

Nutzungsrichtlinie für die Wort-Bild-Marke der Bundesgartenschau Mannheim 2023 gGmbH

1. Markenschutz und Rechtsstand

- 1.1. Die Deutsche Bundesgartenschau-Gesellschaft mbH ist Inhaberin der Wort-Bild-Marke „BUGA23“, eingetragen am 28.02.2020 beim Marken- und Patentamt unter der Nr. 302020102719.
- 1.2. Die BUGA gGmbH ist berechtigt, Unterlizenzen zur Nutzung der Marke zu erteilen.

2. Nutzungsrecht

- 2.1. Die BUGA gGmbH räumt dem Markennutzer das nicht ausschließliche Recht ein, die Wort-Bild-Marke „BUGA 23“ sowie das entsprechende Partnerlogo für die Werbung als Partner der BUGA gGmbH zu benutzen.
- 2.2. Insbesondere ist der Markennutzer berechtigt,
 - die Wort-Bild-Marke in Geschäftspapieren und eigenen Werbemitteln,
 - auf seiner Website,
 - in Printmedienzu benutzen.

Die Nutzung der Wort-Bild-Marke auf Merchandising-Artikeln ist ausdrücklich ausgeschlossen.

- 2.3. Die Wort-Bild-Marke darf ausschließlich in der im Markenregister eingetragenen Form benutzt werden. Der Markennutzer darf die Wort-Bild-Marke ausschließlich in der Form verwenden, wie unter Punkt 8. „Corporate Design Manual – Logonutzung“ festgelegt ist.
- 2.4. Die BUGA gGmbH stellt dem Markennutzer die Wort-Bild-Marke außerdem in digitaler Form als JPEG-Datei oder auf Nachfrage in anderen verfügbaren Formaten zur Verfügung.
- 2.5. Der Markennutzer ist nicht berechtigt, Unterlizenzen zur Nutzung der Marke an Dritte zu erteilen, oder die Nutzungsrechte an Dritte zu übertragen. Die Wort-Bild-Marke darf Dritten nicht zur Nutzung überlassen werden.

3. Pflichten des Markennutzers

- 3.1. Der Markennutzer verpflichtet sich, immer vor Veröffentlichung der BUGA23-Marke eine Freigabe der jeweiligen Anwendung bei der BUGA gGmbH einzuholen. Ansprechpartnerin

hierfür ist das Marketing der BUGA gGmbH. Zur Einholung und Erteilung der Freigabe genügt die Textform (E-Mail / marketing@buga23.de).

- 3.2. Der Markennutzer überträgt der BUGA gGmbH hiermit im Voraus sämtliche Marken- und sonstige Kennzeichenrechte, die infolge der Benutzung der Marke eventuell entstehen. Sollte die Übertragung nicht möglich sein, räumt der Markennutzer eine exklusive, übertragbare und unentgeltliche Lizenz an diesen Rechten ein.

4. Nutzungsgebühr

Eine Nutzungsgebühr wird nicht erhoben.

5. Informationspflicht

Die Parteien werden sich gegenseitig unverzüglich unterrichten, wenn ihnen eine erfolgte oder drohende Verletzung oder Beeinträchtigung der Marke bekannt wird.

6. Haftung

- 6.1. Der BUGA gGmbH sind keine älteren Rechte Dritter bekannt, die der Benutzung der Wort-Bild- Marke entgegenstehen könnten.
- 6.2. Darüber hinaus wird jegliche Haftung der BUGA gGmbH für den Fall, dass die Verwendung der Marke nach diesem Vertrag Rechte Dritter verletzt, ausgeschlossen. Der Haftungsausschluss gilt nicht für Schäden, die auf grober Fahrlässigkeit oder einem vorsätzlichen Verhalten der BUGA gGmbH beruhen. Ebenso wenig gilt der Haftungsausschluss für die Verletzung wesentlicher Vertragspflichten.
- 6.3. Der Markennutzer stellt die BUGA gGmbH von jeglichen Ansprüchen Dritter frei, die auf die Nutzung der Wort-Bild-Marke durch den Markennutzer zurückzuführen sind.

7. Abwicklung nach Vertragsbeendigung

- 7.1. Bei der Beendigung des Vertrages wird der Markennutzer unverzüglich die Benutzung der Vertragsmarke unterlassen.
- 7.2. Die BUGA gGmbH bleibt alleinige Inhaberin aller Rechte an der Wort-Bild-Marke im Verhältnis zum Markennutzer.
- 7.3. Der Markennutzer ist berechtigt, sämtliche mit der Wort-Bild-Marke gekennzeichneten eigenen Werbemittel bis zum 31.12.2024 zu verwenden. Dies gilt nicht, wenn die BUGA gGmbH die Markennutzung außerordentlich kündigt aus Gründen, die der Markennutzer zu vertreten hat.

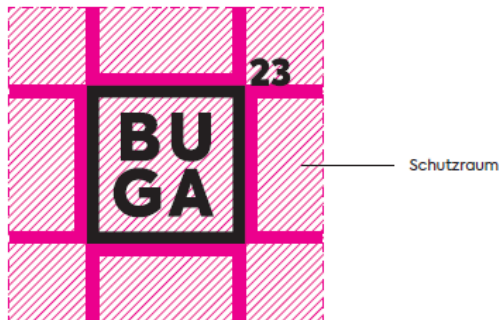


8. Corporate Design Manual – Logonutzung

DAS LOGO SCHUTZRAUM

Das Logo besitzt eine wichtige Funktion innerhalb des Corporate Designs und muss deshalb sorgfältig behandelt werden. Zu diesem Zweck dient der Schutzraum, also ein definierter Festabstand, der zu anderen Gestaltungselementen gewahrt werden muss.

Der Schutzraum des Logos ergibt sich aus der halben Höhe des Quadrats. Diese Höhe bzw. Breite bildet den Mindestabstand zu anderen Objekten oder bestimmt Formatbegrenzungen.

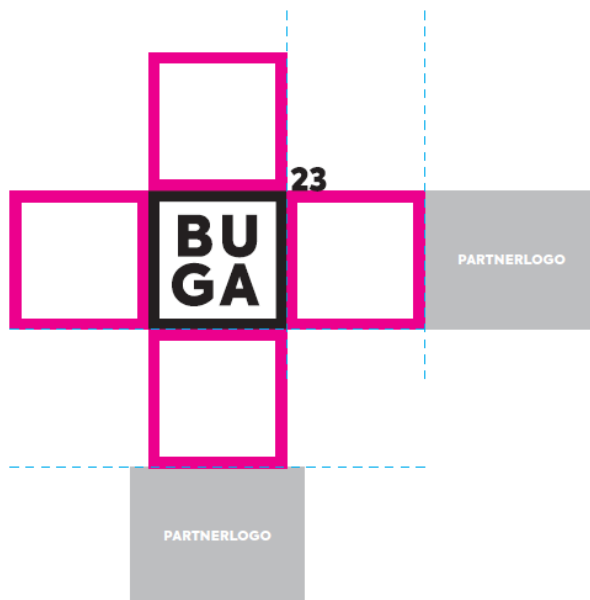


DAS LOGO SCHUTZRAUM

Steht das BUGA-Logo in einer Reihe mit anderen Logos, ist folgende Regel zu beachten:

Der Abstand zu anderen Logos ergibt sich aus der Größe des rahmenden Quadrats.

Die Höhe des Quadrats definiert den horizontalen und vertikalen Mindestabstand zu anderen Logos.





BESTE AUSSICHTEN



DAS LOGO MIT CLAIM

Um die Lesbarkeit des Claims zu gewährleisten, können Logo und Claim nur bis zu einer Minimalgröße des Quadrats von 30 x 30 mm verwendet werden. Bei kleineren Anwendungen des Logos entfällt der Claim (S. 10 DAS LOGO > OHNE CLAIM).

VERWENDUNG Z.B. AUF

- Messewänden
- Weiteren großflächigen Medien
- Anzeigenmotiven
- Ausstattungsmaterialien

Diese Angaben beziehen sich auf Printprodukte. Auf eine gute Lesbarkeit von Logo und Claim ist jedoch auch bei der Anwendung in digitalen Medien zu achten.

DAS LOGO OHNE CLAIM

Das Logo ohne Claim wird unter einer Größe des Quadrats von 30 x 30 mm verwendet.

Das Logo darf insgesamt auf maximal 10 x 10 mm (Größe des Quadrats) verkleinert werden.

VERWENDUNG Z.B. AUF

- Give-Aways
- Social-Media-Postings



Ort, Datum

Unterschrift