

## **Displayideen.de**

### **Allgemeine Geschäftsbedingungen**

#### I. Geltung

Für den Werbeauftrag gelten ausschließlich diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen sowie die Preisliste des Auftragnehmers, die einen wesentlichen Vertragsbestandteil bildet. Etwaige Sondervereinbarungen ergeben sich aus dem Werbeauftrag. Die Gültigkeit etwaiger Allgemeiner Geschäftsbedingungen des Auftraggebers oder sonstiger Inserenten ist ausdrücklich ausgeschlossen, auch für den Fall, dass solche durch den Auftraggeber übersandt wurden.

#### II. Definitionen

(1) "Auftraggeber" als Unternehmer i.S.d. Geschäftsbedingungen sind natürliche oder juristische Personen oder rechtsfähige Personengesellschaften, mit denen in Geschäftsbeziehung getreten wird, die in Ausübung einer gewerblichen oder selbständigen beruflichen Tätigkeit handeln, demnach auch Werbeagenturen.

(2) "Auftragnehmerin" ist die DI – Displayideen OHG zum Zwecke der Online-Werbung oder Werbung in anderen Werbemitteln.

(3) "Werbeauftrag" im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Schaltung und Veröffentlichung eines Werbemittels oder mehrerer Werbemittel in Medien-, Informations- und Kommunikationsdiensten, insbesondere dem World Wide Web, zum Zwecke der Verbreitung.

(4) Ein "Werbemittel" im Sinne dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen kann zum Beispiel aus einem oder mehreren der genannten Elemente bestehen:  
- aus einem Bild und/oder Text, aus Tonfolgen und/oder Bewegtbildern (u.a. Banner),  
- aus einer sensitiven Fläche, die bei Anklicken die Verbindung mittels einer vom Auftraggeber genannten Online-Adresse zu weiteren Daten herstellt, die im Bereich des Auftraggebers liegen (z.B. Link). Werbemittel, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht als solche erkennbar sind, werden als Werbung deutlich kenntlich gemacht.

(5) "Kampagnenbeginn" ist der Zeitpunkt der ersten Schaltung in dem gebuchten Werberaum.

#### III. Vertragsschluss

(1) Die Auftragserteilung bedarf der Schriftform.

(2) Soweit der Vertrag zwischen der Auftragnehmerin und einer Werbeagentur geschlossen werden soll, ist diese verpflichtet, der Auftragnehmerin vor Vertragsabschluss einen Gewerbenachweis via Handelsregisterauszug zukommen zu lassen.

#### IV. Vertragsgegenstand

Vertragsgegenstand ist die Einstellung und Ausstrahlung von Werbemitteln auf den dafür vorgesehenen Werbeträgern durch die Auftragnehmerin gemäß dem Werbeauftragsformular, aus dem sich auch Sondervereinbarungen ergeben können.

#### V. Rechte & Pflichten des Auftraggebers

(1) Der Auftraggeber ist verpflichtet, die einzustellenden Werbemittel, wie in dem Werbeauftragsformular vorgegeben, anzuliefern. Störungen, die aufgrund der Nichteinhaltung dieser Vorgaben auftreten, gehen zu Lasten des Auftraggebers.

(2) Der Auftraggeber ist für die Rechtmäßigkeit der gelieferten Inhalte verantwortlich, ebenso für solche Inhalte, auf die verlinkt wird. Der Auftraggeber ist verpflichtet, seine Werbung so auszugestalten, dass sie nicht gegen Gesetz, behördliche Bestimmungen oder die guten Sitten verstößt. Weitere Vorgaben ergeben sich aus dem bestätigten Werbeauftrag.

- a) Der Auftraggeber wird insbesondere keine Inhalte liefern, anbieten, hierzu Zugang verschaffen oder für Inhalte werben, die gegen die Bestimmungen des Strafgesetzbuches, das Jugendschutzrecht verstoßen oder die
- aa) Kinder oder Jugendliche in unnatürlich geschlechtsbetonter Körperhaltung darstellen; dies gilt auch bei virtuellen Darstellungen,
  - bb) pornografisch sind und Gewalttätigkeiten, den sexuellen Missbrauch von Kindern oder Jugendlichen oder sexuelle Handlungen von Menschen mit Tieren zum Gegenstand haben; dies gilt auch bei virtuellen Darstellungen, oder
  - cc) in den Teilen B und D der Liste nach § 18 des JuSchG aufgenommen sind oder mit einem in dieser Liste aufgenommenen Werk ganz oder im Wesentlichen inhaltsgleich sind (absolutes Verbot i. S. d. § 4 Abs. 1 JMStV).
- b) Der Auftraggeber wird außerdem Inhalte, die
- aa) in sonstiger Weise pornografisch sind,
  - bb) in den Teilen A und C der Liste nach § 18 des JuSchG aufgenommen sind oder mit einem in dieser Liste aufgenommenen Werk ganz oder im Wesentlichen inhaltsgleich sind, oder
  - cc) offensichtlich geeignet sind, die Entwicklung von Kindern und Jugendlichen oder ihre Erziehung zu einer eigenverantwortlichen und gemeinschaftsfähigen Persönlichkeit unter Berücksichtigung der besonderen Wirkungsform des Verbreitungsmediums schwer zu gefährden, (relatives Verbot i. S. d. § 4 Abs. 2 JMStV) nur liefern, anbieten, hierzu Zugang verschaffen oder bewerben, wenn er sicherstellt, dass sie nur Erwachsenen zugänglich gemacht werden (geschlossene Benutzergruppe). Diese Voraussetzung wird derzeit nur für solche Inhalte als erfüllt betrachtet, die in einer geschlossenen Benutzergruppe angeboten werden oder auf die von der geschlossenen Benutzergruppe verlinkt wird. Das Zugänglichmachen entsprechender Inhalte in anderen Bereichen bedarf einer gesonderten schriftlichen Vereinbarung zwischen den Parteien, zu deren Abschluss der Auftraggeber unaufgefordert an die Auftragnehmerin herantreten wird.
- c) Inhalte, die geeignet sind, die Entwicklung von Kindern oder Jugendlichen zu einer eigenverantwortlichen und gemeinschaftsfähigen Persönlichkeit zu beeinträchtigen, insbesondere solche, die nach dem Jugendschutzgesetz für Kinder oder Jugendliche der jeweiligen Altersstufe nicht freigegeben sind oder die im Wesentlichen inhaltsgleich sind mit Angeboten, die nach dem Jugendschutzgesetz für Kinder oder Jugendliche der jeweiligen Altersstufe nicht freigegeben sind (relatives Verbot i. S. d. § 5 Abs. 1, 2 JMStV), wird der Auftraggeber nur anbieten, wenn er durch technische Mittel die Wahrnehmung des Angebots durch Kinder oder Jugendliche der betroffenen Altersstufe unmöglich macht oder wesentlich erschwert. Das Angebot entsprechender Inhalte ist der Auftragnehmerin vorab schriftlich anzuzeigen und darf nur erfolgen, wenn die Auftragnehmerin nicht binnen 10 Werktagen widerspricht.
- d) Der Auftraggeber hat seine Inhalte und seine verlinkten Inhalte i.S.d. § 12 JMStV zu kennzeichnen und die Werbegestaltungsvorgaben des § 6 JMStV einzuhalten.
- e) Der Auftraggeber hat seine Inhalte und seine verlinkten Inhalte gem. § 11 Abs. 1 JMStV für ein als geeignet anerkanntes Jugendschutzprogramm zu programmieren. Die Parteien sind sich darüber einig, dass diese Voraussetzungen zur Zeit voraussichtlich nur vom "ICRA Standard" erfüllt werden.

(3) Der Auftraggeber hat digital übermittelte Unterlagen frei von sogenannten Computerviren oder sonstigen Schadensquellen zu liefern. Er ist insbesondere verpflichtet, zu diesem Zweck handelsübliche Schutzprogramme einzusetzen, die

grundsätzlich dem neuesten Stand der Technik zu entsprechen haben. Bei Vorliegen von Schadensquellen auf einer übermittelten Datei wird die Auftragnehmerin von dieser Datei keinen Gebrauch machen und diese, soweit zur Schadensvermeidung bzw. -begrenzung erforderlich, löschen, ohne dass der Auftraggeber in diesem Zusammenhang Schadensersatzansprüche geltend machen kann. Die Auftragnehmerin behält sich vor, den Auftraggeber auf Schadensersatz in Anspruch zu nehmen, wenn ihm durch solche durch den Auftraggeber infiltrierte Schadensquellen ein Schaden entstanden ist.

(4) Der Auftraggeber ist verpflichtet, das eingestellte Werbemittel nach Kampagnenbeginn unverzüglich zu überprüfen und bei Mangelhaftigkeit schriftlich (z.B. via e-Mail) zu rügen.

(5) Den Auftraggeber trifft die Beweislast für sämtliche Anspruchsvoraussetzungen, insbesondere für den Mangel selbst, für den Zeitpunkt der Feststellung des Mangels und für die Rechtzeitigkeit der Mängelrüge.

(6) Der Auftraggeber garantiert der Auftragnehmerin, daß er über alle Rechte an den Inhalten verfügt, die erforderlich sind, um der Auftragnehmerin sämtliche Rechte, welche im Rahmen dieses Vertragsverhältnisses eingeräumt werden, zu gewähren. Der Auftraggeber räumt der Auftragnehmerin sämtliche für die Nutzung der Werbung in Online-Medien aller Art, einschließlich World Wide Web/Internet, die erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, Entnahme aus einer Datenbank, Abruf aus dieser und Speicherung in einer Datenbank, und zwar zeitlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrags notwendigen Umfang, ein. Vorgenannte Rechte werden in allen Fällen örtlich unbegrenzt übertragen und berechtigen zur Schaltung mittels aller bekannten technischen Verfahren sowie aller bekannten Formen der Online-Medien. Darin enthalten ist das Werberecht als das Recht, die Werbung auch unentgeltlich durch Abdruck, Sendung und/oder sonstige Wiedergabe kurzer Bestandteil zum Zweck der Eigenwerbung zu verwenden, etwa im Rahmen eines Referenzarchivs oder für Präsentationen.

(7) Weiterhin ermächtigt der Auftraggeber die Auftragnehmerin, Werbeinformationen in angemessenem Umfang zu Marktforschungszwecken an anerkannte Marktforschungsunternehmen weiterzuleiten. Ist der Auftraggeber dazu nicht bereit, hat er dies der Auftragnehmerin bei Vertragsschluß schriftlich mitzuteilen.

(8) Der Auftraggeber stellt die Auftragnehmerin im Rahmen des Werbeauftrags von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der Verletzung gesetzlicher Bestimmungen, insbesondere im Hinblick auf das veröffentlichte Werbemittel, entstehen können. Ferner wird die Auftragnehmerin von den Kosten für eine angemessene Rechtsverteidigung freigestellt. Der Auftraggeber ist verpflichtet, die Auftragnehmerin nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen. Die Geltendmachung weiterer Ansprüche bleibt vorbehalten.

## VI. Rechte & Pflichten der Auftragnehmerin

(1) Die Auftragnehmerin wird rechtmäßige sowie den dem Auftraggeber übermittelten Vorgaben entsprechende Werbemittel in den Werberaum einstellen sowie ausstrahlen, wie im einzelnen in dem durch die Auftragnehmerin bestätigten Werbeauftrag und/oder einer Sondervereinbarung geregelt. Die Auftragnehmerin ist berechtigt, die Werbemittel erforderlichenfalls zu bearbeiten.

(2) Die Auftragnehmerin behält sich vor, Werbeaufträge - auch einzelne Werbemittel im Rahmen einer Werbekampagne - wegen des Inhalts, der Herkunft oder aus technischen Gründen abzulehnen, insbesondere dann, wenn die Werbemittel nicht den Vorgaben dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen sowie dem bestätigten Werbeauftragsformular

oder etwaiger Sondervereinbarungen entsprechen und/oder die Veröffentlichung für die Auftragnehmerin unzumutbar ist; desweiteren sofern der Inhalt des Werbeauftrags/Werbemittels vom Deutschen Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde. Die Ablehnung des Auftrags wird dem Auftraggeber mitgeteilt. Sofern der Auftraggeber der Auftragnehmerin nachweislich rechtmäßige Ersatzwerbemittel unverzüglich zur Verfügung stellt, werden diese eingestellt werden. Im übrigen besteht kein Anspruch auf Ersatz.

(3) Die Auftraggeberin ist auch nach erfolgter Veröffentlichung zur Löschung oder Sperrung mangelhafter und insbesondere rechtswidriger Inhalte berechtigt. Der Auftraggeber ist verpflichtet, im Rahmen der erforderlichen und zumutbaren technischen Möglichkeiten den Zugang zu solchen Inhalten zu sperren, die die Auftragnehmerin als mangelhaft und insbesondere als rechtswidrig zurückweist. Dies gilt insbesondere, wenn die die Auftragnehmerin selbst eine solche Sperrung nicht möglich ist. Sofern der Auftraggeber nachweislich rechtmäßige bzw. mangelfreie Inhalte als Ersatz liefert oder sofern auf die bemängelten Inhalte von den Seiten des jeweiligen Werbeträgers verlinkt war, nachweist, daß auf keine mangelhaften bzw. unrechtmäßigen Inhalte mehr verlinkt wird, wird die Auftragnehmerin die Ersatzinhalte in den Werbeträger einstellen bzw. die Sperrung aufheben.

(4) Die Vorgaben aus Ziff. 3 gelten auch für den Fall, daß der Auftraggeber nachträglich Änderungen der Inhalte des Werbemittels selbst vornimmt oder solche Daten nachträglich verändert werden, auf die durch einen Link verwiesen wird, wenn das Werbemittel hiernach eine Voraussetzung für dessen Ablehnung bzw. Sperrung oder Löschung i.S.d. Ziff. 2 erfüllt.

(5) Die Rechtmäßigkeit des Werbemittels ist grundsätzlich nach deutschem Recht zu bestimmen. Ergeben sich jedoch aus den Inhalten (insbesondere wegen ihrer Sprache) oder aus den Bereich des Dienstes, für den die Inhalte vertraglich bestimmt sind, insbesondere bei Bestimmung für andere Staaten), Anhaltspunkte dafür, daß die Inhalte auch den Bestimmungen einer anderen Rechtsordnung unterliegen, bestimmt sich die Rechtmäßigkeit auch nach diesen Kriterien.

(6) Die Auftragnehmerin wird die Werbemittel - abgesehen von Sondervereinbarungen in dem bestätigten Werbeauftrag - während des gebuchten Zeitraums und/oder bis zum Erreichen der gebuchten Medialeistung in den Werberaum einstellen.

Im Falle der Unterlieferung wird die Auftragnehmerin - soweit möglich und angemessen - eine Nachlieferung entsprechend der mit dem Auftraggeber vereinbarten Ad-Impressions vornehmen. In diesem Fall bleiben die Werbemittel weiterhin online. Die Nachlieferung wird - vorbehaltlich etwaiger schriftlicher Sondervereinbarungen - grundsätzlich im Anschluß an den Werbeauftrag abgewickelt.

Im Falle einer Abweichung zwischen der von dem Auftraggeber bzw. von der Auftragnehmerin gemessenen Medialeistung sind die von der Auftragnehmerin ermittelten Zahlen maßgebend.

## VII. Preise & Zahlungsbedingungen

(1) Vorbehaltlich einer anderweitigen Vereinbarung in dem Werbeauftrag hat der Auftraggeber für jeden Werbeauftrag den der im Zeitpunkt des Vertragsschlusses jeweils gültigen Preisliste entsprechenden Preis zu bezahlen. Änderungen der Preisliste bleiben vorbehalten.

(2) Rabatte bestimmen sich nach der jeweils gültigen Preisliste. Werbeagenturen und sonstige Werbemittler sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und

Abrechnungen mit ihren Kunden an die Preislisten der Auftragnehmerin zu halten. Etwaige Sondervereinbarungen ergeben sich aus dem bestätigten Werbeauftrag.

(3) Wird ein Werbeauftrag aus Umständen nicht erfüllt, die die Auftragnehmerin nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber der Auftragnehmerin, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschiedsbetrag zwischen dem bereits gewährten Rabatt und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Rabatt zu erstatten.

(5) Sind Abschlagszahlungen eines Auftraggebers nicht eindeutig einer bestimmten Rechnung zuzuordnen, wird die Leistung im Zweifel auf die zeitlich älteste noch offene Rechnung erbracht, die dem Auftraggeber gestellt wurde.

(6) Die Werbeaufträge werden bei Kampagnenbeginn in Rechnung gestellt und sind sofort nach Rechnungserhalt netto Kasse fällig.

#### VIII. Zahlungsverzug & Aufrechnung

(1) Verzugszinsen werden grundsätzlich in Höhe von 8% über dem jeweils gültigen Basiszinssatz der Deutschen Bundesbank berechnet. Die Geltendmachung eines höheren Zinssatzes bleibt vorbehalten.

(2) Die Auftragnehmerin ist bei Zahlungsverzug berechtigt, die weitere Ausführung des laufenden Auftrags bis zur Zahlung zurückstellen.

(3) Die Auftragnehmerin kann die ihr obliegende Leistung verweigern, wenn nach Abschluß des Vertrages erkennbar wird, dass ihr Anspruch auf die Gegenleistung durch mangelnde Leistungsfähigkeit des Auftraggebers gefährdet wird, soweit nicht die Gegenleistung bewirkt oder Sicherheit für sie geleistet wird.

(4) Der Auftraggeber ist nur dann zur Aufrechnung berechtigt, wenn sein Gegenanspruch von der Auftragnehmerin anerkannt oder rechtskräftig festgestellt wurde.

#### IX. Gewährleistung der Auftragnehmerin

(1) Die Auftragnehmerin gewährleistet eine dem jeweils üblichen technischen Standard entsprechende, bestmögliche Wiedergabe des Werbemittels.

(2) Bei ungenügender Wiedergabequalität des Werbemittels hat der Auftraggeber Anspruch auf Nachbesserung oder Schaltung einer einwandfreien Ersatzwerbung, jedoch nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck des Werbemittels beeinträchtigt wurde. Bei Fehlschlägen oder Unzumutbarkeit der Ersatzwerbung hat der Auftraggeber ein Recht auf Herabsetzung der Vergütung (Minderung), Ersatz des unmittelbaren Schadens oder Rücktritt. Bei Vorliegen geringfügiger Mängel ist der Rücktritt ausgeschlossen.

(3) Sind etwaige Mängel der Werbemittel für die Auftragnehmerin nicht offenkundig, so hat der Auftraggeber bei entsprechend mangelhafter Veröffentlichung keine Ansprüche. Das Gleiche gilt bei Fehlern in wiederholten Werbeschaltungen, wenn der Auftraggeber nicht vor Veröffentlichung der nächstfolgenden Werbeschaltung auf den Fehler hinweist.

Offensichtliche Mängel hat der Auftraggeber binnen einer Frist von 3 Werktagen nach erster Veröffentlichung schriftlich (z.B. via e-Mail) anzuzeigen, danach ist die Geltendmachung von Gewährleistungsansprüchen ausgeschlossen. Bei späteren Reklamationen haftet die Auftragnehmerin insbesondere nicht für die durch Zeitverzögerung entstandenen oder vergrößerten Schäden. Den Auftraggeber trifft die Beweislast für sämtliche Anspruchsvoraussetzungen, insbesondere für den Mangel selbst,

für den Zeitpunkt der Feststellung des Mangels und für die Rechtzeitigkeit der Mängelrüge.

(4) Fällt die Durchführung eines gesamten Auftrags aus Gründen aus, die die Auftragnehmerin nicht zu vertreten hat (softwarebedingt oder aus anderen technischen Gründen), insbesondere wegen Rechnerausfalls, höherer Gewalt, Streik, aufgrund gesetzlicher Bestimmungen, Störungen aus dem Verantwortungsbereich von Dritten (z.B. anderen Providern), Netzbetreibern oder Leistungsanbietern oder aus vergleichbaren Gründen, so wird die Durchführung des Auftrags nach Möglichkeit nachgeholt. Bei Nachholung in angemessener und für den Auftraggeber zumutbarer Frist nach Beseitigung der Störung bleibt der Vergütungsanspruch der Auftragnehmerin bestehen.

Ist die Nachholung im Rahmen der gesetzten Frist nicht möglich, kann der Auftraggeber vom Vertrag zurücktreten bzw. Ersatz des unmittelbaren Schadens verlangen.

(5) Garantien im Rechtssinne werden nicht gewährt.

## X. Haftung

(1) Für schadensverursachende Ereignisse, die auf Übertragungswegen des Telekommunikationsproviders oder in einer Vermittlungseinrichtung des Telekommunikationsproviders eingetreten sind, haftet die Auftragnehmerin / der Vertragspartner dem Auftraggeber nur insoweit, als der Telekommunikationsprovider nach den Bestimmungen des Telekommunikationsgesetzes oder der Telekommunikations-Kundenschutzverordnung in der jeweils geltenden Fassung gegenüber der Auftragnehmerin haftet.

(2) Bei leicht fahrlässigen Pflichtverletzungen des gesetzlichen Vertreters, eines Angestellten oder Erfüllungsgehilfen ist die Haftung der Auftragnehmerin auf den typischerweise vorhersehbaren unmittelbaren Schaden begrenzt.

(3) Voranstehende Haftungseinschränkungen gelten nicht für Fälle von Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit, für Fälle der Verletzung von Kardinalpflichten sowie im Falle von der Auftragnehmerin zurechenbarer Körper- und Gesundheitsschäden.

## XI. Verjährung

Ansprüche aus diesem Vertragsverhältnis verjähren nach Ablauf eines Jahres, beginnend mit dem Schluß des Jahres, in dem der Anspruch entstanden ist und der Gläubiger von den den Anspruch begründenden Umständen Kenntnis erlangt oder ohne grobe Fahrlässigkeit erlangt haben müsste.

## XII. Laufzeit & Stornierungen

(1) Der Vertrag tritt mit Auftragsbestätigung durch die Auftragnehmerin in Kraft und endet mit Ablauf der Schaltperiode, ohne daß es einer weiteren Kündigung bedarf.

(2) Bei Kündigungen von Festbuchungen wird der Preis für den gesamten Buchungszeitraum, abzüglich ersparter Aufwendungen, berechnet.

(3) Das Recht zur außerordentlichen Kündigung aus wichtigem Grund nach vorheriger Abmahnung bleibt hiervon unberührt.

(4) Die Kündigung von Werbeaufträgen hat schriftlich zu erfolgen.

## XIII. Schlussbestimmungen

(1) Änderungen dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen werden dem Auftraggeber schriftlich sowie unter [www.displayideen.de](http://www.displayideen.de) mitgeteilt. Sie gelten als vom Auftraggeber genehmigt, sofern dieser nicht binnen 1 Monats ab Mitteilung schriftlich widerspricht.

(2) Bei Cross-Media Deals gelten hinsichtlich des Print-Anteils die AGB der einzelnen Print-Werbeträger, die dem Auftraggeber dann zur Verfügung gestellt werden.

(3) Werbeaufträge werden unter Berücksichtigung der geltenden datenschutzrechtlichen Bestimmungen abgewickelt.

(4) Pressemitteilungen bezüglich des Werbeauftrages sowie der Zusammenarbeit der Auftragnehmerin und des Auftraggebers im Allgemeinen sind vor Veröffentlichung mit der Auftragnehmerin abzustimmen.

(5) Eine Übertragung von Rechten und Pflichten aus diesem Vertrag auf einen Dritten ist dem Auftraggeber nur nach vorheriger ausdrücklicher Zustimmung der Auftragnehmerin gestattet. Letztere darf nicht unbillig verweigert werden.

(6) Bei Unwirksamkeit einzelner Klauseln dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen bzw. des Vertrages mit dem Auftraggeber wird die Gültigkeit der übrigen Regelungen hiervon nicht berührt. Die ganz oder teilweise unwirksame Regelung soll durch eine solche ersetzt werden, deren wirtschaftlicher Erfolg dem der unwirksamen und der Intention der Parteien möglichst nahe kommt.

(7) Erfüllungsort ist Hamburg als Sitz der Auftragnehmerin.

(8) Gerichtsstand ist, sofern der Auftraggeber Kaufmann, juristische Person des öffentlichen Rechts oder öffentlich-rechtliches Sondervermögen ist, oder keinen allgemeinen Gerichtsstand hat, Hamburg. Es gilt deutsches Recht.