

Allgemeine Geschäftsbedingungen der Millhaus GmbH

Eduard-Schmid-Straße 23 | 81541 München | Phone: +49 (89) 30 90 44 7-0 | Fax: +49 (89) 30 90 44 7-29
(Stand: 07/2007)

§ 1 Geltungsbereich

- (1) Die nachfolgenden Geschäftsbedingungen sind auf alle Verträge über Lieferungen und sonstige Leistungen der Millhaus GmbH (nachfolgend „Agentur“) mit seinen Vertragspartnern (nachfolgend Kunden) anwendbar. Mit Beauftragung der Agentur erkennt der Kunde diese Geschäftsbedingungen an. Sie gelten ferner für alle zukünftigen Geschäftsbeziehungen, auch wenn sie nicht nochmals ausdrücklich vereinbart werden.
- (2) Abweichende Bedingungen des Kunden, die von der Agentur nicht ausdrücklich schriftlich anerkannt werden, sind unverbindlich. Dies gilt auch für den Fall, dass die Agentur ihnen nicht ausdrücklich widerspricht.
- (3) Einbeziehung und Auslegung dieser Geschäftsbedingungen regelt sich, ebenso wie Abschluss und Auslegung der Rechtsgeschäfte mit dem Kunden selbst, ausschließlich nach dem Recht der Bundesrepublik Deutschland. Die Anwendung des Einheitlichen Internationalen Kaufrechtes ist ausgeschlossen.

§ 2 Angebote, Vertragsabschluss

Sämtliche Angebote der Agentur sind freibleibend bzw. bei Nennung einer Frist nur für die genannte Frist verbindlich. Sie werden durch rechtzeitige Gegenzeichnung des Kunden angenommen.

§ 3 Umfang der Leistung

- (1) Für den Umfang der vertraglich geschuldeten Leistung ist ausschließlich das durch Auftragsbestätigung angenommene Angebot der Agentur maßgebend.
- (2) Teillieferungen und –leistungen sind zulässig. Die Agentur ist berechtigt, diese gesondert abzurechnen, es sei denn, dass dies die Erreichung des Vertragszwecks im Ganzen gefährdet.
- (3) Stellt die Agentur im Verlauf ihrer Leistungserbringung fest, dass weitere Leistungen zur erfolgreichen Abwicklung des Auftrags notwendig sind, zeigt sie dies dem Kunden an. Widerspricht dieser nicht binnen angemessener Frist nach dieser Anzeige, gelten die Leistungen als in Auftrag gegeben.
- (4) Möchte der Kunde zusätzliche Leistungen beauftragen, zeigt er dies ebenfalls an. Der daraufhin von der Agentur mitgeteilte Preis gilt nach den obigen Kriterien als vereinbart. Änderungen der Leistung können zur Verschiebung von Lieferterminen und Fristen führen, für die die Agentur dann nicht einsteht.
- (5) Der Kunde stellt die Agentur frei von allen Ansprüchen, die aus der Verletzung von Pflichten des Kunden als Veranstalter und aus Verträgen entstehen, welche die Agentur für den Veranstalter abschließt, wie z.B. Mietverträge für den Ort der Veranstaltung.
- (6) Mehraufwendungen, die durch unrichtige Angaben des Kunden, durch von der Agentur unverschuldete Transportverzögerungen oder durch nicht termin- oder fachgerechte Vorleistung Dritter, die nicht Erfüllungsgehilfen der Agentur sind erforderlich werden, werden von der Agentur gesondert in Rechnung gestellt.

§ 4 Preise

- (1) Alle von der Agentur angegebenen Preise verstehen sich zuzüglich der gesetzlichen Umsatzsteuer. Die Preise gelten ab Firmensitz exkl. Verpackung und sonstiger Versand- und Transportspesen. Liegen zwischen Vertragsschluss und Erfüllung mehr als 4 Monate, ohne dass diese Verzögerung von der Agentur zu vertreten ist, kann die Agentur den Preis unter Berücksichtigung eingetretener Material-, Lohn- und sonstiger Nebenkosten, die von der Agentur zu tragen sind, angemessen erhöhen.
- (2) Von der Agentur veranschlagte Preise haben nur dann Gültigkeit, wenn die Auftragserteilung den im Angebot aufgeführten Auftragsdaten entsprechend uneingeschränkt erfolgt. Die dem Angebot oder der Auftragsbestätigung zugrunde liegenden Unterlagen wie Kalkulationen von Zeit- und Fremdkostenaufwand sind grundsätzlich nur als Annäherungswerte zu verstehen, sofern sie nicht ausdrücklich als verbindlich bezeichnet werden.
- (3) Soweit nicht ausdrücklich anders vereinbart, wird auf Grundlage der Stundensätze der Agentur nach tatsächlichem Zeitaufwand abgerechnet.
- (4) Für den Fall der Vereinbarung von „Honorarpauschalen“, decken diese insbesondere zum Einen den von der Agentur zu erbringenden Zeitaufwand und zum anderen die Bereitstellung von Bearbeitungskapazitäten durch die Agentur ab. Die Honorarpauschalen sind grundsätzlich für beide Parteien bindend, unabhängig davon, ob der geschätzte Zeitaufwand dem tatsächlichen entspricht. Eine über die vereinbarten Honorarpauschalen hinausgehende Vergütung steht der Agentur nur dann zu, wenn die Agentur sich dieses Recht ausdrücklich bei Auftragserteilung vorbehalten hat oder wenn und soweit dies ausdrücklich zwischen den Parteien vereinbart wurde oder wenn sich ein Vergütungsanspruch aus diesen Allgemeinen Geschäfts- und Vertragsbedingungen ergibt.
- (5) Die Agentur erhält von ihren Kunden für die erfolgreiche Vermittlung von Kontakten, die in geldwerte Kooperationen und anderweitigen, wirtschaftlich bewertbare Vertragsverhältnisse münden, eine handelsübliche Provision.
- (6) Berücksichtigt die Agentur Änderungswünsche des Kunden, so werden die hierdurch entstehenden Mehrkosten dem Kunden in Rechnung gestellt.

§ 5 Zahlungsbedingungen

- (1) Die von der Agentur an den Kunden gestellten Rechnungen sind nach Erhalt sofort ohne Abzug fällig, sofern nicht auf der Rechnung ein anderer Termin angegeben ist. Sämtliche Zahlungen haben durch Überweisung auf das von der Agentur in der Rechnung benannte Konto zu erfolgen. Bei schuldhafter Überschreitung der Zahlungsfrist von mehr als 14 Tagen ab Rechnungsdatum werden unter Vorbehalt der Geltendmachung weitergehender Ansprüche Zinsen in Höhe von 3 % über dem jeweils geltenden Diskontsatz der Dt. Bundesbank verlangt.
- (2) Im Bereich Fremdkosten (§ 6) erstellt die Agentur Vorausrechnungen an den Kunden, jeweils für einen Einschaltmonat.
- (3) Die in den Preislisten genannten Stundensätze bzw. technischen Leistungen haben Gültigkeit für die Dauer von einem Jahr ab Auftragserteilung. Nach Ablauf dieser Frist ist die Agentur berechtigt, diese Preise in angemessener Weise den jährlich allgemeinen Kostenentwicklungen anzupassen.

(4) Sollten mit der Genehmigung des Kunden sog. „Künstler“ (z.B. Grafiker, Moderatoren, Journalisten, Texte etc.) als freie Mitarbeiter beschäftigt und diese Kosten dem Kunden als Fremdleistungen weiterberechnet werden, so ist die Agentur berechtigt, die entsprechend dem Künstlersozialversicherungsgesetz anfallenden Abgaben an den Kunden weiterzuberechnen. Es gelten die jeweils zum Stichtag der Leistung gültigen Prozentsätze.

§6 Einschaltung Dritter / Fremdkosten

- (1) Die Agentur ist jederzeit berechtigt, die Erfüllung einzelner Leistungen auf Dritte zu übertragen. Die Beauftragung erfolgt im Namen und für Rechnung der Agentur.
- (2) Die Agentur ist nicht verpflichtet, über die von Dritten in ihrem Auftrag erbrachten Leistungen gesondert Rechnung zu legen.

§ 7 Neben- und Reisekosten

- (1) Nebenkosten der täglichen Zusammenarbeit sind anlässlich der Durchführung eines Auftrages entstehende Kosten, insbesondere für Telefon/Telefax/E-Mail/Internet sowie Porto und Kopien, und werden mit einer jeweils an der Art des Auftrages orientierten Pauschale in Form eines prozentualen Anteils der vereinbarten Honorare dem Kunden berechnet. Nur auf ausdrücklichen Wunsch werden die Nebenkosten nach Beleg berechnet.
- (2) Reisekosten sind anlässlich der Durchführung eines Auftrages entstehende Kosten für Reisen und Reisespesen. Sie werden stets nach Beleg abgerechnet. Reisekosten innerhalb Münchens werden nicht erhoben.

§ 8 Transport/Verpackung

Sämtliche Gegenstände werden stets auf Kosten und Gefahr des Kunden versandt oder transportiert. Dies gilt auch, wenn die gesamte Versendung oder der gesamte Transport von der Agentur in eigener Regie und mit eigenem Personal durchgeführt wird. Jede Bestimmung über Art und Weise der Versendung bzw. Verpackung obliegt allein der Agentur, sofern nicht ausdrücklich anderes zwischen den Parteien vereinbart ist. Transportschäden sind der Agentur unverzüglich schriftlich anzuzeigen. Etwaige Schadensersatzansprüche gegen ein Transportunternehmen tritt die Agentur auf entsprechende Erklärung des Kunden hin an diesen ab.

§ 9 Änderungen oder Abbruch der Arbeiten / Laufzeit / Kündigung

- (1) Der Kunde ist berechtigt, schwebende Arbeiten abzubrechen, Pläne und sonstige verabschiedete Maßnahmen aufzugeben und abzuändern. In solchen Fällen wird die Agentur sofort alle geeigneten Vorkehrungen treffen, um den Anweisungen zu entsprechen und die Kosten möglichst gering zu halten. Der Kunde verpflichtet sich jedoch, die Agentur von allen bereits eingegangenen Verbindlichkeiten, soweit diese zuvor genehmigt oder Teil der bereits verabschiedeten Maßnahmen waren, freizustellen und ihr alle Verluste zu ersetzen, die sich aus solchen Maßnahmen aufgrund des Abbruchs oder der Änderungen ergeben. Die Agentur hat für die bereits vorbereiteten und bis dahin erbrachten Leistungen Anspruch auf Vergütung entsprechend den im Angebot getroffenen Vereinbarungen.
- (2) Diese gelten auch, wenn ein Storno unterbleibt, aber die Durchführung der Veranstaltung aufgrund eines Umstandes unmöglich wird, der dem Risikobereich des Kunden zuzurechnen ist und den die Agentur nicht oder nur zu einem untergeordneten Teil zu vertreten hat.
- (3) Soweit zwischen der Agentur und dem Kunden feste Laufzeiten für Auftragsabwicklungen vereinbart werden, bleiben sie von (1) unberührt, die beiderseitigen Rechte & Pflichten enden mit Beendigung der vereinbarten Laufzeit.
- (4) Laufende Beratungsverhältnisse zwischen der Agentur und ihrem Kunden, die für eine Laufzeit von mindestens einem Jahr begründet werden, verlängern sich um jeweils sechs Monate, sofern sie nicht mit einer Frist von sechs Monaten zum Ende der jeweiligen Laufzeit durch eine der Parteien gekündigt werden.
- (5) Kündigungen sind schriftlich zu erklären.

§ 10 Aufrechnung / Zurückhaltung / Abtretung

- (1) Aufrechnung und Zurückhaltung sind ausgeschlossen, es sei denn, dass die Aufrechnungsforderung unbestritten oder rechtskräftig festgestellt ist.
- (2) Rechte aus dem jeweiligen Vertrag darf der Kunde auf Dritte nur mit schriftlicher Zustimmung der Agentur übertragen.

§ 11 Lieferung / Abnahme

- (1) Die Angabe eines Lieferzeitpunktes erfolgt nach bestem Ermessen und verlängert sich angemessen, wenn der Kunde seinerseits erforderliche oder vereinbarte Mitwirkungshandlungen verzögert oder unterlässt. Das gleiche gilt bei Maßnahmen im Rahmen von Arbeitskämpfen, insbesondere Streik und Aussperrung sowie beim Eintritt unvorhergesehener Hindernisse, die außerhalb des Willens der Agentur liegen, z.B. Lieferverzögerung eines Vorlieferanten, Verkehrs- und Betriebsstörungen, Werkstoff- oder Energiemangel etc. Auch vom Kunden veranlasste Änderungen der gelieferten Waren führen zu einer angemessenen Verlängerung der Lieferfrist.
- (2) Der Kunde ist zur Abnahme der jeweiligen Leistung oder des jeweiligen Teils der Leistung zu den von der Agentur genannten Fertigstellungsterminen verpflichtet. Leistungen jeder Art gelten im Zweifel als abgenommen, wenn der Kunde nicht spätestens 3 Stunden vor Veranstaltungsbeginn Widerspruch erhebt. Kann die Agentur die Leistung dem Kunde aus Gründen, die dieser zu vertreten hat, nicht zur Verfügung stellen, geht die Gefahr am Tage des Zugangs der Fertigstellungsanzeige auf den Kunden über, wobei die Leistung der Agentur in diesem Fall als erfüllt anzusehen ist.

§ 12 Eigentumsvorbehalt

- (1) Die Agentur behält sich das Eigentum an gelieferten Waren bis zur vollständigen Bezahlung vor. Der Eigentumsvorbehalt gilt auch, bis sämtliche, auch künftige und bedingte Forderungen aus der Geschäftsverbindung zwischen Kunde und Agentur erfüllt sind.
- (2) Der Kunde ist zur Sicherungsübereignung oder Verpfändung der Ware nicht befugt, jedoch zur weiteren Veräußerung der Vorbehaltsware im geordneten Geschäftsgang berechtigt. Die hieraus gegenüber seinen Geschäftspartnern entstehenden Forderungen tritt er hiermit der Agentur bereits ab.
- (3) Die Agentur ist berechtigt, das Eigentumsvorbehaltsrecht geltend zu machen ohne vom Vertrag zurückzutreten.

§ 13 Verzug

(1) Schadenersatzansprüche des Kunden für Schäden, die durch Verzug hinsichtlich eines verbindlich vereinbarten Leistungstermins, einer verbindlichen Leistungsfrist oder Unmöglichkeit verursacht werden, sind auf geschäftstypische unmittelbare und direkte Schäden, die bei Vertragsschluss voraussehbar sind, beschränkt, soweit einfache Fahrlässigkeit der Agentur bzw. ihrer Erfüllungsgehilfen vorliegt. Der Schaden ist im Einzelnen nachzuweisen. Sonstige Schäden, die auf grob fahrlässig bzw. vorsätzlich hervorgerufener Unmöglichkeit bzw. Verzug beruhen, werden im nachgewiesenen Umfang ersetzt.

(2) Der Kunde hat im Falle des Verzugs der Agentur das Recht, nach fruchtlosem Ablauf einer der Agentur schriftlich gesetzten angemessenen Nachfrist, den betreffenden Auftrag fristlos zu kündigen. Bis zum Zeitpunkt der Kündigung erbrachte Teilleistungen der Agentur sind zu vergüten. Dies ist nicht der Fall, soweit der Kunde nachweist, dass die Teilleistungen für ihn von keinerlei Interesse sind und von ihm weder direkt noch indirekt genutzt werden. Der Kunde stellt sicher, dass alle erforderlichen und die vereinbarten Mitwirkungen des Kunden oder seiner Erfüllungsgehilfen rechtzeitig und ordnungsgemäß erbracht werden. Andernfalls führt dies zu Terminverschiebungen und Schadenersatzansprüchen der Agentur.

§ 14 Gewährleistung

(1) Der Kunde hat die Ware unverzüglich nach Erhalt, soweit dies nach ordnungsgemäßigem Geschäftsgang tunlich ist, zu untersuchen und, wenn sich ein Mangel zeigt, der Agentur unverzüglich Anzeige zu machen. Unterlässt der Kunde diese Anzeige, so gilt die Ware als genehmigt, es sei denn, dass es sich um einen Mangel handelt, der bei der Untersuchung nicht erkennbar war. Im übrigen gelten die §§ 377 ff. HGB.

(2) Jedwede Beanstandung in Bezug auf Mängel der Leistung ist der Agentur unter genauer Bezeichnung von Art und Umfang des jeweiligen Mangels mitzuteilen.

(3) Die Gewährleistungsansprüche sind nach Wahl der Agentur auf Nachbesserung oder Ersatzlieferung beschränkt. Ist der Mangel nicht behebbar – insbesondere bei Veranstaltungen wegen inzwischen eingetretenen Zeitablaufs – oder die Nacherfüllung fehlgeschlagen, hat der Kunde das Recht, nach seiner Wahl Herabsetzung der Vergütung oder Rückgängigmachung des Vertrages zu verlangen.

(4) Weitergehende Ansprüche des Kunden, insbesondere wegen Mangelfolgeschäden, soweit diese nicht aus dem Fehlen zugesicherter Eigenschaften resultieren, sind ausgeschlossen. Dies gilt nicht bei Vorsatz, grober Fahrlässigkeit oder Verletzung wesentlicher Vertragspflichten der Agentur.

(5) Der Schadenersatz ist in jedem Fall auf das negative Interesse beschränkt. Die Ansprüche aus Mängelhaftung verjähren innerhalb eines Jahres ab Leistungserbringung. Für geringfügige Mängel und solche, die auf die Verletzung von Mitwirkungspflichten oder Instruktionen der Agentur zurückgehen, wird nicht gehaftet.

§ 15 Haftung

(1) Die Haftung der Agentur, gleich aus welchem Rechtsgrund, beschränkt sich auf Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit. Die Agentur haftet unabhängig von der Rechtsgrundlage nicht für einfach fahrlässig verursachte Schäden, es sei denn, es wurden wesentliche Vertragspflichten verletzt, deren Erfüllung zur Erreichung des Vertragszweckes notwendig sind, wobei dann die Haftung der Agentur auf vertragstypische und bei Vertragsschluss vorhersehbare Schäden begrenzt ist.

(2) Die Agentur verpflichtet sich, die ihr übertragenen Arbeiten mit fachlicher und kaufmännischer Sorgfalt nach bestem Wissen durchzuführen. Sie wird den Kunden rechtzeitig auf für einen ordentlichen Kaufmann erkennbare gewichtige Risiken hinweisen. Im Falle der Undurchführbarkeit des Vertrages infolge höherer Gewalt, Betriebsstörungen und ähnlicher von der Agentur nicht voraussehbarer und zu vertretender Umstände, besteht keine Verpflichtung der Agentur zur Leistung von Schadenersatz.

(3) Die Haftung der Agentur ist für jeden einzelnen durch sie verursachten Schadensfall für alle hieraus resultierenden Schäden auf den vereinbarten Netto-Auftragswert, maximal aber auf € 10.000.- begrenzt, es sei denn der Schaden ist von ihr vorsätzlich oder grob fahrlässig herbeigeführt worden.

(4) Die Überprüfung der rechtlichen Zulässigkeit von getroffenen Sachaussagen über Produkte und Leistungen des Kunden, sowie von Werbe- oder sonstigen Maßnahmen, die von der Agentur im Auftrag des Kunden entwickelt werden, gehört nicht zum Leistungsumfang der Agentur. Die Agentur haftet deshalb nicht für die rechtliche Zulässigkeit des Inhalts und/oder der Gestaltung der Arbeitsergebnisse und/oder für die Richtigkeit oder Geeignetheit der Vorgaben/Unterlagen. Der Kunde stellt die Agentur in diesem Zusammenhang von Ansprüchen Dritter frei, insbesondere wenn die Agentur auf ausdrücklichen Wunsch des Kunden gehandelt hat, obwohl sie dem Kunden ihre Bedenken im Hinblick auf die Zulässigkeit der Maßnahmen mitgeteilt hat.

(5) Auf Wunsch des Kunden ist die Agentur behilflich, für die durchzuführenden Maßnahmen eine rechtliche Prüfung der Risiken, insbesondere solche des Wettbewerbs- und Urheberrechts durch eine besonders sachkundige Person oder Institution auf Kosten des Kunden durchführen zu lassen.

(6) Die der Agentur vom Kunden benannten Ansprechpartner müssen insbesondere im Hinblick auf die Freigabe von Etats, Kostenvoranschlägen, Texten und sonstigen Abstimmungsvorgängen zeichnungsberechtigt sein. Einschränkungen der Zeichnungsberechtigung müssen vom Kunden rechtzeitig schriftlich mitgeteilt werden.

§ 16 Vertraulichkeit / Datenschutz

(1) Die Agentur ist zur Geheimhaltung aller ihr bei der Zusammenarbeit mit dem Kunden bekannt gewordenen Geschäftsgeheimnisse des Kunden verpflichtet. Soweit die Agentur dritte Personen zur Erfüllung ihrer Aufgaben heranzieht, hat sie diesen Personen die gleiche Verpflichtung aufzuerlegen. Gleiches gilt auch für den Kunden in Bezug auf die Agentur.

(2) Die Geheimhaltungspflicht besteht über die Dauer der Zusammenarbeit hinaus. Alle zur Verfügung gestellten Unterlagen des Kunden werden von der Agentur nach Beendigung der Zusammenarbeit an den Kunden wieder zurückgegeben oder auf Wunsch vernichtet.

(3) Die Agentur ist jederzeit und ohne Nachweis eines berechtigten Interesses befugt, die für den Kunden erbrachten Leistungen zu dokumentieren und zum Zwecke der Eigenwerbung zu verwenden.

(4) Alle vom Kunden erhobenen Daten werden ausschließlich zur Abwicklung des eingegangenen Vertragsverhältnis verarbeitet und genutzt. Eine Weiterleitung an Dritte erfolgt nur, sofern dies für Durchführung der Leistungen erforderlich ist. Im Übrigen erfolgt die Datenverarbeitung nach den Bestimmungen des geltenden Datenschutzrechts.

§ 17 Urhebernutzungsrechte

(1) Sämtliche im Zusammenhang mit der Auftragserfüllung entstehenden Rechte an Vorarbeiten, wie z.B. Entwürfen und Konzeptionen sowie den sonstigen Arbeitsergebnissen der Agentur, insbesondere Urheber- und Nutzungsrechte sowie das Eigentum, verbleiben auch nach Aushändigung der Arbeitsergebnisse an den Auftraggeber bei der Agentur soweit sie nicht ausdrücklich schriftlich übertragen wurden und/oder gemäß der nachfolgenden Ziffern erworben wurden. Jedwede Nutzung oder Verwertung durch den Kunden bedarf der schriftlichen Zustimmung der Agentur. Die Befugnis zur Änderung von Entwürfen oder Konzepten steht ausschließlich der Agentur zu.

(2) Der Kunde erwirbt im Falle der Auftragserteilung mit der vollständigen Zahlung für die Dauer des Vertrages die Urhebernutzungsrechte an allen von der Agentur im Rahmen des Auftrages gefertigten Arbeiten, soweit die Übertragung nach deutschem Recht oder den tatsächlichen Verhältnissen (insbesondere für Musik-, Film- und Fotorechte) möglich ist, für die Nutzung im Gebiet der Bundesrepublik Deutschland. Druckvorlagen, Arbeitsfilme und Negative, die von der Agentur oder in ihrem Auftrag hergestellt werden, bleiben Eigentum der Agentur. Dies gilt auch dann, wenn diese dem Kunden in Rechnung gestellt werden.

(3) Zieht die Agentur zur Vertragserfüllung Dritte (Erfüllungsgehilfen) heran, wird sie deren Urhebernutzungsrechte erwerben und im gleichen Umfang an den Kunden übertragen.

(4) Die Agentur wird den Kunden jeweils vorher über etwaige Beschränkungen der Urhebernutzungsrechte informieren. Auf bestehende Rechte der GEMA oder VG Wort wird die Agentur hinweisen.

(5) Will der Kunde von der Agentur gestaltete Arbeiten ganz oder teilweise im Ausland verwerten, bedarf es einer gesonderten, vorab zu treffenden Honorarabsprache.

(6) Für den Fall, dass die Agentur nach Vorgaben, Unterlagen oder Konzepten des Kunden tätig wird, übernimmt dieser die alleinige Verantwortung dafür, dass die hierauf basierenden Leistungen der Agentur keine Schutzrechte Dritter verletzen. Die Agentur ist diesbezüglich zur Überprüfung nicht verpflichtet. Der Kunde stellt die Agentur von allen wettbewerbs-, urheber-, namens- und markenrechtlichen sowie sonstigen Ansprüchen Dritter – einschließlich der Kosten der Rechtsverteidigung – frei, die diese aus der etwaigen Verletzung von Schutzrechten gegen sie geltend machen. Zur Abwehr oder Erfüllung derartiger Ansprüche ist die Agentur berechtigt, vom Kunden angemessene Vorschusszahlungen zu verlangen.

§ 18 Nebenabreden / Ergänzungen

Über diese Bedingungen hinausgehende Abreden der Parteien haben nur dann Geltung, wenn sie schriftlich vereinbart sind. Auf dieses Erfordernis kann seinerseits nur schriftlich verzichtet werden. Änderungen und Ergänzungen dieser Geschäftsbedingungen der Agentur und der mit dem Kunden geschlossenen Verträge bedürfen der Schriftform. Dies gilt auch für diese Schriftformklausel.

§ 19 Erfüllungsort / Gerichtsstand

Erfüllungsort für die Zahlungspflicht ist der Sitz der Agentur. Erfüllungsort für Lieferungen und Leistungen der Agentur ist der Ort, an den sie die Ware zu liefern hat, bzw. an dem sie die Leistung erbringen soll. Gerichtsstand ist München.

§ 20 Schlussbestimmung

Die Unwirksamkeit einzelner Bestimmungen dieses Vertrages oder seiner Bestandteile lässt die Wirksamkeit der übrigen Regelungen unberührt. Die Vertragspartner sind im Rahmen des Zumutbaren nach Treu und Glauben verpflichtet, eine unwirksame Bestimmung durch eine ihrem wirtschaftlichen Erfolg in rechtlich zulässiger Weise gleichkommende wirksame Regelung zu ersetzen, sofern dadurch keine wesentliche Änderung des Vertragsinhaltes herbeigeführt wird; das Gleiche gilt, falls ein regelungsbedürftiger Sachverhalt nicht ausdrücklich geregelt ist.