

Lizenzvertrag

zwischen

dem Verein Naturparkregion Lüneburger Heide e.V., Geschäftsstelle: Schlossplatz 6, 21423 Winsen, vertreten durch Olaf Muus, als Lizenzgeber

und

_____, vertreten durch

_____, als Lizenznehmer.

E-Mail: _____

Präambel

Der Lizenzgeber hat ein Logo entwickelt. Das Logo für den „Naturpark Lüneburger Heide“ soll viele Verwendungen ermöglichen und unterschiedlichste Zielgruppen ansprechen. Von der traditionellen Heide bis zum zeitgemäßen Wellness-Angebot soll diese Region klassische und moderne Werte gleichermaßen vermitteln. Als gemeinsamer Nenner, Symbol und vor allem Sympathieträger einer großen Region mit vielen Partnern dient die „Heidschnucke“.

Zu diesem Zweck wurde folgende deutsche Marke, unter der Nummer: 307 08 724 beim Deutschen Patent- und Markenamt eingetragen:



Minimalgröße



 schwarz
cmyk: 0/0/0/100

 magenta / heide
cmyk: 0/100/0/0

Markeninhaber/in ist Naturparkregion Lüneburger Heide e.V., 21385 Amelinghausen.

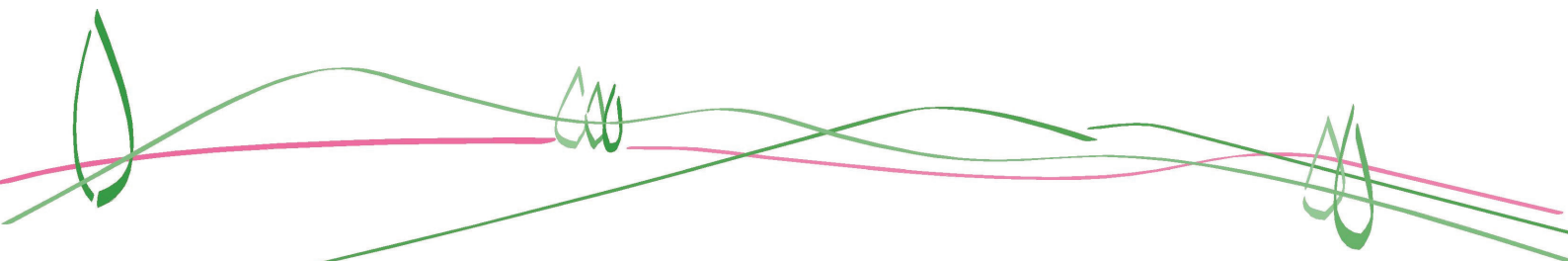


Der Lizenznehmer möchte die Marke nutzen. Die Parteien schließen hierzu folgende Vereinbarung:

§ 1

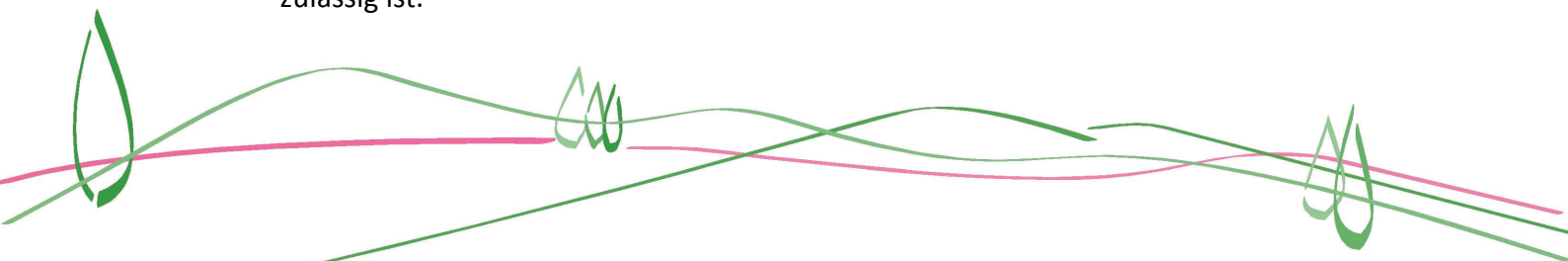
Lizenzgewährung an den Lizenznehmer

- (1) Der Lizenzgeber gewährt dem Lizenznehmer für die Dauer des Vertrags das nicht ausschließliche Recht, der in der Präambel genannten Marke für alle in Absatz (2) genannten Waren und Dienstleistungen zu benutzen.
- (2) Die Marke ist nur für einen begrenzten Katalog von Waren und Dienstleistungen geschützt, nämlich für:
 - 14 Juwelierwaren, hergestellt aus Edelmetallen, Uhren, Schmuckwaren.
 - 18 Leder und Lederimitationen sowie Waren daraus, insbesondere Taschen und andere nicht an die aufzunehmenden Gegenstände angepassten Behältnisse sowie Kleiderlederwaren, insbesondere Geldbeutel, Brieftaschen, Schlüsseltaschen und Schlüsselanhänger, Reise- und Handkoffer, Taschen, Regenschirme, Sonnenschirme und Spazierstöcke sowie Häute und Felle, Peitschen, Pferdegeschirre und Sattlerwaren.
 - 20 Aus Holz, Korb, Rohr, Binsen, Weide, Horn, Knochen, Bernstein, Meerschaum gefertigte Waren wie insbesondere Flaschenöffner, Stifte, Besteck, Aschenbecher, Schlüsselanhänger.
 - 21 Gläser, Becher, Aschenbecher, Wandteller, Kacheln, Krüge und Kannen, Schwämme, Käämme, Bürsten, Bierkrüge.
 - 24 Webstoffe und Textilwaren, Textilstoffe, Gardinen, Rollos, Haushaltswäsche, Tisch- und Bettwäsche.
 - 25 Bekleidungsstücke, Schuhwaren, Kopfbedeckungen.
 - 28 Spiele, Spielzeug; Turn- und Sportartikel, Christbaumschmuck.
 - 29 Fleisch, Fisch, Geflügel und Wild; Fleischextrakte, Konfitüren und Kompotte, Eier, Milch und Milchprodukte, Speiseöle und -fette.
 - 30 Kaffee, Tee, Kakao, Zucker, Mehle und Getreidepräparate; Brot, feine Backwaren und Konditorwaren, Speiseeis; Honig, Hefe, Backpulver, Salz, Senf, Essig, Soßen (Würzmittel); Gewürze, Kühlis.



- 31 Land-, garten- und forstwirtschaftliche Erzeugnisse sowie Samenkörner, lebende Tiere; frisches Obst und Gemüse; Sämereien, lebende Pflanzen und natürliche Blumen; Futtermittel, Malz.
- 32 Biere; Mineralwasser und kohlenensäurehaltige Wasser und andere alkoholfreie Getränke; Fruchtgetränke und Fruchtsäfte; Sirupe und andere Präparate für die Zubereitung von Getränken.
- 33 Alkoholische Getränke; insbesondere Schnaps und Wein, ausgenommen Biere.
- 34 Tabak, Rauchartikel, nämlich Tabakdosen, Zigarren- und Zigarettenspitzen, Zigarren- und Zigarettenetuis, Aschenbecher, sämtliche vorgenannten Waren aus Edelmetallen, deren Legierung oder damit plattiert, Pfeifenständer, Pfeifenreiniger, Zigarrenabschneider, Pfeifen, Feuerzeuge, Taschenapparate zum Selbstdrehen von Zigaretten, Zigarettenpapier, Zigarettenfilter
- 35 Bewerbung von Veranstaltungen im Kultur- und Freizeitbereich.
- 39 Sportliche und kulturelle Aktivitäten, Verkauf von Flugtickets, Bahntickets, Fährtickets und Schifffahrtschein; Autovermietung (Mietwagen); Dienstleistung eines Reisebüros, nämlich die Veranstaltung von Pilgerreisen, Pauschalreisen, Individualreisen, Golfreisen, Wellnessreisen, Städtereisen, Bahnreisen, Flugreisen, Autoreisen, Fernreisen, Kurzreisen, Wochenendreisen, Fahrradreisen, Musicalreisen, Klassikreisen, Busreisen, Sportreisen, Clubreisen, Gruppenreisen, Singlereisen, Paarreisen, Intensivreisen, Organisation von individuellen Ausflugsfahrten, Fahrdienst (Personenbeförderung), Gästeführungen.
- 41 Verkauf von Eintrittskarten für Erlebnispark, Musicals, Sportveranstaltungen, Theater, Oper/Operette, Klassik (allgemein), Rock- und Popkonzerte, Komödien, Organisation und Veranstaltung von Konferenzen.
- 43 Hotelreservierungen (Übernachtungen); Beherbergung von Gästen in Hotels, Verpflegung von Gästen im Restaurant, Verpflegung von Gästen im Rahmen des Zimmerservices, Betrieb einer Bar, Verpflegung von Tagesgästen, Vermietung von Ferienhäusern und Ferienwohnungen.
- 44 Gesundheits- und Schönheitspflege für Menschen und Tiere; Dienstleistungen im Bereich der Land-, Garten- oder Forstwirtschaft.

Soll die Nutzung für andere Waren und Dienstleistungen erfolgen, so muss die vorherige Zustimmung vom Lizenzgeber eingeholt werden, damit die Nutzung zulässig ist.



- (3) Die Marke darf durch die im Naturpark Lüneburger Heide liegenden Kommunen für ihre Außendarstellung genutzt werden (z.B. Briefbögen, Mitteilungshefte).
- (4) Die Marke darf durch die im Naturpark Lüneburger Heide ansässigen Vereine und Initiativen genutzt werden, solange ihre Ziele mit den Zielen des Naturparks vereinbar sind.
- (5) Die Verwendung der Marke für politische Zwecke ist nicht zulässig.
- (6) Die Lizenzgewährung erfolgt für das Gebiet der Bundesrepublik Deutschland.
- (7) Eine Unterlizenzierung ist nicht zulässig

§ 2

Art der Verwendung der Marken

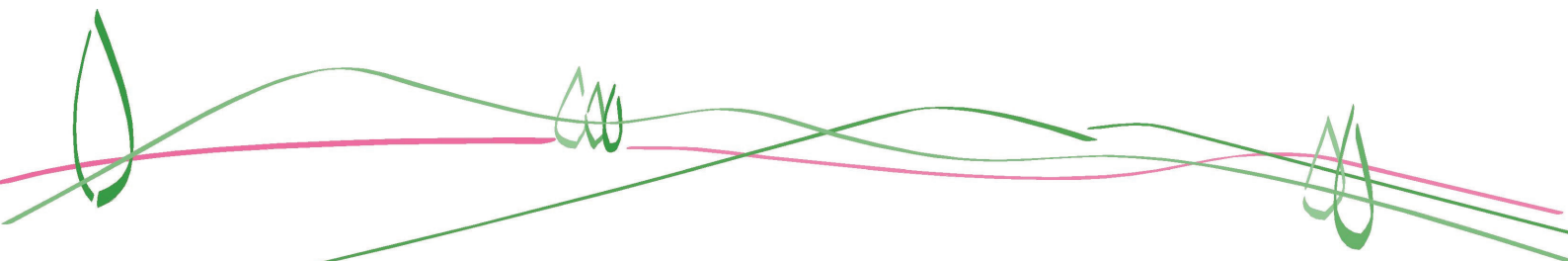
- (1) Ein einheitliches Wiedererkennungszeichen mit hohem Imagewert für den Naturpark Lüneburger Heide kann nur durchgesetzt werden, wenn bestimmte Vorgaben für die Nutzung der Marke durch den Lizenznehmer beachtet werden.
- (2) Die Nutzung der Marken durch den Lizenznehmer darf nur im Rahmen der Markenarchitektur erfolgen, wie sie Gegenstand der Corporate Design Guideline ist.

Die Corporate Design Guideline ist als [Anlage 1](#) beigefügt und Bestandteil dieser Vereinbarung.
- (3) Bei jeder Benutzung der Marke kann auf deren Markeneigenschaft durch Zusätze wie „eingetragene Marke“ oder „®“-Symbole hingewiesen werden.

§ 3

Unterrichtungs- und Mitwirkungspflicht

- (1) Der Lizenzgeber übernimmt intern die Rolle, über die vertragsgemäße Verwendung der Marken zu wachen.
- (2) Der Lizenznehmer verpflichtet sich, dem Lizenzgeber auf Anforderung Kopien der eigenen Benutzungshandlungen zur Verfügung zu stellen, sobald die Verwendung aufgenommen wurde.



§ 4

Gewährleistungsausschluss

Der Lizenzgeber übernimmt keine Gewähr dafür, dass durch die Benutzung der Marken keine Rechte Dritter verletzt werden. Auf Anforderung wird der Lizenzgeber dem Lizenznehmer Kopien aller beim Lizenzgeber vorhandenen Berichte über Recherchen nach entgegenstehenden Rechten Dritter und aller bezüglich der Marke getroffener gütlicher Vergleichsvereinbarungen, z. B. Vorrechts- und Abgrenzungsvereinbarungen, zur Verfügung stellen.

§ 5

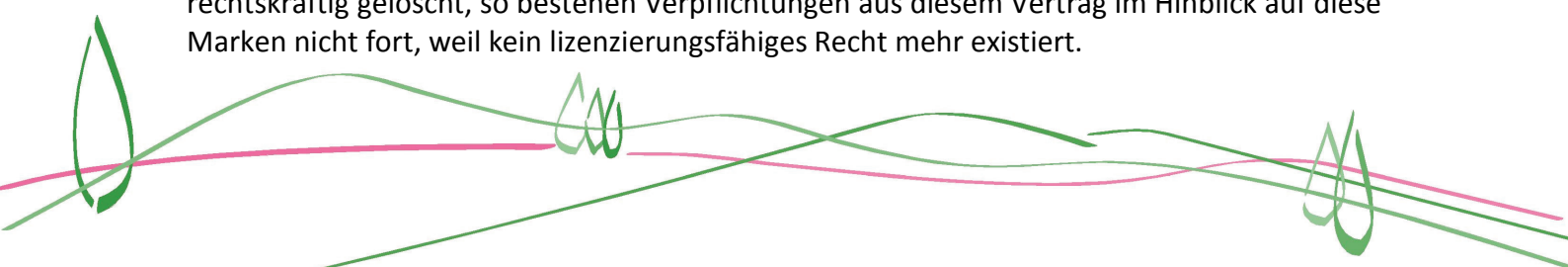
Aufrechterhaltung und Verteidigung der Marken

- (1) Der Lizenzgeber darf in jedem Stadium eines Rechtsstreites frei entscheiden, den Rechtsstreit durch Vergleich oder sonst wie zu beenden. Das schließt auch eine Markenlöschung ein. Jegliche Ansprüche des Lizenznehmers sind insoweit ausgeschlossen. Über das Ergebnis des Rechtsstreites ist der Lizenznehmer unverzüglich zu informieren.
- (2) Der Lizenznehmer ist nicht berechtigt, im eigenen Namen Klage wegen Markenverletzung zu erheben. Jedoch bleibt das Recht des Lizenznehmers unberührt, gemäß § 30 Abs. 4 MarkenG der Verletzungsklage vom Lizenzgeber beizutreten, um seinen Schaden geltend zu machen.
- (3) Der Lizenznehmer unterrichtet den Lizenzgeber unverzüglich, sobald er Kenntnis davon erlangt, dass ein Dritter ein Zeichen benutzt oder zu benutzen droht, dass möglicherweise mit einer der Marken verwechslungsfähig ist.
- (4) Sollte der Lizenznehmer wegen Benutzung der Marke durch einen Dritten auf Unterlassung und/oder Schadenersatz in Anspruch genommen werden, so ist der Lizenznehmer verpflichtet, den Lizenzgeber hiervon unverzüglich zu unterrichten. Der Lizenzgeber ist verpflichtet, den Lizenznehmer nach besten Kräften bei der Abwehr gegen den Lizenznehmer geltend gemachter Ansprüche zu unterstützen.

§ 6

Nachträgliche Änderung des Vertrages

Wird die Marke nachträglich gemäß § 5 durch den Naturparkregion Lüneburger Heide e. V. rechtskräftig gelöscht, so bestehen Verpflichtungen aus diesem Vertrag im Hinblick auf diese Marken nicht fort, weil kein lizenzierungsfähiges Recht mehr existiert.

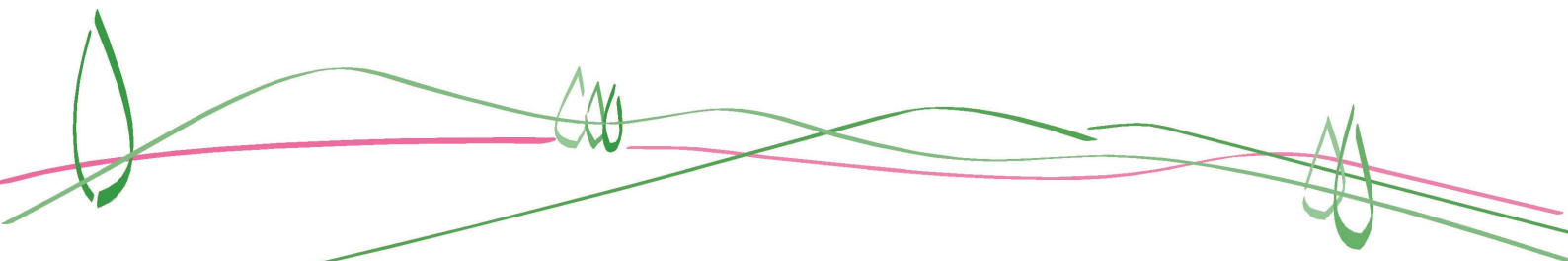


§ 7 Kosten

- (1) Die Nutzung der Marke wird bis auf weiteres kostenlos zur Verfügung gestellt.
- (2) Der Lizenzgeber behält sich zur Kostenregelung ein Änderungsrecht vor. Der Lizenzgeber verpflichtet sich, eine Änderung dem Lizenznehmer unverzüglich schriftlich mitzuteilen. Der Anspruch auf kostenlose Nutzung endet nach Ablauf von 6 Monaten nach schriftlicher Mitteilung der Änderung. Sollte der Lizenznehmer aufgrund von Massenanfertigungen o. ä. die Nutzung nach Ablauf der 6 Monate nicht ausschließen können, ist hierzu eine gesonderte Vereinbarung mit dem Lizenzgeber abzuschließen. Der Lizenznehmer verpflichtet sich dieses dem Lizenzgeber unaufgefordert mitzuteilen.

§ 8 Vertragsdauer, Kosten und Beendigung

- (1) Diese Vereinbarung tritt mit Unterzeichnung in Kraft.
- (2) Sie läuft – unbeschadet der Regelung in § 6 - solange die Marke Schutz in Deutschland genießt. Der Vertrag endet also, wenn die Deutsche Marke rechtskräftig gelöscht wird.
- (3) Sollte der Lizenzgeber von seinem Änderungsrecht gem. § 7 Abs. 2 Gebrauch machen, so besteht für beide Vertragsparteien ein besonderes Kündigungsrecht von 6 Monaten nach schriftlicher Mitteilung der Änderung.
- (4) Jede Partei ist berechtigt, den Vertrag aus wichtigem Grund fristlos zu kündigen. Ein wichtiger Grund liegt insbesondere vor, wenn die andere Partei schuldhaft gegen ein von ihr in diesem Vertrag übernommene wesentliche Verpflichtung bzw. die Nutzungsart der Marke gegen die Ziele und Zwecke des Lizenzgebers verstößt und den Verstoß trotz Abmahnung mit angemessener Fristsetzung nicht innerhalb der gesetzten Frist abstellt. Bezüglich der Ziele und Zwecke der Markennutzung wird auf § 2 der Vereinssatzung des Lizenzgebers verwiesen ([siehe Anlage 2](#)).
- (5) Die Kündigung bedarf der Schriftform.



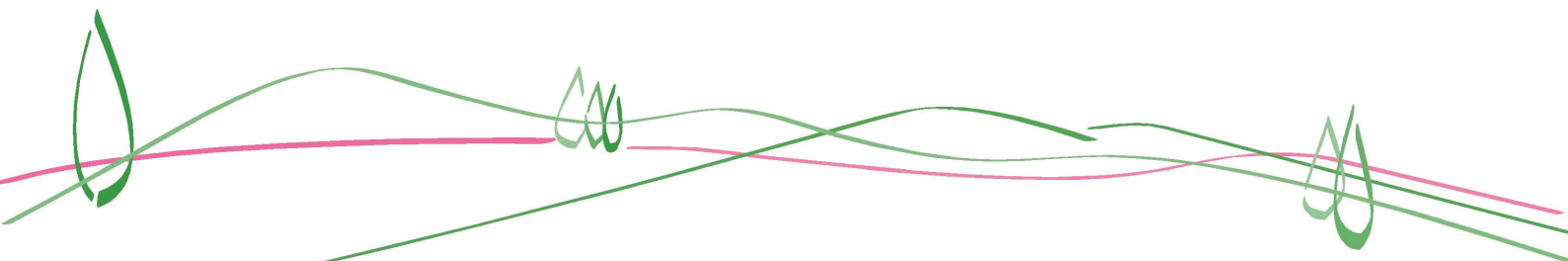
§ 9
Sonstiges

- (1) Als Gerichtsstand für alle Streitigkeiten aus oder in Verbindung mit diesem Vertrag wird – sofern zulässig – Lüneburg vereinbart. Jede Partei ist jedoch berechtigt, die andere Partei an ihrem allgemeinen Gerichtsstand in Anspruch zu nehmen.
- (2) Alle Änderungen und Ergänzungen dieses Vertrages bedürfen zu ihrer Wirksamkeit der Schriftform.
- (3) Sollte eine der Bestimmungen dieses Vertrages unwirksam sein oder werden, so wird die Wirksamkeit der übrigen Bestimmungen dadurch nicht berührt. Die Parteien sind gehalten, die unwirksame Bestimmung durch eine solche wirksame Bestimmung zu ersetzen, mit der das wirtschaftlich Gewollte am besten erreicht wird.

Ort, Datum: _____

für den Verein Naturparkregion Lüneburger Heide e. V.

für





Na, Logo!

CD-Guideline für das Logo
“Naturpark Lüneburger Heide”



Naturpark
Lüneburger Heide



Schnick, Schnack, **Schnucke!**

Eine Logoentwicklung beinhaltet jedoch noch ein bisschen mehr ...

Das Logo für den "Naturpark Lüneburger Heide" soll viele Verwendungen ermöglichen und unterschiedlichste Zielgruppen ansprechen. Von der traditionellen Heide bis zum zeitgemäßen Wellness-Angebot soll diese Region klassische und moderne Werte gleichermaßen vermitteln.

Als gemeinsamer Nenner, Symbol und vor allem Sympathieträger einer großen Region mit vielen Partnern dient die "Heidschnucke".

Um einen eindeutigen Absender zu schaffen wurden klare und auffällige Farben eingesetzt. Mit einem Magenta-Ton gibt man der in manchen Augen sehr traditionellen Heide ihre Signalkraft zurück. Für eine starke Wiedererkennung stellt sich das Logo zweifarbig dar.

Um die Verwendung des Logos allen Partnern zu erleichtern, finden Sie auf den folgenden Seiten einige Corporate-Design-Richtlinien.

Viel Spaß und Erfolg!

Bei weiteren Fragen wenden Sie sich bitte an die Geschäftsstelle des Naturparks Lüneburger Heide:

NATURPARKREGION LÜNEBURGER HEIDE e.V
GESCHÄFTSSTELLE
Schlossplatz 6
21423 Winsen (Luhe)

Ansprechpartner:
Hilke Feddersen / Marianne Draeger
Tel. 04171 693-139
Fax 04171 693-99139
info@naturpark-lueneburger-heide.de

Das Logo in Verwendung



Minimalgröße



positiv 4c bzw. 2c
auf weißen oder sehr hellen Hintergründen



positiv 1c
auf weißen oder sehr hellen Hintergründen



positiv 4c bzw. 2c
auf mittleren Hintergründen



positiv 1c
auf mittleren Hintergründen



negativ 4c bzw. 2c
auf dunklen Hintergründen



negativ 1c
auf dunklen Hintergründen



Die Schrift

“Lüneburger Heide”

Officina Sans ITC Book

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÄÖÜ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzäöüß

1234567890!"'D3\$\$%&/()=?

“Naturpark”

Officina Sans ITC Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÄÖÜ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzäöüß

1234567890!"'D3\$\$%&/()=?

Die Farben



**Auszug aus der Satzung des Vereins
Naturparkregion Lüneburger Heide e.V.
(Stand 12. Juni 2019)**

§ 2 - Zweck des Vereins

1. Der Verein „Naturparkregion Lüneburger Heide“ verfolgt ausschließlich und unmittelbar gemeinnützige Zwecke im Sinne des Abschnitts „Steuerbegünstigte Zwecke“ der Abgabenordnung. Er ist selbstlos tätig und verfolgt nicht in erster Linie eigenwirtschaftliche Zwecke.
 - 1.1 Zweck der Körperschaft ist die Förderung der Belange des Naturschutzes und der Landschaftspflege gemäß des Bundesnaturschutzgesetzes und der Naturschutzgesetze der Länder, die Förderung des Umweltschutzes, der Umweltbildung und -erziehung, die Förderung des traditionellen Brauchtums, die Förderung der Heimatpflege und Heimatkunde sowie die Förderung der Denkmalpflege im Sinne der Abgabenordnung.
2. Der Verein ist Träger des Naturparks Lüneburger Heide. Die räumliche Zuständigkeit entspricht der Fläche des Naturparks.
3. Der Satzungszweck wird verwirklicht insbesondere durch:
 - 3.1 Entwicklung und Pflege der Kulturlandschaft, in der die Nutzung als Erholungs- und Tourismusregion unter anderem durch Aktionstage zur Kulturlandschaftspflege, Pflegearbeiten auf Heideflächen, in Mooren, Flüssen und Wäldern, Entwicklung und Organisation von Maßnahmen auf Obstbaumwiesen und Alleen, Initiierung von Projekten, die der biologischen Vielfalt dienen und Maßnahmen zur Pflege und Erhaltung der Bodendenkmäler, Gräber und Mauern
 - natur- und umweltverträglich,
 - unter Bewahrung und Förderung der naturräumlichen Besonderheiten und
 - im Sinne einer nachhaltigen Regionalentwicklung verwirklicht wird.
 - 3.2 Das Zusammenwirken mit allen interessierten Stellen, die den Naturpark in diesem Sinne nachhaltig fördern können.
 - 3.3 Die Bildung von Arbeitsebenen mit Landkreisen, Städten, Gemeinden, Samtgemeinden, Bildungseinrichtungen, Wirtschafts- und Sozialpartnern, Land- und Forstwirtschaft und Tourismusorganisationen mit dem Ziel, das einvernehmliche und zielgerichtete Handeln der Beteiligten in Angelegenheiten des Naturparks zu fördern und die Umsetzung von Maßnahmen insbesondere in folgenden Arbeitsgebieten aufeinander abzustimmen:

- Entwicklung einer Dachmarke „Naturpark Lüneburger Heide“
- Kommunikation eines „Wir-Gefühls“ in der Region
- Tourismus
- Wirtschaft
- Land- und Forstwirtschaft
- Regionale Produkte
- Kultur
- Veranstaltungen
- Personennah- und Freizeitverkehr
- Naturpark in der Regionalen Raumordnung
- Naturpark in der Metropolregion Hamburg
- Öffentlichkeitsarbeit, Werbung und Sponsoring

Der Verein setzt sich in diesen Arbeitsebenen und Arbeitsgebieten für die unter § 2 Nr. 1.1 beschriebenen Zwecke ein.

- 3.4 Die Mitarbeit in Vereinen, Verbänden und Organisationen, insbesondere im Verband Deutscher Naturparke und im Arbeitskreis Niedersächsischer Naturparke.
- 3.5 Die Gewinnung von Fördermitteln für Projekte im Naturpark, durch die ein oder mehrere Zwecke der unter § 2 Nr. 1 genannten Zwecke gefördert werden.
- 3.6 Die Förderung von Maßnahmen, die eine Heimatverbundenheit in den Gemeinden des Naturparks bewahrt. Dazu gehören Traditions- und Brauchtumpflege, die Denkmalpflege sowie der Erhalt der Plattdeutschen Sprache.
- 3.7 Die Initiierung, Umsetzung und Begleitung von Maßnahmen zur formalen, non-formalen und informellen Bildung.
4. Die kommunale Planungshoheit, die Interessen der ordnungsgemäßen Land- und Forstwirtschaft, der gewerblichen Wirtschaft sowie der Jagd und Fischerei bleiben gewahrt. Im Geltungsbereich des Naturschutzgebietes Lüneburger Heide, das die Kernzone des Naturparks darstellt, bleibt der Verein Naturschutzpark e.V. mit seiner VNP Stiftung für die Pflege und Entwicklung dieses Naturschutzgebietes und seiner wert bestimmenden Arten, die Öffentlichkeitsarbeit und seine anderen satzungsgemäßen Aufgaben zuständig. Im Falle einer konkurrierenden Zuständigkeit für das Naturschutzgebiet Lüneburger Heide hat der Verein Naturschutzpark e.V. mit seiner VNP Stiftung den Vorrang vor dem Verein Naturparkregion Lüneburger Heide.
5. Die Mitgliederversammlung kann die Befugnis, weitere Aufgabenfelder im Sinne von § 2 Abs. 3 festzulegen, auf den Vorstand übertragen. Dabei ist darauf zu achten, dass diese Aufgabenfelder auf die Förderung der unter § 2 Nr. 1 genannten Zwecke ausgerichtet sind.
6. Mittel des Vereins dürfen nur für die satzungsmäßigen Zwecke verwendet werden. Die Mitglieder erhalten keine Zuwendungen aus Mitteln des Vereins. Es darf keine Person durch Ausgaben, die dem Zweck der Körperschaft fremd sind oder durch unverhältnismäßig hohe Vergütung begünstigt werden.
7. Alle Inhaber von Vereinsämtern sind ehrenamtlich tätig.