

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Agenturleistungen

§ 1 Geltungsbereich, Form

(1) Soweit nicht anders ausdrücklich vereinbart, gelten für alle Agenturleistungen zwischen dem Kunden und der WESKER & RÜCKER MEDIA KG, Richterstr. 7 in 04105 Leipzig (nachfolgend „Agentur“) diese "Allgemeinen Geschäftsbedingungen" (nachfolgend „AGB“).

(2) Agenturleistungen sind Pauschalleistungen sowie individuelle Marketingleistungen, welche je nach Vereinbarung die Konzeption und Gestaltung von Marketingmaßnahmen; die Organisation, Planung und Umsetzung von Marketingkonzepten; Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Content-Erstellung, Aufbau und Betreuung von Social-Media-Präsenzen, Betreuung von Kunden und Beauftragung Dritter, Netzwerkaufbau, Exposé-Erstellung, Projektsteuerung, Kommunikationsleistungen, Datenhandling und/oder die Organisation von Marketingveranstaltungen, insbesondere Pressekonferenzen, und/oder die Organisation von Workshops enthalten.

(3) Diese AGB gelten ausschließlich. Abweichende, entgegenstehende oder ergänzende Allgemeine Geschäftsbedingungen des Kunden werden nur dann und insoweit Vertragsbestandteil, als die Agentur ihrer Geltung ausdrücklich und schriftlich zugestimmt hat. Im Einzelfall getroffene, individuelle Vereinbarungen mit dem Kunden (einschließlich Nebenabreden, Ergänzungen und Änderungen) haben in jedem Fall Vorrang vor diesen AGB.

(4) Rechtserhebliche Erklärungen und Anzeigen des Kunden in Bezug auf den Vertrag (z.B. Fristsetzung, Mängelanzeige, Rücktritt oder Minderung), sind grundsätzlich in Schrift- oder Textform (z.B. Brief, E-Mail, Telefax) abzugeben, vorbehaltlich entgegenstehender Regelungen dieser Geschäftsbedingungen. Gesetzliche Formvorschriften und weitere Nachweise insbesondere bei Zweifeln über die Legitimation des Erklärenden bleiben unberührt.

(5) Hinweise auf die Geltung gesetzlicher Vorschriften haben nur klarstellende Bedeutung. Auch ohne eine derartige Klarstellung gelten daher die gesetzlichen Vorschriften, soweit sie in diesen AGB nicht unmittelbar abgeändert oder ausdrücklich ausgeschlossen werden.

§ 2 Vertragsabschluss, Honorar, Kontaktaufnahme

(1) Die Agentur erarbeitet und übermittelt dem Kunden ein Angebot, welches die angebotenen Agenturleistungen sowie das zu zahlende Honorar ausweist. Äußert der Kunde gegenüber der Agentur Änderungswünsche am bisher gültigen Angebot, übermittelt die Agentur dem Kunden ein neues Angebot, wobei ausschließlich das letzte Angebot seine Gültigkeit behält. Mit Annahme

des zuletzt gültigen Angebotes durch den Kunden in Schrift- oder Textform, kommt ein Vertrag zwischen dem Kunden und der Agentur auf Grundlage dieses Angebotes zustande.

(2) In Ausnahmefällen kann der Vertrag auch mündlich zustande kommen. Die Höhe des Honorars richtet sich in diesen Fällen nach der von der Agentur bestimmten Preisliste. Ein nach Vertragsschluss übermitteltes Angebot der Agentur, welches die Agenturleistungen und das zu zahlende Honorar ausweist, hat in diesen Fällen lediglich feststellende Wirkung.

(3) Sofern sich nichts anderes ergibt, beinhalten die ausgewiesenen Honorare nicht die gültige gesetzliche Umsatzsteuer. Das Honorar umfasst die Vorbereitung, Planung, Gestaltung und die Durchführung von Agenturleistungen.

(4) Die auf der Homepage, in Prospekten, Rundschreiben, Anzeigen, Preislisten oder zum Angebot gehörenden Unterlagen, Zeichnungen, Abbildungen, technischen Daten und Leistungsbeschreibungen sind unverbindlich, soweit sie nicht in der Auftragsbestätigung ausdrücklich als verbindlich bezeichnet sind.

(5) Die Übermittlung des Angebotes sowie die weitere Kontaktaufnahme finden in der Regel per E-Mail statt. Der Kunde hat sicherzustellen, dass die von ihm zur Kontaktaufnahme angegebene E-Mail-Adresse zutreffend ist, so dass unter dieser Adresse die von der Agentur versandten E-Mails empfangen werden können. Insbesondere hat der Kunde bei dem Einsatz von SPAM-Filtern sicherzustellen, dass alle von der Agentur oder von dieser beauftragten Dritten versandten E-Mails zugestellt werden können.

§ 3 nachträgliche Änderungen des Leistungsumfanges, entgeltfreie Dienste

(1) Nach Vertragsschluss können die Vertragspartner Ergänzungen des Vertrages oder Änderungen einzelner Agenturleistungen vereinbaren sowie Nebenabreden treffen. Rechtlich verbindlich sind diese Vereinbarungen für die Agentur erst dann, wenn sie von der Agentur gegenüber dem Kunden in Textform bestätigt werden.

(2) Soweit seitens der Agentur Änderungen oder Abweichungen einzelner Agenturleistungen von dem vereinbarten Inhalt des Vertrages nach Vertragsabschluss notwendig werden, teilt die Agentur dem Kunden dies unverzüglich mit. Soweit durch die Veränderungen der vereinbarte Inhalt des Vertrages nicht oder nur unwesentlich berührt wird, steht - aufgrund dieser Abweichungen - dem Kunden kein Kündigungsrecht zu. Die Agentur ist berechtigt, in Abstimmung mit dem Kunden Teile des Marketingkonzepts in Abweichung von der Leistungsbeschreibung zu verändern.

(3) Soweit die Agentur entgeltfrei zusätzliche Dienste und Leistungen außerhalb der vertraglichen Vereinbarung erbringt, ist diese berechtigt diese Leistungen jederzeit einzustellen.

Ein Kündigungsrecht oder ein Minderungs- oder Schadensersatzanspruch wird damit zugunsten des Kunden nicht begründet.

§ 4 Informationspflichten des Kunden

(1) Der Kunde hat der Agentur alle für die Auftragsdurchführung notwendigen Informationen unverzüglich zu erteilen. Verzögerungen aus fehlender Mitwirkung des Kunden gehen nicht zu Lasten der Agentur.

(2) Der Kunde sichert zu, dass die mitgeteilten Daten richtig und vollständig sind, Änderungen der persönlichen Daten oder wesentlicher vertraglicher Informationen hat der Kunde der Agentur unverzüglich schriftlich mitzuteilen.

§ 5 Zahlung, Verzug

(1) Die Honorare werden grundsätzlich in der jeweils zum Vertragsschluss geltenden Höhe entsprechend des Auftrags mit Rechnungsstellung sofort fällig. Die Agentur ist berechtigt, zur Deckung ihres Aufwandes Vorschusszahlungen in angemessener Höhe zu verlangen. Für den Fall, dass eine Zahlung des Honorars in Monatsraten vereinbart ist, wird das Honorar jeweils zu Beginn des Monats, auf den sich die Leistung bezieht, fällig.

(2) Bei verspäteter Zahlung gelten Verzugszinsen in Höhe von 8 Prozentpunkten über dem Basiszinssatz als vereinbart.

(3) Befindet sich der Kunde im Zahlungsverzug, hat die Agentur das Recht, ihre Leistung zu verweigern.

§ 6 Konzeption, Präsentation und Urheberschutz; Nutzungsbedingungen;

Vertragsstrafe

(1) Erhält die Agentur nach der Teilnahme an einer Präsentation oder nach Erstellung eines Konzepts keinen Auftrag, so verbleiben alle Leistungen der Agentur, insbesondere deren Inhalt im Eigentum der Agentur. Der Kunde ist nicht berechtigt, diese - in welcher Form auch immer - weiter zu nutzen.

(2) Alle Leistungen der Agentur (z.B. Marketingkonzepte, Ideenskizzen usw.) sowie einzelne Teile hieraus, bleiben im Eigentum der Agentur. Der Kunde erwirbt durch Zahlung des Honorars nur das Recht der Nutzung zum vereinbarten Zweck. Abweichende Vereinbarungen können nur schriftlich getroffen werden. Ohne gegenteilige Vereinbarung mit der Agentur darf der Kunde die Leistungen der Agentur nur selbst und nur für die Dauer des Vertrages nutzen. Ergänzungen

oder Änderungen von Leistungen der Agentur durch den Kunden sind nur mit ausdrücklicher Zustimmung der Agentur und - soweit die Leistungen urheberrechtlich geschützt sind - des Urhebers zulässig.

(3) Für die Nutzung von Leistungen der Agentur, die über den ursprünglich vereinbarten Zweck und Nutzungsumfang hinausgeht, ist - unabhängig davon, ob diese Leistung urheberrechtlich geschützt ist - die Zustimmung der Agentur in Schrift- oder Textform erforderlich. Dafür steht der Agentur und dem Urheber eine gesonderte angemessene Vergütung zu. Im Hinblick auf die Erstellung von Filmwerken gilt die Agentur als Filmherstellerin und ausschließliche Rechteinhaberin im Sinne des § 89 UrhG. Soweit Filmwerke der Agentur Wasserzeichen oder sonstige Hinweise auf die Urheberschaft der Agentur enthalten, ist der Kunde nicht berechtigt, diese zu entfernen. Enthalten die Filmwerke keine Wasserzeichen oder sonstige Hinweise auf die Urheberschaft der Agentur, ist der Kunde bei deren Nutzung verpflichtet, in einer dem Medium üblichen Form, entweder durch Namensnennung oder Linksetzung, auf die Urheberschaft hinzuweisen.

(4) Wiederholungsnutzungen (z. B. Nachauflagen) oder Mehrfachnutzungen von Marketing-Konzepten, ausgenommen von Streaming-Aufnahmen und Imagefilmen, sind honorarpflichtig; sie bedürfen der Einwilligung der Agentur in Schrift- oder Textform. Auch bedarf die Übertragung eingeräumter Nutzungsrechte an Dritte der Einwilligung der Agentur in Schrift- oder Textform. Über den Umfang der Nutzung steht der Agentur ein Auskunftsanspruch zu.

(5) Die der Agentur überlassenen Vorlagen des Kunden (z. B. Texte, Fotos, Muster u. a.) werden unter der Voraussetzung verwendet, dass der Kunde zur Verwendung berechtigt ist. Von der Agentur wird nicht überprüft, ob der Kunde berechtigt ist, die für die zu erbringenden Leistungen erforderlichen Urheber- und Markenrechte zu nutzen. Eine Haftung gegenüber Dritten in Bezug auf Urheber- und/oder Markenrechtsansprüchen wird für die beauftragten Leistungen daher ausgeschlossen.

(6) Im Falle des schuldhaften Verstoßes gegen die in § 6 Abs. 1 bis 4 dieser AGB geregelten Nutzungsbestimmungen zu kommerziellen Zwecken, ist der Kunde für jeden Einzelfall zur Zahlung einer angemessenen Vertragsstrafe, welche von der Agentur nach billigem Ermessen bestimmt und im Streitfall auf ihre Angemessenheit gerichtlich überprüft werden kann, deren Höhe das Zweifache des vertraglich vereinbarten Leistungshonorars jedoch nicht überschreitet, verpflichtet. Im Falle eines Dauerverstoßes verpflichtet sich der Kunde weiterhin für jede angefangene Woche, in welcher der Verstoß andauert, zusätzlich eine Vertragsstrafe in Höhe von 25 % des vertraglich vereinbarten Leistungshonorars zu zahlen. Das Recht der Agentur, daneben Schadensersatzansprüche geltend zu machen, bleibt hiervon unberührt.

§ 7 Farben und Bildmuster/Abbildungen

Die Agentur weist darauf hin, dass Bildschirmfarben (RGB) von Druckfarben (CMYK) auf verschiedenen Medien (z.B. Papier, Stoffe, Folien, Banner u. a.) abweichen. Bei Farbabweichungen ist die Rückgabe bzw. der Umtausch ausgeschlossen. Dieses ist in der gesamten Druckindustrie bekannt und der Kunde bestätigt der Agentur diese Kenntnis. Um Missverständnisse zu vermeiden, besteht die Möglichkeit, vorab gegen Aufpreis ein farbverbindliches Muster (Proof) zu bestellen.

§ 8 Kündigung von Verträgen über Dienstleistungen

Soweit die Agentur die Erbringung von Dienstleistungen schuldet, gilt:

(1) Ausdrücklich befristete Verträge über Dienstleistungen enden zum vereinbarten Zeitpunkt, ohne dass es einer Kündigungserklärung bedarf. Für Dienstleistungsverträge über eine laufende Betreuung mit monatlichem Pauschalhonorar (Pauschalvertrag) wird ein Leistungszeitraum vereinbart. Die Pauschalverträge verlängern sich automatisch um die Anzahl der vom Leistungszeitraum umfassten Monate, höchstens jedoch um 12 Monate, wenn

- im Falle eines Leistungszeitraumes von 10 bis 12 Monaten drei Monate vor Ende des Leistungszeitraumes (Laufzeitende);
- im Falle eines Leistungszeitraumes von 7 bis 9 Monaten 2 Monate vor Laufzeitende;
- im Falle eines Leistungszeitraumes von 4 bis 6 Monaten 1 Monat vor Laufzeitende;
- im Falle eines Leistungszeitraumes von 2 bis 3 Monaten 2 Wochen vor Laufzeitende;
- im Falle eines Leistungszeitraumes von 1 Monat 1 Woche vor Laufzeitende

keine Kündigung bei der Agentur eingegangen ist.

(2) Hat der Vertrag die Organisation einer Veranstaltung zum Gegenstand und ist deren Leistungszeit bereits genau bestimmt, ist der Kunde berechtigt, die Durchführung dieser Agenturleistung ohne Einhaltung einer Kündigungsfrist bis zum Veranstaltungstermin zu stornieren. Veranstaltungstermin ist der Tag des Beginns der Veranstaltung. Die Stornierung muss in Textform erfolgen und ist an die E-Mail-Adresse marketing@immocom.com zu richten und gilt erst dann als zugegangen, soweit die Stornierung in Textform bestätigt wird. Der Kunde trägt die Gefahr der rechtzeitigen Kenntnisnahme über die Stornierung. Der Kunde ist verpflichtet, mit der Agentur unverzüglich einen Termin zur Nachholung der stornierten Veranstaltung zu vereinbaren. Der Kunde verpflichtet sich zur Erstattung der aufgrund der Stornierung entstandenen oder zwecklos gewordenen Aufwendungen, insbesondere zum Ersatz

der Kosten von Materialien, Übersetzungen, Fahrtkosten, Spesen, Organisations- und Beschaffungskosten, Übertragung von Nutzungsrechten nach § 31 UrhG sowie technische Kosten wie Fotos, Fotoabzüge, Werkzeugkosten, Herstellung von Werbemitteln und Druckkosten und Leistungen hinzugezogener Unternehmer (Anmietung von Personal, Räumlichkeiten, Marktforschung etc.). Darüber hinaus verpflichtet sich der Kunde gegenüber der Agentur zur Freistellung von Ansprüchen Dritter, welche im Zusammenhang mit der erfolgten Stornierung entstehen (z.B. anfallende Stornierungsgebühren von Cateringunternehmen).

(3) Das Recht zur außerordentlichen Kündigung für beide Vertragsparteien bleibt hiervon unberührt.

§ 9 Rücktritt bei Verträgen über die Herstellung eines Werkes

Ist von der Agentur im Ergebnis die Herstellung eines konkreten Werkes geschuldet, ausgenommen der Organisation von Veranstaltungen, kann der Kunde unter Beachtung des § 10 Abs. 1 dieser AGB nach Maßgabe der werkvertraglichen Vorschriften des Bürgerlichen Gesetzbuches zurücktreten.

§ 10 Gewährleistung

(1) Der Kunde hat, sofern nicht abweichend geregelt, Beanstandungen, Reklamationen und Beeinträchtigungen unverzüglich innerhalb von 5 Werktagen nach Leistung (oder Nichtleistung) durch die Agentur schriftlich geltend zu machen und zu begründen. Für berechnete Mängel hat die Agentur alle Rechte und Verpflichtungen nach Maßgabe eines Werkvertrages gemäß dem Bürgerlichen Gesetzbuches, also vorrangig auf Nachbesserung in angemessenem Zeitraum, vor Ausübung des Rücktritts und Geltendmachung von Schadenersatz durch den Auftraggeber. Die gewerbliche Nutzung eines von der Agentur hergestellten Werkes durch den Kunden entspricht hierbei einer mangelfreien Abnahme nach Maßgabe der Regelungen über einen Werkvertrag gemäß dem Bürgerlichen Gesetzbuches.

(2) Ist die Nichteinhaltung von Fristen auf höhere Gewalt, z.B. Mobilmachung, Krieg, Aufruhr, oder auf ähnliche, nicht von der Agentur zu vertretende Ereignisse, z.B. Seuchen, Pandemien sowie Endemien oder auf ähnliche, nicht von der Agentur zu vertretende Ereignisse, z.B. Streik, Aussperrung, behördliche Anordnungen, der Ausfall von Kommunikationsnetzen und Gateways anderer Betreiber, Störungen im Bereich der Dienste von Drittcariern, auch wenn sie bei Lieferanten oder Unterauftragnehmern der Agentur oder deren Unterlieferanten, Unterauftragnehmern bzw. bei den von der Agentur autorisierten Betreibern von

Subknotenrechnern eintreten zurückzuführen, verlängern sich die Fristen um die Zeiten, während derer das vorbezeichnete Ereignis oder seine Wirkungen andauern.

(3) Hat der Vertrag die Organisation einer individuell für den Kunden geplanten Veranstaltung zum Gegenstand und treten im Rahmen dieser Leistung Störungen oder Mängel auf, bemüht sich die Agentur bei Kenntnis oder nach unverzüglicher Rüge um Störungs- und Mängelbeseitigung. Der Kunde ist verpflichtet, das ihm Zumutbare beizutragen, um die Störung zu beheben und einen möglichen Schaden gering zu halten. Auf Störungen oder Mängel, welche der Kunde trotz Kenntnis nicht unverzüglich, spätestens jedoch bis zum Ende der jeweiligen Veranstaltung, gegenüber der Agentur oder einer ihrer Erfüllungs- oder Verrichtungsgehilfen rügt, kann sich der Kunde nicht nach § 10 Abs.1 dieser AGB berufen. Im Übrigen ist der Kunde verpflichtet, die Agentur rechtzeitig auf die Möglichkeit der Entstehung eines außergewöhnlich hohen Schadens hinzuweisen.

§ 11 Anpassung von Verträgen über die Organisation einer individuell für den Kunden geplanten Veranstaltung bei Vorliegen besonderer Umstände; höhere Gewalt

Hat ein Vertrag die Organisation einer individuell für den Kunden geplanten Veranstaltung zum Gegenstand, gelten zudem folgende Regelungen:

(1) Soweit die Durchführung der Veranstaltung infolge höherer Gewalt, z.B. Mobilmachung, Krieg, Aufruhr, oder auf ähnliche, nicht von der Agentur zu vertretende Ereignisse, z.B. Streik, Aussperrung, Seuchen, Pandemien, Endemien sowie behördlicher Anordnungen entfallen muss oder die Veranstaltung nur in geringerem Umfang stattfinden kann, ist die Agentur berechtigt, die Veranstaltung örtlich zu verlegen, zu verkürzen, abubrechen, vorübergehend zu unterbrechen, teilweise zu schließen, Teilnehmer auszuschließen oder abzusagen. Der Kunde bleibt zur Zahlung der vereinbarten Vergütung für die erbrachten Vorleistungen verpflichtet. Hat die Agentur den Ausfall einer geplanten Veranstaltung zu vertreten, gilt § 12 Abs.1 dieser AGB.

(2) Wird die Veranstaltung nach § 11 Abs.1 Satz 1 dieser AGB abgesagt, verpflichtet sich die Agentur unter Berücksichtigung des Veranstaltungszwecks unverzüglich mit dem Kunden einen Ersatztermin zu vereinbaren. Der Kunde ist verpflichtet, hieran mitzuwirken. Verzögerungen auf Grund fehlender Mitwirkung des Kunden gehen nicht zu Lasten der Agentur.

(3) Agenturleistungen, die an die Durchführung der entfallenen Veranstaltung geknüpft sind, gelten in den Fällen des § 11 Abs. 2 dieser AGB als für den neuen Veranstaltungszeitraum erneut als vereinbart, sofern keine abweichende Regelung getroffen wird.

(4) Das Recht zur außerordentlichen Kündigung für beide Vertragsparteien bleibt hiervon unberührt. Die Regelung des § 8 Abs.2 Satz 6 dieser AGB zur Kostentragungspflicht des Kunden findet entsprechende Anwendung.

§ 12 Haftungsausschluss

(1) Die Agentur haftet entsprechend den zwingenden gesetzlichen Haftungsvorschriften. Für andere als durch Verletzung von Leben, Körper und Gesundheit entstehende Schäden haftet die Agentur nur, soweit ihr bzw. ihren Erfüllungs- oder Verrichtungsgehilfen vorsätzliches oder grob fahrlässiges Handeln oder eine schuldhafte Verletzung einer wesentlichen Vertragspflicht zur Last fällt. Eine weitergehende Haftung auf Schadensersatz ist ausgeschlossen.

(2) Bei leicht fahrlässiger Verletzung wesentlicher Vertragspflichten haftet die Agentur - gleich aus welchem Rechtsgrund - der Höhe nach beschränkt auf den vertragstypischen vorhersehbaren Schaden, der in der Regel den Betrag des Honorars nicht überschreitet. Eine wesentliche Vertragspflicht umfasst solche Pflichten, die die ordnungsgemäße Durchführung des Vertrages überhaupt erst ermöglichen und auf deren Einhaltung der Kunde regelmäßig vertrauen darf.

§ 13 Verhältnis zu Dritten, Haftung des Kunden

(1) Soweit die Agentur Verträge zur Durchführung oder Umsetzung von vereinbarten Marketingmaßnahmen mit Dritten schließt, erfolgt ein solcher Vertragsabschluss im Namen der Agentur. Dies betrifft insbesondere die Anmietung von Räumen und Mietmöbeln, den Abschluss von Verträgen im Gastronomie- und Servicebereich, sowie den Abschluss von Verträgen mit Grafikern und Künstlern.

(2) Soweit der Agentur im Zusammenhang mit der Vertragsabwicklung Schadenersatzansprüche gegen Dritte zustehen, behält sich die Agentur vor, derartige Ersatzansprüche an den Kunden abzutreten, sofern dieser die Abtretung derartiger künftiger Ansprüche annimmt. In einem solchen Fall stehen dem Kunden gegen die Agentur keine weiteren Ansprüche zu. Der Kunde ist berechtigt, derartige Ansprüche auf eigene Kosten durchzusetzen.

(3) Der Kunde haftet für alle Schäden zulasten eines mit der Agentur vertraglich gebundenen Dritten, soweit diese Schäden vorsätzlich oder fahrlässig durch den Kunden, seine Erfüllungs- oder Verrichtungsgehilfen oder sonstigen von ihm beauftragten Personen verursacht wurden. Der Kunde verpflichtet sich, die Agentur von in diesem Zusammenhang gegen sie geltend gemachten Ansprüchen Dritter freizustellen.

§ 14 Aufrechnung; Zurückbehaltungsrecht

Zur Aufrechnung gegen Ansprüche der Agentur ist der Kunde nur berechtigt, wenn dessen Forderungen rechtskräftig festgestellt wurden, die Agentur diese anerkannt hat oder wenn diese Forderungen unstreitig sind. Zur Aufrechnung gegen Ansprüche der Agentur ist der Kunde auch berechtigt, wenn er Mängelrügen oder Gegenansprüche aus demselben Vertragsverhältnis geltend macht.

§ 15 Referenzklausel

Der Kunde räumt der Agentur ein zeitlich unbegrenztes Recht ein, den Namen und das Firmenlogo des Kunden als Referenz gegenüber Dritten im Rahmen ihres Internetauftritts zu verwenden. Der Kunde kann diesem Verwendungsrecht ohne Angabe von Gründen widersprechen, der Widerspruch muss jedoch spätestens innerhalb einer Frist von 2 Monaten nach Vertragsschluss in Textform gegenüber der Agentur erklärt werden.

§ 16 Salvatorische Klausel

Sollten einzelne Bestimmungen dieser AGB oder eines Vertrages unwirksam oder undurchführbar sein oder nach Vertragsschluss unwirksam oder undurchführbar werden, bleibt davon die Wirksamkeit des Vertrages im Übrigen unberührt. An die Stelle der unwirksamen oder undurchführbaren Bestimmung soll diejenige wirksame und durchführbare Regelung treten, deren Wirkungen der wirtschaftlichen Zielsetzung am nächsten kommen, die die Vertragsparteien mit der unwirksamen bzw. undurchführbaren Bestimmung verfolgt haben.

§ 17 Anwendbares Recht, Fremdsprache und Gerichtsstand

- (1) Die Geschäftsbeziehungen zwischen der Agentur und dem Kunden unterliegen dem Recht der Bundesrepublik Deutschland unter Ausschluss des UN-Kaufrechts (CISG).
- (2) Ausschließlicher Gerichtsstand für alle Streitigkeiten aus oder im Zusammenhang mit diesen AGB oder der Vertragsbeziehung zwischen der Agentur und dem Kunden ist Leipzig. Die Agentur ist jedoch auch berechtigt, den Kunden an seinem allgemeinen Sitz zu verklagen.
- (3) Werden diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) in eine Fremdsprache übertragen, ist bei sprachlichen Unklarheiten immer die deutsche Version der AGBs ausschlaggebend.