

Allgemeine Geschäftsbedingungen

§ 1 Geltung dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen

(1) Diese Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB) sind Bestandteil eines jeden Angebotes,

jeder Bestellung und jeden Vertrages mit der GetWeb'd GmbH, im folgenden „Agentur“ genannt.

(2) Diese AGB gelten nach erstmaliger Einbeziehung auch für alle zukünftigen Geschäfte des Auftraggebers, im folgenden „Kunde“ genannt, mit der Agentur, ohne dass es eines erneuten Hinweises auf die AGB bedarf.

(3) Es gelten ausschließlich die AGB der Agentur. Dies gilt auch dann, wenn ein Auftrag vom

Kunden abweichend von den Bedingungen der Agentur bestätigt wird, selbst wenn die Agentur nicht widerspricht. Abweichende AGB des Kunden gelten nur, wenn Sie von der Agentur ausdrücklich schriftlich anerkannt worden sind.

§ 2 Angebote

Alle Angebote der Agentur sind freibleibend und unverbindlich sowie bis zum 10. Werktag nach dem Ausstellungsdatum befristet.

(1) Der Vertragsgegenstand ergibt sich aus dem gesondert definierten Leistungsumfang.

(2) Der Vertrag kommt mit der Annahme des Auftrags durch die Agentur zustande oder durch eine Auftragsbestätigung der Agentur, sowie die Unterschrift des Kunden unter dem Vertrag zwischen Kunden und Agentur oder durch Bezahlung der ersten Teilrechnung.

(3) Die an die Agentur erteilten Aufträge gliedern sich unter anderem in Konzeption und Erstellung von Internet und Softwareprodukten sowie Beratungsleistungen einerseits und den dazugehörigen Serviceleistungen, insbesondere nachfolgende Änderungen und Aktualisierungen, andererseits. Alle (auch die hier nicht erwähnten) Bereiche sind jeweils Gegenstand eigener Verträge.

(4) Die Agentur führt entsprechend der im Auftrag vereinbarten Leistungsmerkmale durch.

Die Agentur ist berechtigt, zur Erfüllung des Auftrags notwendige Fremdleistungen zu bestellen. Der Auftraggeber wird von der Agentur auf Verlangen darüber informiert.

§ 3 Nebenabreden

(1) Mündliche Nebenabreden bedürfen zu ihrer Wirksamkeit der Schriftform. Etwaige Abweichungen vom Vertragsformular gelten nur dann als vereinbart, wenn diese von der anderen Partei ausdrücklich bestätigt werden. Andernfalls gilt der vorgedruckte Vertragsentwurf. Die Beweislast für die Wirksamkeit der in das Formular nachträglich aufgenommenen Individualvereinbarung trägt derjenige, der sich auf die Vereinbarung beruft.

§ 4 Lieferfristen

(1) Die von der Agentur genannten Termine und Fristen sind nur dann verbindlich, wenn sie

schriftlich bestätigt werden.

(2) Die Lieferfrist beginnt mit dem in der Auftragsbestätigung enthaltenen Lieferdatum. Bei durch den Kunden gewünschten Änderungen bestimmt sich der Beginn der Lieferzeit nach

dem Datum der Änderungsbestätigung.

(3) Soweit von der Agentur nicht zu vertretende Umstände die Ausführung übernommener

Aufträge erschweren, verzögern oder unmöglich machen, ist diese berechtigt, die Vertragsleistung/Restleistung um die Dauer der Behinderung hinauszuschieben oder vom Vertrag ganz oder teilweise zurückzutreten. Zu diesen von der Agentur nicht zu vertretenden

Umständen gehören insbesondere behördliche Maßnahmen und Streik sowie die Nichteinhaltung abgesprochener Fristen durch den Kunden.

§ 5 Änderungen der Software

(1) Änderungen der Software durch den Kunden bedürfen der vorherigen schriftlichen Zustimmung der Agentur.

(2) Der Kunde ist auf Verlangen der Agentur verpflichtet, Änderungen und Ergänzungen der Software aufzunehmen, die der Verbesserung der Software dienen.

(3) Ein Verstoß des Kunden gegen die Absätze (1) und (2) befreien die Agentur von ihren Verpflichtungen aus dem geschlossenen Vertrag.

§ 6 Vertragslaufzeit und Kündigung

(1) Die mit der Agentur vereinbarten Werkverträge/Dienstverträge werden grundsätzlich auf

unbestimmte Zeit geschlossen und haben eine vereinbarte Mindestvertragslaufzeit sowie eine Kündigungsfrist. Die Mindestvertragslaufzeit beläuft sich grundsätzlich auf 12 Monate, sofern im Vertragsformular nicht ausdrücklich eine andere Regelung vereinbart wurde.

(2) Der Vertrag kann von beiden Seiten ohne Angaben von Gründen mit einer Frist von einem Monat zum Ablauf der jeweiligen Vertragslaufzeit ordentlich gekündigt werden, sofern

im Vertragsformular nicht ausdrücklich eine andere Regelung vereinbart wurde.

(3) Der Vertrag kann von beiden Seiten fristlos aus wichtigem Grund gekündigt werden, wenn dem kündigenden Teil unter Berücksichtigung aller Umstände des Einzelfalls und unter

Abwägung der beiderseitigen Interessen die Fortsetzung des Vertragsverhältnisses bis zur vereinbarten Beendigung oder bis zum Ablauf einer Kündigungsfrist nicht zugemutet werden

kann. Besteht der wichtige Grund in der Verletzung einer Pflicht aus dem Vertrag, ist die Kündigung in jedem Falle erst nach erfolglosem Ablauf einer zur Abhilfe bestimmten Frist oder nach erfolgloser Abmahnung zulässig, auch wenn diese entbehrlich erscheint. Der Berechtigte kann nur innerhalb einer Frist von zwei Wochen kündigen, nachdem er vom Kündigungsgrund Kenntnis erlangt hat.

(4) In der fristlosen Kündigung ist der Kündigungsgrund in nachvollziehbarer Weise anzugeben, andernfalls ist die fristlose Kündigung unwirksam. Die fristlose Kündigung kann

nicht im Nachhinein auf andere Kündigungsgründe gestützt werden.

(5) Wird der Vertrag nicht fristgemäß gekündigt, verlängert sich der Vertrag jeweils automatisch um 12 Monate, oder – sofern eine längere Mindestvertragslaufzeit vereinbart

worden ist – um den Zeitraum dieser verlängerten Mindestvertragslaufzeit.

(6) Die Kündigung hat schriftlich per Einschreiben zu erfolgen. Die elektronische Form (§ 126a BGB) ist ausgeschlossen.

(7) Sofern während der Vertragslaufzeit eine einvernehmliche Änderung der ursprünglichen

Vertragskonditionen (z.B. in Form eines Upgrades) vorgenommen wird, beginnt die in diesem Änderungsvertrag vereinbarte Mindestvertragslaufzeit ab dem Zeitpunkt der Änderung einheitlich für den ursprünglichen und den abgeänderten Vertragsinhalt.

(8) Sollte in dem Änderungsvertrag keine Mindestvertragslaufzeit vereinbart worden sein, so

gilt die ursprünglich vereinbarte Mindestvertragslaufzeit, welche zum Zeitpunkt der Änderung

wieder von neuem beginnt, und zwar einheitlich für die Änderung wie auch den ursprünglichen Vertragsinhalt.

(9) Dem Kunden steht im Falle einer Preiserhöhung ein Sonderkündigungsrecht mit einer Frist von einem Monat zum Ende der Wirksamkeit der Preiserhöhung vorangehenden Monats zu.

§ 7 Mängelanzeigen

(1) Offensichtliche und bei ordnungsgemäßer Untersuchung – soweit eine solche im ordnungsgemäßen Geschäftsgang tunlich ist – erkennbare Mängel hat der Kunde innerhalb

von 14 Tagen nach Übergabe/Ablieferung schriftlich zu rügen.

(2) Nicht offensichtliche und bei ordnungsgemäßer Untersuchung nicht erkennbare Mängel

hat der Kunde innerhalb von 7 Tagen nach Entdeckung, spätestens aber innerhalb von 3 Monaten nach Übergabe/Ablieferung, schriftlich zu rügen.

(3) Der Kunde hat vor einer Fehlerbeseitigung Programme, Daten und Datenträger vollständig zu sichern.

(4) Bei einer Versäumung der in Absatz (1) und (2) bestimmten Rügefrist kommt eine Gewährleistung für die davon betroffenen Mängel nicht in Betracht.

§ 8 Nachbesserung

(1) Ist die Leistung der Agentur mangelhaft oder fehlen ihr zugesicherte Eigenschaften, so ist die Agentur zunächst nach ihrer Wahl zur Nachbesserung oder Ersatzlieferung berechtigt.

(2) Bei Fehlschlagen von Nachbesserung oder Ersatzlieferung kann der Kunde nach seiner Wahl Herabsetzung der Vergütung (Minderung) oder Rückgängigmachung des Vertrages (Wandlung) verlangen.

(3) Solange die Agentur ihrer Verpflichtung zur Behebung von Mängeln nachkommt, hat der

Kunde nicht das Recht zur Minderung oder Wandlung.

§ 9 Verzug durch die Agentur

(1) Wird eine verbindliche Lieferfrist aus Gründen, die die Agentur zu vertreten hat, um mehr

als 1 Woche überschritten, so ist der Kunde berechtigt, nach Ablauf einer Nachfrist von 4

Wochen vom Vertrag zurückzutreten. Die Nachfristsetzung hat schriftlich zu erfolgen.

(2) Die Lieferfrist verlängert sich angemessen in Fällen höherer Gewalt, bei staatlichen Maßnahmen sowie bei Streik, Aussperrung und Aufruhr. Dies gilt auch, wenn die Umstände

bei Subunternehmern oder Partnern der Agentur eintreten.

§ 10 Haftung

(1) Schadensersatzansprüche des Kunden gegen die Agentur, gleich aus welchem Rechtsgrund, insbesondere aus Verschulden aus Anlass von Vertragshandlungen, aus Verzug, aus positiver Vertragsverletzung und/oder aus unerlaubter Handlung sind ausgeschlossen, es sei denn, sie beruhen auf Vorsatz, grober Fahrlässigkeit oder der einfach fahrlässigen Verletzung einer für die Vertragsdurchführung wesentlichen Pflicht durch die Agentur, einen gesetzlichen Vertreter oder einen Erfüllungsgehilfen.

(2) Speziell für Datenverluste aufgrund höherer Gewalt oder Datenentwendung aufgrund Zugriffs Dritter, die durch die getroffenen Sicherheitsvorkehrungen nicht abgewendet werden

können, wird keine Haftung übernommen.

(3) Die Agentur haftet nicht für die rechtmäßige Verwendung des Produktes oder Teilen hiervon nach erfolgter Abnahme durch den Kunden. Der Kunde sichert zu, dass durch den Einsatz des Produktes und die Einbindung von Inhalten weder Rechte Dritter verletzt noch gegen geltendes Recht der BRD verstoßen wird.

(4) Der Kunde ist verantwortlich für die Richtigkeit der von ihm freigegebenen, an den Leistungserbringer übergebenen Materialien, insbesondere Texte, Bilder und Ton. Soweit der Kunde für die Erbringung der Leistung durch die Agentur Materialien zur Verfügung stellt, sichert der Kunde zu, dass diese Materialien Dritte nicht in ihren Rechten verletzen und stellt die Agentur diesbezüglich von jeglicher Haftung frei.

§ 11 Betriebsstörungen

Dauerhafte Betriebsstörungen durch höhere Gewalt oder Streik berechtigen die Agentur zum Rücktritt von dem noch nicht erfüllten Vertrag.

§ 12 Aufrechnungsverbot

Die Aufrechnung des Kunden mit Gegenforderungen ist ausgeschlossen, sofern diese nicht

unbestritten oder rechtskräftig festgestellt sind.

§ 13 Externe Kosten

Externe Kosten für zum Beispiel Modelle, Locations, externe Dienstleister, Stockmaterial, Reisekosten, Software, Musik, Lizenzgebühren, Werbeausgaben etc. sind im jeweiligen Projekt vom Kunden zu bezahlen.

§ 14 Preiserhöhungen

(1) Alle Preise gelten (wenn im Angebot nicht explizit anders vereinbart) vom Tage des Vertragsschlusses an 6 Monate. Danach können durch Lohnerhöhungen sowie durch Gesetzesänderungen (insbesondere Erhöhung der Umsatzsteuer) bedingte

Kostensteigerungen in entsprechendem Umfang an den Kunden weitergegeben werden.

(2) Falls sich aus Sicht der Agentur eine veränderte Kostensituation ergibt, behält sie sich das Recht vor, einen geschlossenen Service-Vertrag mit einer Frist von 4 Wochen zum Ende

des Monats zu kündigen und dem Kunden ein neues Angebot zu unterbreiten.

§ 15 Rechte an erstellten Produkten und Dienstleistungen

(1) Die Agentur besitzt alle Urheberrechte an den von ihr erstellten Produkten und Dienstleistungen. Eine Weitergabe, auch in veränderter Form, bedarf der schriftlichen und ausdrücklichen Zustimmung der Agentur.

(2) An Gestaltungskonzepten und -entwürfen werden dem Kunden nur Nutzungsrechte eingeräumt. Alle übrigen Rechte verbleiben bei der Agentur.

(3) Der Kunde erkennt an, dass es sich bei der Software aber auch allen weiteren Produkten

und Dienstleistungen und den zugehörigen Unterlagen um rechtlich geschützte Gegenstände und Betriebsgeheimnisse handelt und verpflichtet sich, sämtliche Rechte der

Agentur bzw. Dritter an den erworbenen Produkten (z.B. Eigentum, Patente, geistiges Eigentum, Urheber- und Nutzungsrechte) zu respektieren und alles zu unterlassen, was diese Rechte verletzen könnte.

(4) Das Urheberrecht für alle Scripte, Programme, Quellcodes, Grafiken und Texte bleibt auch nach dem Verkauf bei der Agentur. Bei verschlüsselten Formen des Quelltextes, z.B. bei kompilierter Software, darf der Quelltext nicht dekompiert, disassembliert oder anderweitig entschlüsselt werden.

(5) Sollte der Kunde den Quelltext des Produktes ändern und durch das Überschreiben durch ein Update oder durch Einwirken Dritter ein Fehler entstehen, ist die Agentur in keinem Falle haftbar.

(6) Die Agentur ist berechtigt, das erstellte Produkt oder Dienstleistungen für Werbungs- und

Vermarktungszwecke einzusetzen. Dies betrifft insbesondere die Veröffentlichung in Werbeprospekten, im Internet, sowie die Veröffentlichung über Fernseh- und Rundfunksender. Der Agentur steht es dabei frei, Textauszüge und Markennamen, sowie Bilder und Logos zu verwenden, an denen der Kunde die Urheberrechte besitzt, ausgenommen der Fall, dass dies der Agentur vom Kunden schriftlich untersagt wurde.

(7) Eine Quellcode-Hinterlegungsregelung kann ggf. gesondert vereinbart werden. Die Kosten für eine derartige Hinterlegung trägt der Kunde.

(8) Die Nutzungsrechte gehen ferner erst dann auf den Kunden über, wenn dieser seiner gesamten Zahlungsverpflichtungen gegenüber der Agentur ordnungsgemäß nachgekommen ist.

§ 16 Beratung des Kunden

(1) Die Agentur verpflichtet sich, den Kunden sowohl über die gestalterischen Möglichkeiten

als auch über die möglichen Funktionalitäten der Website und andere Dienstleistungen nach

dem aktuellen Stand der Technik zu beraten.

§ 17 Vertraulichkeit

(1) Der Kunde verpflichtet sich, die überlassene Software, die zugehörigen Unterlagen sowie

sämtliche Informationen, die er im Laufe dieser Geschäftsbeziehung über die Agentur

erhält,
geheim zu halten.

(2) Die Verpflichtung des Kunden zur Geheimhaltung schließt auch die Pflicht ein, durch geeignete Schritte zu gewährleisten, dass diese Geheimhaltungsverpflichtung von seinen Mitarbeitern und sonstigen Personen, deren er sich zur Abwicklung seiner Geschäftsbeziehung mit der Agentur bedient, gewahrt wird.

§ 18 Mitwirkungspflichten des Kunden und Haftungsfreistellung

(1) Bei der Kommunikation zwischen dem Kunden und der Agentur gelten die im Namen des

Kunden auftretenden Ansprechpartner, insbesondere die im Vertragsformular namentlich genannten Personen als berechtigt, Erklärungen für den Kunden abzugeben und entgegenzunehmen. Der Kunde ist verpflichtet, alle durch die Agentur erstellten Leistungen

sowie vorgeschlagenen oder angeratenen Maßnahmen auf ihre rechtliche Zulässigkeit zu prüfen. Dies gilt auch für PR und weitere Veröffentlichungen sowie Publikationen, die durch die Agentur im Auftrag des Kunden erbracht werden. Insbesondere gilt dies im Hinblick auf

Urheber-, Jugendschutz-, Teledaten-, Presserecht und das Recht am eigenen Bild.

(2) Der Kunde stellt der Agentur die für die entsprechenden Leistungen notwendigen einzubindenden Inhalte zur Verfügung. Für die Herstellung der Inhalte ist allein der Kunde verantwortlich. Zu einer Prüfung, ob sich die vom Kunden zur Verfügung gestellten Inhalte für die mit der Leistung verbundenen Zwecke eignen, ist die Agentur nicht verpflichtet.

(3) Der Kunde stellt die Agentur diesbezüglich von jeglichen Ansprüchen frei, die darauf beruhen, dass die aufgeführten Dienstleistungen Rechtsverstöße umfassen oder mit Rechten Dritter belastet sind, und übernimmt die dadurch entstehenden Kosten.

(4) Der Kunde ist verpflichtet, der Agentur zur Erbringung der vertraglichen Leistungen alle notwendigen Informationen zur Verfügung zu stellen und unaufgefordert auf relevante Umstände hinzuweisen, die der Agentur unbekannt sind.

(5) Es besteht jedoch keine Verpflichtung von der Agentur die Richtigkeit der vom Kunden angegebenen Informationen zu prüfen, z.B. hinsichtlich der Angaben über sein bestehendes

EDV-System, beabsichtigte Hardware-Umstellungen, -Erweiterungen oder weitere web- und

hardwaretechnische Aspekte.

(6) Im Rahmen der Mitwirkungspflicht hat der Kunde der Agentur grundsätzlich auch unmittelbaren Zugang zu den von der Agentur zu bearbeitenden Internetseiten, Content-Management-Systemen, Shopsystemen, Werbekonten, Warenwirtschaftssystemen

und sonstigen Accounts zu gewähren.

(7) Sollte der Kunde die Bereitstellung dieser Zugangsdaten nicht wünschen oder die Zugangsdaten nicht innerhalb einer angemessenen Frist übermitteln, kann er die von der Agentur empfohlenen Änderungen auch selbst einpflegen. Eine Minderung des vom Kunden

zu zahlenden Entgelts ist damit nicht verbunden.

(8) Der Kunde verpflichtet sich, sämtliche Maßnahmen von der Agentur daraufhin zu überprüfen, inwieweit diese die Rechte Dritter beeinträchtigen, sei es in urheberrechtlicher, wettbewerbsrechtlicher oder strafrechtlicher Hinsicht.

(9) Im Falle der Nichtbeachtung dieser Pflicht wird der Kunde die Agentur auch von sämtlichen Anwalts- und Gerichtskosten die aus der dieser Pflichtverletzung resultieren freistellen.

(10) Die Optimierungsmaßnahmen von der Agentur setzen voraus, dass nicht parallel anderweitige Optimierungsmaßnahmen durchgeführt werden, da dies regelmäßig zu unerwünschten Ergebnissen führt. Der Kunde verpflichtet sich daher, von anderweitigen Optimierungsmaßnahmen abzusehen.

(11) Der Kunde ist ausschließlich für den Inhalt seiner Webpräsenz (wie z.B. Webseite, Facebook-Profil, Portale usw.) verantwortlich.

§ 19 Vergütung

(1) Alle Angebote und Preise gelten – falls nicht explizit anders angegeben – netto zuzüglich

der jeweils gültigen gesetzlichen Umsatzsteuer (Mehrwertsteuer).

(2) Die Anfertigung von Entwürfen, Konzepten, Plänen und sämtlichen sonstigen Tätigkeiten, die die Agentur bei der Konzeption und Erstellung von Produkten und Dienstleistungen für den Kunden erbringt, sind kostenpflichtig, sofern nicht etwas anderes vereinbart wurde.

(3) Sofern vereinbart werden dem Kunden auf Wunsch Materialien und Daten, die nicht zum

Umfang des verwendungsfähigen Produkts gehören, gegen eine gesondert in Rechnung gestellte Vergütung zur Verfügung gestellt.

(4) Umarbeitungen oder Änderungen des Produkts, die den bei Vertragsschluss vereinbarten Rahmen überschreiten, sowie eingekaufte Fremdleistungen werden nach dem

jeweiligen Aufwand gesondert berechnet. Gleiches gilt für Service- und Dienstleistungen, die

den Rahmen des abgeschlossenen Service-Vertrags überschreiten.

(5) Die Vergütung ist bei Ablieferung des Werkes oder der Dienstleistung oder Rechnungserhalt sofort und ohne Abzug zahlbar, sofern nicht schriftlich etwas anders vereinbart wurde. Erstreckt sich ein Auftrag über längere Zeit, oder erfordert er von der Agentur hohe finanzielle Vorleistungen, so ist diese berechtigt, angemessene Abschlagszahlungen zu fordern. Bei Erarbeitung umfangreicher Konzeptionen ist die Agentur, bis zu 50% der dafür vereinbarten Vergütung im Voraus in Rechnung zu stellen.

(6) Werden der Agentur nach Annahme eines Auftrages Umstände bekannt, die die Kreditwürdigkeit des Kunden nachweisbar zweifelhaft erscheinen lassen, so ist sie nach ihrer Wahl berechtigt, vom Vertrag zurückzutreten oder nur gegen Vorkasse oder Sicherheitsleistung zu leisten. Dies ist insbesondere dann der Fall, wenn gegen den Käufer Antrag auf Abgabe der eidesstattlichen Versicherung oder auf Eröffnung des Insolvenzverfahrens gestellt wird oder eine negative Schufa- oder Creditreform Auskunft o.ä.

vorliegt.

(7) Die Software oder Produkte der Agentur bleiben solange Eigentum der Agentur bis der vollständige Rechnungsbetrag ausgeglichen ist, d.h. die Rechnung vollständig bezahlt ist.

§20 Copyright & Referenznennung

(1) Bei der Webentwicklung durch die Agentur räumt der Kunde der Agentur das Recht ein, ihr Agenturlogo und/oder die namentliche Nennung an geeigneter Stelle der neuen Website

des Auftraggebers einzubinden (z.B. Impressum und Footer) und beide Websites via Backlink zu verknüpfen/verlinken. Der Auftraggeber wird alle Schutzvermerke wie Copyright-Vermerke und andere Rechtsvorbehalte unverändert übernehmen. Dies gilt insbesondere auch für die im Programmcode (Quellcode, CSS, JavaScript) angebrachten Hinweise auf den Urheber/die Agentur.

(2) Die Agentur behält sich das Recht vor, den Kunden in sämtlichen Medien als Referenzkunden zu nennen und auf dessen Internet-Seiten zu verweisen. Die Agentur darf ferner die erbrachten Leistungen zu Demonstrationszwecken öffentlich wiedergeben oder auf sie hinweisen, es sei denn, der Kunde kann im Voraus ein entgegenstehendes berechtigtes Interesse geltend machen.

§ 21 Abtretungsverbot

Eine Abtretung der Rechte und/oder Übertragung der Verpflichtungen des Kunden, aus einem mit der Agentur geschlossenen Vertrag ist ohne vorherige schriftliche Zustimmung der

Agentur nicht zulässig.

§ 22 Vertragspartnerwechsel

Die Agentur ist berechtigt, die sich aus einem Vertrag ergebenden Rechte und Pflichten auf

einen Dritten zu übertragen. Im Falle einer solchen Übertragung hat der Kunde das Recht, von dem Vertrag zurückzutreten.

§ 23 Schriftform

Alle Änderungen und Ergänzungen des Vertrages bedürfen der Schriftform, ebenso der Verzicht auf die Schriftform selbst. Die Schriftform ist nur gewahrt, wenn Änderungen oder Ergänzungen zu diesem Vertrag als solche bezeichnet, schriftlich abgefasst und von beiden

Parteien rechtsverbindlich unterzeichnet sind.

§ 24 Erfüllungsort

(1) Erfüllungsort ist der Sitz der Agentur in D-59494 Soest.

(2) Die Versendung von Arbeiten, Vorlagen und Entwürfen an einen anderen Ort als den Erfüllungsort erfolgt auf Gefahr und für Rechnung des Kunden.

§ 25 Gerichtsstand

Gerichtsstand ist Arnsberg (Deutschland). Diese Gerichtsstandsvereinbarung gilt für alle Fälle, in denen kein ausschließlicher Gerichtsstand besteht.

§ 26 Salvatorische Klausel

Sollten Bestimmungen dieser AGB ganz oder teilweise unwirksam sein oder werden, wird dadurch die Wirksamkeit der übrigen Bestimmungen nicht berührt. Anstelle der unwirksamen Bestimmungen sollen angemessene und rechtlich wirksame Regelungen

gelten, welche dem mit den unwirksamen Bestimmungen von den Vertragsparteien beabsichtigten Erfolg wirtschaftlich am nächsten kommen.

Stand: 05/2023