalb grundsätzlich keine Änderungen am Text des Rahmenvertrages akzeptieren können.

Sollten Sie mit mehreren Markenfamilien bei G+J zusammenarbeiten, kann es sein, dass Sie gebeten werden, mehrere Rahmenverträge abzuschließen. Sollten Sie noch Fragen haben, können Sie sich gerne an Ihren gewohnten Ansprechpartner in der Redaktion wenden.

Mit freundlichen Grüßen

Peter-Matthias Gaede, Lars Nielsen, Michael Schaper, Martin Verg  
Chefredakteure

Anhang: Liste aller derzeitigen Markenfamilien von G+J Deutschland (ohne Motor Presse Stuttgart)

**Liste aller derzeitigen Markenfamilien von G+J Deutschland (ohne Motor Presse Stuttgart)**

<b>Markenfamilie</b>	<b>Objekte</b>
Stern	Stern, Stern Gesund leben, Stern extra, Stern Edition, Stern Reisen, Stern Gourmet, Stern Fotografie, Viva, View, Neon, Nido
Geo	Geo, Geo Saison, Geo Saison Extra, Geo Epoche, Geo Epoche Edition, Geo Epoche Panorama, Geo Kompakt, Geo Wissen, Geo Mini, Geolino, Geolino Extra, Geo Special
Art	Art
Eltern	Eltern, Eltern family, Eltern Ratgeber
P.M.	P.M. Magazin, P.M. Fragen & Antworten, P.M. Fragen & Antworten Spezial, P.M. Biografie, P.M. History, P.M. History Special, P.M. Perspektive, P.M. Rätsel (Sudoku, Kreativ, Intelligenz, Logik, Logicals), Wunderwelt Wissen
Brigitte	BRIGITTE, BRIGITTE WOMAN, BRIGITTE MOM
Gala	Gala, Gala Style, Gala Wedding, Gala Men
11 Freunde	11 Freunde, 11 Freunde Spezial
Grazia	Grazia
Food	ESSEN&TRINKEN, ESSEN&TRINKEN FÜR JEDEN TAG, ESSEN&TRINKEN SPEZIAL, BEEF!, DELI, Food-Teile von (food-sections of) BRIGITTE, BRIGITTE WOMAN, BRIGITTE MOM, LIVING AT HOME, LIVING AT HOME BOOKAZINE
Living	SCHÖNER WOHNEN, COUCH, HÄUSER, LIVING AT HOME, LIVING AT HOME BOOKAZINE, Living-Teile von (living-sections of) BRIGITTE, BRIGITTE WOMAN, BRIGITTE MOM
Dogs	DOGS
Wirtschaft	Capital, Business Punk

## Rahmenvereinbarung für Autoren

zwischen

Gruner + Jahr AG & Co KG  
Markenfamilie Geo  
Am Baumwall 11  
20459 Hamburg

- nachfolgend VERLAG -

und

- nachfolgend VERTRAGSPARTNER -

---

Die Markenfamilie Geo („die Markenfamilie“) umfasst derzeit die Zeitschriften und Internetauftritte unter den Namen Geo, Geo Saison, Geo Saison Extra, Geo Epoche, Geo Epoche Edition, Geo Epoche Panorama, Geo Kompakt, Geo Wissen, Geo Mini, Geolino, Geolino Extra und Geo Special sowie sonstige Angebote und Produkte unter diesen Kennzeichen.

Die nachfolgenden Regelungen gelten für alle Artikel und sonstigen Beiträge (nachfolgend zusammen „Beiträge“), mit denen der VERLAG den VERTRAGSPARTNER beauftragt; liefert der VERTRAGSPARTNER auftragsgemäß auch Fotos oder Illustrationen, gelten die nachfolgenden Regelungen sinngemäß auch für diese. Die Details der Produktion (Thema, Zeitpunkt, Ort, Honorar usw.) werden bei Auftragserteilung schriftlich, per Fax oder per E-Mail vereinbart.

### 1. Nutzungsrechte, Rechte am Material und Archivierung

1.1 Der VERTRAGSPARTNER räumt dem VERLAG **das räumlich und zeitlich unbeschränkte Recht ein**, die Beiträge im In- und Ausland für sämtliche publizistische Zwecke auf sämtliche Nutzungsarten zu nutzen. Der VERLAG hat insbesondere das Recht, die Beiträge beliebig oft in gedruckten und digitalen Medien (insbesondere in gegenwärtigen und zukünftigen Zeitschriften und Zeitungen einschließlich Sonderheften, Sonderausgaben, Sonderdrucken und Supplements, Büchern, Kalendern, e-Papers, e-Books und e-Magazines, sozialen Netzwerken, Apps und anderen Anwendungsprogrammen, ausgenommen Medien des Corporate Publishing), Rundfunk, Film, Fernsehen, im Internet, in Mobilfunknetzen, anderen Datennetzen und auf Datenträgern (alle Speicher-, Träger- und Übertragungstechniken) zu nutzen (insbesondere zu veröffentlichen, zu vervielfältigen, zu verbreiten bzw. öffentlich wahrnehmbar zu machen und zu vermieten), die Beiträge in Datenbanken zur Recherche und zum Download bereitzuhalten, zu archivieren und in Pressespiegeln zu nutzen. Dies umfasst auch die Digitalisierung und elektronische Speicherung der Beiträge. Von der Rechteeinräumung erfasst sind auch im Zeitpunkt des Auftrags unbekannt Nutzungsarten.

Des Weiteren räumt der VERTRAGSPARTNER dem VERLAG das Recht der Nutzung zu Zwecken der Werbung, PR und Öffentlichkeitsarbeit für den VERLAG bzw. für das nutzende Unternehmen gemäß nachfolgendem Absatz und für die jeweiligen Medien und Publikationen (im Folgenden zusammengefasst als „Eigenwerbung“) ein.

Der VERLAG darf die Rechte auch durch andere Unternehmen der Verlagsgruppe Gruner + Jahr nutzen lassen. Hierbei handelt es sich um die Gruner + Jahr AG & Co KG („G+J“) sowie Unternehmen, an denen G+J unmittelbar oder mittelbar mindestens fünfzig Prozent der Gesellschaftsanteile oder Stimmrechte hält („verbundene Unternehmen“). Soweit die publizistischen Produkte oder Eigenwerbematerialien im Auftrag der Verlagsgruppe Gruner + Jahr durch Dritte (z.B. beauftragte Redaktionsbüros, PR- oder Werbeagenturen) erstellt werden, dürfen die in den vorherigen Absätzen genannten

Das sagt der :Freischreiber-Anwalt zu Ziffer 1.1: Total Buy-Out: Es werden Rechte für alle Publikationen von G&J und allen mit G&J verbundenen Unternehmen in allen Medien (Print, Online, Buch, e-books etc) eingeräumt, nicht nur für die auftraggebende Redaktion. Ausgeschlossen sind allerdings Bertelsmann und Corporate-Publishing-Nutzungen.

Ra

2

Das sagt der :Freischreiber-Anwalt: Ziffer 1.3: Es gilt Exklusivität für ein Jahr. Eine Zweitverwertung ist vor Ablauf dieses Zeitraums nicht zulässig.

Rechte auch durch diese Dritten genutzt werden. Der VERLAG kann zu diesem Zweck anderen Unternehmen der Verlagsgruppe Gruner + Jahr und den in Satz 3 genannten Dritten hierfür die erforderlichen Nutzungsrechte übertragen oder Rechte hieran einräumen.

1.2

Der Klarstellung halber wird ausdrücklich festgehalten, dass die Rechteeinräumung gemäß Ziffer 1.1 nicht das Recht zur Nutzung außerhalb der Verlagsgruppe Gruner + Jahr bzw. der für diese gemäß Ziffer 1.1 tätige „Dritte“ (also z.B. nicht in sonstigen Bertelsmann-Unternehmen) umfasst. Ebenfalls nicht von Ziffer 1.1 umfasst ist die Nutzung zu Werbezwecken außerhalb der Eigenwerbung. Auch die Nutzung in einem Medium des Corporate Publishing (z.B. in Kundenmagazinen) ist von Ziffer 1.1 nicht erfasst. Die Übertragung und Einräumung dieser (und sonstiger) nicht von Ziffer 1.1 erfasster Rechte bestimmt sich nach etwaigen sonstigen Abreden der Vertragsparteien, z.B. der anliegenden Syndicationvereinbarung für Autoren.

1.3

Die Nutzungsrechte stehen dem VERLAG für einen Exklusivitätszeitraum ausschließlich, danach nicht ausschließlich zu. Der Exklusivitätszeitraum endet nach Ablauf von 12 Monaten ab Ablieferung der Beiträge. In jedem Fall behält der VERLAG nach Ablauf der Exklusivität einfache (nicht ausschließliche) Nutzungsrechte.

1.4

Der VERLAG ist zur Nutzung der übertragenen Rechte nicht verpflichtet. § 41 UrhG bleibt unberührt.

1.5

Der VERLAG hat das Recht, eine Auswahl unter den Beiträgen zu treffen und diese unter Wahrung der Urheberpersönlichkeitsrechte des VERTRAGSPARTNERS ganz oder teilweise zu bearbeiten. Er darf insbesondere darge Personen wegen möglicher Beeinträchtigung des Persönlichkeitsrechts unkenntlich machen sowie sonstige redak übers

3

Das sagt der :Freischreiber-Anwalt zu Ziffer 2: Die Honorarvereinbarung sieht vor, dass alle Nutzungen innerhalb der "Markenfamilie" (also der auftraggebenden Redaktion einschließlich Ableger) vom Grundhonorar abgedeckt sind. Für weitere Nutzungen in anderen Markenfamilien erhält der Autor 40 Prozent des von dieser Markenfamilie üblicherweise gezahlten Honorars. Das kann sich für den Autor positiv wie negativ auswirken: Ist Auftraggeber der Stern und Zweitnutzer Business Punk, ist das Zusatzhonorar gering. Im umgekehrten Fall ist es unter Umständen höher als das Basishonorar.

1.6

Der V... A... darüber ver... Wahrnehmung

2. Vergütung

2.1

Grundhonorar: Die einmalige Nutzung in einer deutschsprachigen Zeitschrift der Markenfamilie sowie den dazugehörigen e-Paper-, e-Book- bzw. e-Magazine-Ausgaben, sozialen Netzwerken, Apps und anderen Anwendungsprogrammen, die zeitlich unbefristete Nutzung in einem Internetauftritt der Markenfamilie, einschließlich der Nutzung in Mobilfunknetzen, anderen Datennetzen und auf Datenträgern (alle Speicher-, Träger- und Übertragungstechniken), die Eigenwerbung sowie die Nutzung in Pressespiegeln und Archiven, die durch den VERLAG, ein verbundenes Unternehmen oder im Auftrag der Verlagsgruppe Gruner + Jahr von Dritten erstellt bzw. betrieben werden, (zusammengefasst als „Grundnutzung“) ist mit dem vereinbarten Honorar abgegolten.

2.2

Zusatzhonorar: Zusatzhonorar: Für die über die Grundnutzung der Ziffer 2.1 hinausgehende Nutzung („Zusatznutzung“) erhält der VERTRAGSPARTNER ein zusätzliches Honorar:

2.2.1

erneute Nutzung innerhalb der Markenfamilie: Wenn die in Ziffer 2.1 genannten Nutzungen innerhalb der Markenfamilie auf eine bereits in Anspruch genommene Nutzungsart erneut erfolgen (z.B. Zweitabdruck in der gleichen Zeitschrift oder Nutzung auf einer weiteren Website der Markenfamilie), beträgt das gesondert neben dem Grundhonorar zu zahlende Zusatzhonorar für eine solche Zusatznutzung 10 Prozent des für eine derartige Nutzung üblicherweise gezahlten Honorars.

2.2.2

Nutzung außerhalb der Markenfamilie/der Grundnutzung: Wenn die in Ziffer 2.1 genannten Nutzungen für eine andere Markenfamilie erfolgen oder wenn die Nutzungen über die Grundnutzung der Ziffer 2.1 hinausgehen, beträgt das gesondert neben dem Grundhonorar zu zahlende Zusatzhonorar für solche Zusatznutzungen 100 Prozent des von dem betreffenden Nutzer für derartige Nutzungen üblicherweise gezahlten Honorars. Dies gilt nicht für Zusatznutzungen in fremdsprachigen Titeln und Produkten sowie in solchen der Motor Presse Stuttgart („MPS“); hierfür gilt Ziffer 2.2.3.

2.2.3

Nutzung in fremdsprachigen Titeln/Produkten oder durch MPS: Wenn die Nutzung von den Ziffern 2.1, 2.2.1 oder 2.2.2 nicht erfasst ist, entspricht das Zusatzhonorar 100 Prozent der üblichen Honorarsätze des jeweiligen Nutzers, hilfsweise einem mit diesem zu vereinbarenden angemessenen Honorar.

2.2.4

Bei mehreren Zusatznutzungen, z.B. durch mehrere andere Markenfamilien oder in mehreren fremdsprachigen Titeln, werden entsprechend mehrere Zusatzhonorare von den jeweiligen Nutzern gezahlt.

2.3

Nach Bekanntwerden einer neuen Nutzungsart sollen sich die Parteien unverzüglich auf eine gesonderte angemessene Vergütung für die Nutzung auf diese Nutzungsart (§ 32c UrhG) einigen. Im Falle einer tatsächlichen Nutzung durch den VERLAG oder mit diesem verbundene Unternehmen ist diese neben Grundhonorar und ggf. Zusatzhonorar(en) gesondert zu zahlen. Das Recht des VERTRAGSPARTNERS zum Widerruf gemäß § 31a UrhG bleibt unberührt.

2.4

Das Honorar wird, soweit nicht anders vereinbart, gegen Rechnungsstellung wie folgt fällig:  
- bei einem vereinbarten Tages- oder Garantiehonorar nach Ablieferung der Beiträge und Dokumentationsunterlagen;  
- bei einem vereinbarten Anstrichhonorar nach erstmaliger Veröffentlichung der Beiträge.

2.5

Etwas gesetzliche Vergütungsansprüche, insbesondere gemäß §§ 32, 32a, 32c UrhG, bleiben unberührt.

4

Das sagt der :Freischreiber-Anwalt zu Ziffer 2.4: Hier ist Aufmerksamkeit geboten: Wenn Anstrichhonorar vereinbart wird, kommt die Zahlung unter Umständen erst spät. Besser ist bei Ablieferung. Eine Regelung zu Ausfallhonoraren fehlt ganz und sollte ggf. gesondert vereinbart werden.

### 3. Weitere Pflichten des VERTRAGSPARTNERS

- 3.1 Der VERTRAGSPARTNER verpflichtet sich zur Wahrung der journalistischen Unabhängigkeit. Er verpflichtet sich, dem VERLAG unverzüglich anzuzeigen, wenn ihm von Dritten im Zusammenhang mit dem Auftrag finanzielle oder sonstige Vorteile angeboten oder in Aussicht gestellt werden.
- 3.2 Der VERTRAGSPARTNER verpflichtet sich, die Beiträge so abzufassen, dass sie Tatsachen und Vorgänge wahrheitsgemäß wiedergeben, insbesondere Informationen nicht durch Bearbeitung entstellen oder verfälschen und Dokumente wortgenau bzw. sinngetreu wiedergeben. Form und Inhalt jedes Beitrags sollen den darüber zwischen VERTRAGSPARTNER und VERLAG getroffenen Absprachen entsprechen, insbesondere einem gegebenenfalls zwischen ihnen vereinbarten Exposé.
- 3.3 Der VERTRAGSPARTNER wird darauf achten, dass Rechte Dritter nicht verletzt werden und die Beiträge nicht gegen Gesetze oder gegen den Presskodex verstoßen. Er hat bei Interviews und Gesprächen die erforderlichen Einwilligungen, z.B. im Hinblick auf Namensnennung oder Zitierung, in dem in Ziffer 1 genannten Umfang für die Markenfamilie einzuholen und dem VERLAG bei Lieferung der Beiträge in Textform mitzuteilen, wenn Einwilligungen nicht oder nicht vollen Umfangs vorliegen. Wird eine Rechtsverletzung geltend gemacht, so informiert der VERTRAGSPARTNER den VERLAG schriftlich unverzüglich und umfassend.
- 3.4 Der VERTRAGSPARTNER verpflichtet sich, dem VERLAG mit Ablieferung des jeweiligen Beitrags alle verwendeten Quellen- und Informationsmaterialien (zusammengefasst als „Dokumentationsunterlagen“) zu nennen, soweit nicht die einem Informanten zugesagte Vertraulichkeit („Informantenschutz“) entgegensteht, und dem VERLAG - soweit möglich - zur Verfügung zu stellen.
- 3.5 Der VERTRAGSPARTNER wird dem VERLAG die Beiträge in elektronischer Form übermitteln, soweit nicht anders vereinbart. Entsprechendes gilt für Dokumentationsunterlagen, soweit möglich.
- 3.6 Der VERTRAGSPARTNER ist zur Archivierung von Mitschriften, Mitschnitten und digitalen Daten, die Grundlage seiner Beiträge sind, für die Dauer von vier Jahren ab Veröffentlichung verpflichtet und hat dafür zu sorgen, dass der VERLAG im Fall geltend gemachter Rechtsverletzungen kurzfristig und kostenfrei hierauf zugreifen kann. Dies gilt nicht, soweit der VERTRAGSPARTNER Dokumentationsunterlagen an den VERLAG übergeben und nicht zurückerhalten hat. Übergibt der VERTRAGSPARTNER das in Satz 1 genannten Material an eine syndizierende Agentur, hat er dafür zu sorgen, dass die Agentur dem VERLAG den in Satz 1 genannten Zugriff ermöglicht.
- 3.7 Der VERTRAGSPARTNER verpflichtet sich, bis zur Veröffentlichung des Beitrags keinem Dritten, insbesondere Presseagenturen, Buchverlagen, Film, Funk und Fernsehen, Online-Diensten etc., im In- oder Ausland Informationen darüber zu geben, zu welchem Thema er beauftragt ist, soweit es nicht für die Durchführung des Auftrags erforderlich ist, und über alle Geschäfts- und Betriebsgeheimnisse des Verlages gegenüber Dritten Stillschweigen zu bewahren. Er verpflichtet sich, auf zur Ausführung des Auftrags vom VERLAG bezahlten Reisen oder bei Gelegenheit der Auftragsausführung weder für sich noch für Dritte tätig zu werden und ohne vorherige Zustimmung des VERLAGES keine Foto-, Video- oder Audioaufzeichnungen zu fertigen, soweit diese nicht unmittelbar der Erfüllung des Auftrags für den VERLAG dienen.
- 3.8 Der VERTRAGSPARTNER ist, soweit er in einem Mitgliedstaat der Europäischen Union ansässig ist, bei den Produktionen im Rahmen der Unfallversicherung von G+J mit € 150.000 gegen Tod und € 300.000 gegen Invalidität versichert. Sonstige Versicherungen, z.B. für etwaige Begleitpersonen oder das Equipment, liegen in der Verantwortung des VERTRAGSPARTNERS.

### 4. Sonstiges

- 4.1 Eine Verschiebung des Ablieferungszeitpunktes der Beiträge bedarf der vorherigen Zustimmung durch den VERLAG in Textform. Auslagen werden nur nach vorheriger Vereinbarung gegen Nachweis erstattet; gesetzliche Aufwendungsersatzansprüche bleiben unberührt.
- 4.2 Diese Vereinbarung tritt mit beidseitiger Unterzeichnung in Kraft. Sie kann von jeder Partei mit Wirkung für die Zukunft gekündigt werden. Bereits unter der Geltung dieser Vereinbarung abgewickelte oder in Auftrag gegebene Produktionen bleiben unberührt; insbesondere verbleiben die dem VERLAG eingeräumten Rechte zeitlich unbefristet bei ihm; dies gilt nicht bei einer außerordentlichen Kündigung des VERTRAGSPARTNERS aus wichtigem Grund. Die Kündigungsfrist beträgt einen Monat zum Ende eines Kalendermonats; sind dann zur Zeit der Kündigung bereits in Auftrag gegebene Produktionen noch nicht vollständig abgewickelt, so verlängert sich die Kündigungsfrist auf den Zeitpunkt der Beendigung dieser Produktionen. Das Recht zu einer außerordentlichen Kündigung aus wichtigem Grund, welche gegebenenfalls auch laufende Produktionen erfassen kann, bleibt unberührt.
- 4.3 Die Verfolgung von Rechtsverletzungen durch Dritte obliegt während des Exklusivitätszeitraumes (Ziffer 1.3) ausschließlich dem VERLAG; dies gilt nicht, soweit Urheberpersönlichkeitsrechte des VERTRAGSPARTNERS betroffen sind, in diesem Fall teilt der VERTRAGSPARTNER dem VERLAG die beabsichtigte Rechteverfolgung rechtzeitig vorab mit. Nach Ablauf des Exklusivitätszeitraumes werden sich VERTRAGSPARTNER und VERLAG über die Rechteverfolgung im Vorhinein abstimmen.

5

Das sagt der :Freischreiber-Anwalt zu Ziffer 3.7: Die Klausel schließt aus, bei einer Recherche entstandenes Material für andere Auftraggeber oder Texte zu verwenden. Angemessen ist dies nur dann, wenn G&J die kompletten Reisespesen trägt – dann ist das Interesse des Verlags legitim, nicht andere Publikationen quer zu subventionieren. Wenn aber z.B. der Autor selbst an einer Pressereise teilnimmt und von dort eine Geschichte anbietet, sollte mit der Redaktion vereinbart werden, dass die Klausel keine Anwendung findet.

- 4.4 Der VERTRAGSPARTNER verpflichtet sich, gegebenenfalls den Fragebogen des VERLAGES zur Scheinselbstständigkeit wahrheitsgemäß zu beantworten und dem VERLAG alle in diesem Zusammenhang erforderlichen Auskünfte zu erteilen.
- 4.5 Der VERTRAGSPARTNER hat das Honorar selbst zu versteuern. Er gibt wahrheitsgemäß an, ob er mehrwertsteuerpflichtig ist. Wird der VERTRAGSPARTNER nicht im Gebiet der Bundesrepublik zur Einkommensteuer veranlagt, so zeigt er dem VERLAG dieses an. In diesem Fall nimmt der VERLAG einen gesetzlich vorgeschriebenen Steuerabzug vor. Die Einbehaltung und Abführung der Steuer kann aufgrund eines Doppelbesteuerungsabkommens entfallen, wenn der VERTRAGSPARTNER für seine Tätigkeit für den VERLAG einen Freistellungsbescheid des zuständigen Finanzamtes vorlegt. Dieser ist regelmäßig zu erneuern.
- 4.6 Ist eine Bestimmung dieser Vereinbarung unwirksam, so berührt dies nicht die Wirksamkeit der übrigen Bestimmungen; die Parteien ersetzen in diesem Fall die unwirksame durch eine wirksame Bestimmung, die dem wirtschaftlichen Zweck der unwirksamen Bestimmung möglichst nahe kommt. Entsprechendes gilt im Falle einer Regelungslücke.
- 4.7 Es gilt das Recht der Bundesrepublik Deutschland unter Ausschluss der Verweisungsregeln.
- 4.8 Für den Fall, dass der VERTRAGSPARTNER keinen allgemeinen Gerichtsstand im Inland hat oder nach Vertragsabschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthaltsort aus dem Geltungsbereich dieses Gesetzes verlegt oder sein Wohnsitz oder gewöhnlicher Aufenthalt zum Zeitpunkt einer Klageerhebung nicht bekannt ist, oder dass der VERTRAGSPARTNER Kaufmann ist, wird als Gerichtsstand Hamburg vereinbart.

Hamburg, den \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_, den \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
 Gruner + Jahr AG & (\_\_\_\_\_  
 Markenfamilie Geo

\_\_\_\_\_  
 VERTRAGSPARTNER



Das fehlt dem :Freischreiber-Anwalt:  
 · Verpflichtung zum Einbau von Zählpixeln  
 · Verpflichtung des Verlags, den Autor über die Zusatznutzung durch anderen Markenfamilien / Auslandspublikationen zu informieren und regelmäßig Rechnung zu legen (vgl. Impulse-AGB)  
 · Das Recht des Autors, den redigierten Text vor Veröffentlichung einzusehen und Korrekturen vorzunehmen  
 · Eine Regelung zu Ausfallhonoraren (insbesondere auch eine zeitliche Grenze, wenn Anstrichhonorare vereinbart sind – dann wartet der Autor unter Umständen ewig auf die Zahlung).

## Syndicationvereinbarung für Autoren zwischen VERLAG und VERTRAGSPARTNER

---

Zwischen dem VERLAG und dem VERTRAGSPARTNER ist unter dem gleichen Tag eine Rahmenvereinbarung für Autoren („die Rahmenvereinbarung“) geschlossen worden. Mit der Rahmenvereinbarung räumt der VERTRAGSPARTNER dem VERLAG bestimmte Rechte zu publizistischen und Eigenwerbezwecken ein, die dem VERLAG für einen bestimmten Exklusivitätszeitraum ausschließlich (exklusiv), anschließend nicht ausschließlich zustehen sollen.

Während des Exklusivitätszeitraums kann allein der VERLAG über die Nutzung der Beiträge entscheiden. Um jedenfalls in dieser Zeit, gegebenenfalls aber auch darüber hinaus, eine Vermarktung der Beiträge auch an Dritte zu ermöglichen, schließen die Vertragsparteien zumindest für den Zeitraum des Exklusivitätszeitraums eines Beitrages diese Syndicationvereinbarung:

1. Der VERTRAGSPARTNER und der VERLAG vereinbaren hiermit die Syndication der Rechte an den vom VERTRAGSPARTNER geschaffenen Beiträgen nach Maßgabe der folgenden Regelungen. Dabei meint Syndication - in Erweiterung der Rechteeinräumung in der Rahmenvereinbarung - die kostenpflichtige Übertragung bzw. Einräumung von Nutzungsrechten für alle Nutzungsarten und auf allen Nutzungswegen an nicht zur Verlagsgruppe Gruner + Jahr gehörende Dritte und / oder zu Zwecken auch außerhalb publizistischer Zwecke oder Eigenwerbungszwecke. Die Syndication kann sich beziehen auf die Zweit- bzw. weitere Nutzung von gemäß der Rahmenvereinbarung bereits publizierten Beiträgen oder auf die Erstnutzung bislang nicht publizierter Beiträge. Die Syndication kann unter Wahrung der Urheberpersönlichkeitsrechte auch Beitragsteile, Übersetzungen oder sonstige Bearbeitungen umfassen.
2. Soweit nachfolgend nicht anders geregelt, kann die Syndication der Beiträge an beliebige Dritte zu beliebigen Zwecken, inhaltlich, räumlich und zeitlich unbeschränkt erfolgen. Handelt es sich bei dem Dritten um eine Partneragentur des VERLAGES, kann dieser auch das Recht eingeräumt werden, ihrerseits die Beiträge im Rahmen ihres Geschäfts weiterzusyndizieren.

Der VERTRAGSPARTNER ist berechtigt, dem VERLAG Beschränkungen der Syndication, z.B. den Ausschluss bestimmter Zwecke, bestimmter Länder oder bestimmter Dritter, (zusammengefasst als „Sperrvermerke“) vorzugeben. In diesem Fall darf eine Syndication in dem von einem Sperrvermerk umfassten Bereich nicht erfolgen. Der VERLAG verpflichtet sich, etwaige Sperrvermerke zu beachten, sie an etwaige Partneragenturen weiterzugeben und für ihre Einhaltung durch diese Sorge zu tragen. Die Vorgabe derartiger Sperrvermerke bedarf aus Dokumentationsgründen der Textform (z.B. Brief, Telefax oder E-Mail). Die Partneragentur ist verpflichtet, auch eventuelle Sperrvermerke des VERLAGES zu beachten.

3. Bei einer Vermarktung der Beiträge erhält der VERTRAGSPARTNER 40 Prozent des Nettoerlöses (erzielter Syndicationbruttoerlös abzüglich Umsatzsteuer) zzgl. Umsatzsteuer.
4. Diese Syndicationvereinbarung tritt mit beiderseitiger Unterzeichnung in Kraft.

Jede Vertragspartei kann mit einer Kündigungsfrist von drei Monaten zum Ende des jeweiligen Exklusivitätszeitraums die Syndication jedes einzelnen Beitrages nach dieser Syndicationvereinbarung kündigen (Teilkündigung). In diesem Falle ist der VERTRAGSPARTNER berechtigt, zukünftige Syndizierungen des betroffenen Beitrages selbst oder durch Dritte vorzunehmen. Die Rechte des VERLAGES aus der Rahmenvereinbarung bleiben unberührt.

Jede Vertragspartei kann zudem diese Syndicationvereinbarung als Ganzes mit einer Kündigungsfrist von drei Monaten zum Ende des Kalendermonats, frühestens jedoch zum auf den Ablauf des Exklusivitätszeitraums für den ersten unter ihrer Geltung vom VERTRAGSPARTNER erstellten Beitrag folgenden Monatsletzten, kündigen. In diesem Fall ist die jeweils andere Vertragspartei zur außerordentlichen Kündigung der Rahmenvereinbarung aus wichtigem Grund berechtigt.

5. Die Regelungen der Rahmenvereinbarung, einschließlich der dortigen Begriffsbestimmungen, gelten ergänzend.
- \_\_\_\_\_, den \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
Gruner + Jahr AG & Co KG  
Markenfamilie Geo

\_\_\_\_\_  
Unterschrift VERTRAGSPARTNER

\_\_\_\_\_  
Name VERTRAGSPARTNER