



GERMAN UPA
Usability Professionals' Association

Vertrag zur Förderung des Vereinszwecks des German UPA e.V.

Zwischen

German UPA e.V.

nachfolgend „Geförderter“ genannt –

und

nachfolgend „Förderer“ genannt –

wird folgender Vertrag geschlossen:

§ 1 Vertragsgegenstand

Die Vertragspartner vereinbaren zum Zwecke der Förderung des Vereinszwecks des Geförderten (vgl. Satzung §2 des Geförderten in der aktuellen Fassung vom 08.09.2009) nachfolgende Leistungen auf Gegenseitigkeit:

§1 Abs.1: Paket A - Förderer der German UPA

- Der German UPA e.V. ist der Berufsverband der deutschen Usability Professionals mit fast 900 Mitgliedern (Stand: Dezember 2010). Eine Mitgliedschaft im „Förderkreis German UPA“ verläuft immer für ein Kalenderjahr, bzw. beim Einstieg innerhalb eines Kalenderjahres zum jeweiligen Quartalsanfang bis zum jeweiligen Kalenderjahresende.
- Der Förderer stellt zur Unterstützung des Geförderten *Barmittel in Höhe von*
 - 1.750,00 € (ab 01.01.11)
 - 1312,50 € (ab 01.04.11)
 - 875,00 € (ab 01.07.11)
 - 437,50 € (ab 01.10.11)

(zu überweisen auf: GC UPA e.V., Konto-Nr. 4084 21 709, BLZ 600 100 70, Postbank Stuttgart) zur Verfügung.

- Im Gegenzug verpflichtet sich der Geförderte zu nachfolgenden Leistungen, die spätestens ab Tag des Zahlungseingangs zu erbringen sind.

1.) Bereitstellung eines Logos "German UPA Förderer 2010"

Das Logo darf vom Förderer zur Verwendung auf dessen Website sowie weiteren Medien des Förderers in unverändertem Zustand zeitlich unbefristet verwendet werden.

2.) Präsenz auf www.germanupa.de

Die Webseite des Geförderten (www.germanupa.de) bietet eine zentrale Anlaufstelle im WorldWideWeb für deutschsprachige Usability und User Experience Professionals mit über 100 Besuchern pro Tag und 18.000 Seitenaufrufen pro Monat. Der Förderer hat Anspruch auf folgende Leistungen (Sponsorenlisten werden stets in alphabetischer Reihenfolge präsentiert):

- Platzierung des Firmenlogos des Förderers inklusive Link auf der Startseite der "German UPA – Website" (germanupa.de).
- Platzierung des Firmenlogos des Förderers inklusive Link in der "Liste der German UPA Förderer" auf der "German UPA – Website".
- Visitenkarte / Redaktionelle Seite des Förderers bei Bereitstellung entsprechenden Materials auf der "German UPA – Website".
- Stellenanzeigen (bis zu Anzahl 8) des Förderers bei Bereitstellung entsprechenden Materials auf der "German UPA – Website".
- Veranstaltungshinweise (bis zu Anzahl 8) des Förderers bei Bereitstellung entsprechenden Materials auf der "German UPA – Website".

3.) Benennung auf allen Medien / Veranstaltungen des Geförderten

Der Förderer erhält eine Benennung als „Mitglied des Förderkreises German UPA“ auf allen dazu geeigneten Medien und Veranstaltungen der German UPA des jeweiligen Jahres, mindestens aber in folgendem Umfang (Sponsorenlisten werden stets in alphabetischer Reihenfolge präsentiert):

- Platzierung des Firmenlogos des Förderers inklusive Link auf entsprechenden Webseiten der German UPA.
- Platzierung des Firmenlogos des Förderers auf entsprechende Printmedien und in Präsentationsmedien der jeweiligen Veranstaltung.
- Nennung des Förderers mit Logo auf der Mitgliederversammlung der German UPA
- Platzierung des Firmenlogos des Förderers im Jahresband der Usability Professionals 2011.



§1 Abs.2: Paket B - World Usability Day

- Der World Usability Day ist der jährliche weltweite Aktionstag für Usability und User Experience. 2010 nahmen in Deutschland, Österreich und der Schweiz 24 Städte unter der Schirmherrschaft des Geförderten teil.
- Die überregionale Webseite („worldusabilityday.de“) bietet die vollumfängliche Übersicht sämtlicher regionaler Veranstaltungen zum World Usability Day in Deutschland. Während der Vorlaufphase von September bis Oktober und dann zum Veranstaltungstermin im November werden je nach Regionenseite bis zu 400 Besucher am Tag und 4000 Seitenaufrufe innerhalb von vier Wochen verzeichnet. Für die Platzierung eines Logos auf der Startseite ist mit einem Vielfachen an Ansichten zu rechnen.
- Der Förderer stellt zur Unterstützung des Geförderten *Barmittel in Höhe von 1.000,00 €* (zu überweisen auf: GC UPA e.V., Konto-Nr. 4084 21-709, BLZ 600 100 70, Postbank Stuttgart) zur Verfügung.
- Im Gegenzug verpflichtet sich der Geförderte zu nachfolgenden Gegenleistungen (Sponsorenlisten werden stets in alphabetischer Reihenfolge präsentiert):
 1. Platzierung des Firmenlogos des Förderers inklusive Link auf der Startseite von "worldusabilityday.de" mindestens bis zum 31.01.2012.
 2. Platzierung des Firmenlogos des Förderers inklusive Link in der "Liste der World Usability Day 2010 Förderer" auf der "German UPA – Website" mindestens bis zum 31.01.2012.
 3. Bereitstellung eines Logos "Sponsor des World Usability Day 2011" zur zeitlich unbefristeten Verwendung auf der Website des Förderers in unverändertem Zustand.



§1 Abs. 3: Auswahl der Pakete

Der vorliegende Vertrag umfasst:

- Paket A – Förderer der German UPA, zum Preis von
 - 1.750,00 € (ab 01.01.11)
 - 1312,50 € (ab 01.04.11)
 - 875,00 € (ab 01.07.11)
 - 437,50 € (ab 01.10.11)

- Paket B – World Usability Day, zum Preis von 1.000,00 €

Bei der Kombination beider Pakete ab 01.01.11 wird ein Rabatt von 250,00 € und ab 01.07.11 ein Rabatt von 125,- € gewährt.

§ 2 Ausschluss

Ausgeschlossen sind Logos und Werbung,

- die gegen rechtliche Bestimmungen verstößt
- die das Ansehen und die Würde der öffentlichen Verwaltung und des Staates verletzt
- mit parteipolitischem Inhalt, insbesondere Wahlwerbung
- die durch ihren Inhalt oder ihre Aufmachung gegen die guten Sitten verstößt
- für Nikotin, Alkohol und andere Suchtmittel

§ 3 Rechtzeitigkeit

Die für die vereinbarte Werbemaßnahme benötigten Materialien, Abbildungen, Software, Träger etc. werden auf Kosten des Förderers dem Geförderten rechtzeitig zur Verfügung gestellt.

§ 4 Nutzungsbestimmung

Die dem Geförderten überlassenen Werbemittel dürfen nur zu dem in diesem Vertrag vereinbarten Zweck verwandt werden. Weitere oder andere Nutzungen bedürfen der vorherigen Zustimmung des Förderers.

§ 5 Urheber- und Wettbewerbsrechte

Es besteht Einvernehmen zwischen den Vertragspartnern, dass durch die Verwendung der überlassenen Werbemittel auf, an oder in Produkten/ Eigentum des Förderers der Geförderte keine Rechte an den Produkten/ Eigentum, insbesondere Urheber- und/oder Wettbewerbsrechte erwirbt.

§ 6 Haftungsausschluss

Der Geförderte übernimmt keine Gewähr für den Werbeerfolg. Die Haftung durch den Geförderten für Verlust oder Schäden jeglicher Art an den zur Verfügung gestellten Werbemitteln, soweit diese nicht grob fahrlässig oder vorsätzlich durch Beschäftigte des Geförderten verursacht werden, ist ausgeschlossen.

§ 7 Kündigungsfrist

Dieser Vertrag kann jederzeit ohne Einhaltung einer Frist im beiderseitigen Einvernehmen aufgehoben werden. Das Recht zur ordentlichen Kündigung durch den Förderer ist nur unter Wahrung einer Frist von 4 Wochen vor dem gesponserten Ereignis möglich, soweit der Geförderte noch keine vertraglichen Bindungen im Vertrauen auf diesen Vertrag eingegangen ist. Das Recht zur außerordentlichen Kündigung bleibt davon unberührt.



§ 8 Salvatorische Klausel

Sollten in dem Vertrag eine oder mehrere Bestimmungen aus tatsächlichen oder rechtlichen Gründen unwirksam sein oder werden, so wird die Wirksamkeit der übrigen Vertragsbestimmungen hierdurch nicht berührt. Die Vertragsparteien verpflichten sich vielmehr, die unwirksamen Bestimmungen durch eine dem wirtschaftlichen Erfolg möglichst gleichkommende Regelung zu ersetzen.

§ 9 Schriftformerfordernis

Nebenabreden sind nicht geschlossen. Die Aufhebung, Änderung oder Ergänzung des Vertrages bedürfen zu ihrer Wirksamkeit der Schriftform. Kündigungserklärungen haben der jeweils anderen Vertragspartei zumindest mit eingeschriebenem Brief zuzugehen.

§ 10 Inkrafttretung

Der Vertrag tritt mit Unterzeichnung in Kraft.

§ 11 Gerichtsstandbestimmung

Gerichtsstand ist Stuttgart.

_____, den _____

Unterschrift

Stuttgart, den _____

German UPA e.V.

Unterschrift