

Allgemeine Geschäftsbedingungen

1. Geltungsbereich; Abwehrklausel

1.1. Diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen gelten für alle Rechtsgeschäfte zwischen der Handke Konzept UG (nachstehend: „Agentur“) und Auftraggebern, soweit es sich um Unternehmer im Sinne von § 14 BGB, juristische Personen des öffentlichen Rechts oder öffentlich-rechtliche Sondervermögen handelt (nachstehend: „Auftraggeber“).

1.2. Die Geschäftsbedingungen des Auftraggebers werden zur Gänze nicht anerkannt, auch wenn die Agentur ihnen nicht ausdrücklich widerspricht.

2. Zustandekommen eines Auftrags

2.1. Die Agentur ist an ein von ihr ausgehendes Vertragsangebot 14 Tage lang gebunden, gerechnet vom Angebotsdatum an.

2.2. In gleicher Weise ist der Auftraggeber an seine Angebote gebunden.

2.3. Auf eine vom Angebot der Agentur abweichende Annahmeerklärung des Auftraggebers kommt ein Auftrag nur zustande, wenn seine Annahmeerklärung schriftlich verfasst ist und einen ausdrücklichen Hinweis auf die Abweichung enthält und wenn die Agentur sich mit der Abweichung schriftlich einverstanden erklärt hat.

2.4. Ein der Agentur schriftlich oder mündlich erteilter Auftrag gilt als angenommen, wenn die Agentur die Übernahme nicht innerhalb von 14 Tagen nach Auftragserteilung schriftlich ablehnt.

2.5. Wird die Agentur mit einer Präsentation beauftragt, so erkennt der Auftraggeber damit an, dass die Ausarbeitung der Konzeption angemessen zu honorieren ist. Wurde ein Honorar nicht vereinbart, so wird die übliche Vergütung geschuldet. Die Agentur kann in keinem Fall unverbindlich und kostenlos arbeiten, auch nicht bei Nichtverwendung der eingereichten Ausarbeitungen oder erfolgten Beratungen.

3. Auftragsgegenstand

3.1. Der Auftragsgegenstand - z.B. Konzeption einer Werbekampagne, Entwurf von Verpackungsdesign, Bildzeichen etc. - wird durch gesonderte Vereinbarung festgelegt.

3.2. Folgende agenturspezifische Leistungen erbringt die Agentur regelmäßig selbst:

- Konzeption, Gestaltung und Texten von Werbemitteln aller Art
- Strategische Beratung, Marketingberatung, Marktforschung
- Realisation und Produktion der Werbemittel
- Public Relations und Media Service bzw. -Abwicklung Ziff. 9.1. bleibt unberührt.

3.3. Mangels abweichender Vereinbarung gelten für die von der Agentur im Rahmen der Erfüllung eines Auftrags (Ziff. 3.1.) zu erbringenden Leistungen die nachfolgenden Bestimmungen.

4. Leistungszeit

4.1. Der Leistungszeitpunkt richtet sich nach den im Einzelfall schriftlich (E-Mail ist ausreichend) getroffenen Absprachen.

4.2. Kann die Agentur den vereinbarten Leistungszeitpunkt aus Hinderungsgründen, die sie nicht zu vertreten hat, nicht einhalten oder mit ihrer Leistungserbringung aus solchen Hinderungsgründen nicht fortfahren, so wird sie den Auftraggeber unverzüglich hiervon informieren. Lässt sich in solch einem Fall nicht absehen, dass die Agentur ihre Leistungserbringung innerhalb angemessener Frist, spätestens jedoch innerhalb von zwei Wochen beginnen oder fortsetzen können wird, so kann sowohl die Agentur als auch der Auftraggeber vom Vertrag zurücktreten. In jedem Fall kann sowohl die Agentur als auch der Auftraggeber vom Vertrag zurücktreten, wenn die Hinderungsgründe auch noch nach Ablauf von zwei Wochen seit Mitteilung fortbestehen. Der Agentur ist jedoch ein Rücktritt nicht gestattet, wenn die Hinderungsgründe für sie schon bei Vertragsschluss erkennbar waren.

4.3. Als Hinderungsgründe im Sinne von Ziff. 4.2. gelten nur von der Agentur nicht zu vertretende Leistungsstörungen bei Vorlieferanten oder Unterauftragnehmern, welche die Agentur vertragsgemäß eingeschaltet hat, ferner von der Agentur nicht

zu vertretende Folgen von Betriebsstörungen durch betriebsinterne und -fremde Arbeitskämpfe sowie höhere Gewalt.

4.4. Dem Auftraggeber stehen die Rechte aus Ziff. 4.2. nicht zu, soweit die Gründe, derentwegen die Agentur den vereinbarten Leistungszeitpunkt nicht einhalten oder mit ihrer Leistungserbringung nicht fortfahren kann, von ihm zu vertreten sind.

5. Verantwortung für den Inhalt einer Werbung

5.1. Die Agentur prüft nicht, ob eine von ihr entwickelte oder durchgeführte Werbung ihrem Inhalt und ihrer Form nach gegen Rechtsvorschriften verstößt. Dies gilt unabhängig davon, ob die Werbung auf Vorschlägen des Auftraggebers oder auf Vorschlägen der Agentur beruht. Es ist grundsätzlich Sache des Auftraggebers, seine Werbung, gleich, ob sie von ihm selbst oder von der Agentur veröffentlicht und verbreitet wird, von Rechtskundigen auf ihre inhaltliche Rechtmäßigkeit prüfen zu lassen.

5.2. Wird die Agentur von einem Dritten - gleich aus welchem Rechtsgrund - in Anspruch genommen, weil die von ihr für den Auftraggeber entworfene oder verbreitete oder veröffentlichte Werbung ihrem Inhalt oder ihrer Form nach rechtswidrig, insbesondere wettbewerbswidrig, sei, so hat der Auftraggeber die Agentur von allen Ansprüchen des Dritten freizustellen und ihr jeden aufgrund der Inanspruchnahme durch den Dritten entstandenen Schaden zu ersetzen.

5.3. Die Ziff. 5.1. und 5.2. gelten nicht, wenn Auftraggeber und Agentur bei Auftragserteilung vereinbart haben, dass die Agentur die von ihr zu entwerfende oder zu veröffentlichende oder zu verbreitende Werbung von Rechtskundigen auf ihre rechtliche Zulässigkeit hin überprüfen lässt. Im Falle einer solchen Erweiterung des Auftrages der Agentur hat die Agentur den Auftraggeber von allen Ansprüchen, die von Dritten gegen ihn wegen der von der Agentur entworfenen oder veröffentlichten oder verbreiteten Werbung geltend gemacht werden, freizustellen; sie hat ihm des weiteren jeden Schaden zu ersetzen, der ihm aufgrund einer solchen Inanspruchnahme entsteht.

5.4. Wird der Agenturauftrag nach Ziff. 5.3. erweitert, so kann die Agentur vom Auftraggeber mangels abweichender Absprachen Ersatz der Aufwendungen verlangen, welche ihr aufgrund der rechtlichen Überprüfung der beabsichtigten Werbung durch einen Rechtsanwalt entstanden sind; maßgebend für die Bemessung des Aufwandes der Agentur ist dabei die Honorarnote des Rechtsanwaltes, sofern diese den gesetzlichen Gebührevorschriften des RVG entspricht.

5.5. Die Bestimmungen der Ziff. 6 bleiben von den vorstehenden Regelungen unberührt.

6. Beachtung von Persönlichkeits- und Urheberrechten Dritter

6.1. Die Agentur prüft nicht, ob ihr vom Auftraggeber zur Auftragsvorbereitung und -durchführung in welcher Form auch immer überlassene Texte, Bilder und Photographien Persönlichkeitsrechte - einschließlich des Rechts am eigenen Bild - oder Urheberrechte eines Dritten verletzen.

6.2. Werden von einem Dritten gegen die Agentur Ansprüche wegen Verletzung von Persönlichkeitsrechten - einschließlich des Rechts am eigenen Bild - oder Urheberrechten geltend gemacht, weil die Agentur ihr vom Auftraggeber überlassene Texte, Bilder und Photographien zum Zwecke der Auftragsdurchführung verwandt hat, so hat der Auftraggeber die Agentur von allen Ansprüchen des Dritten freizustellen und ihr jeden aufgrund der Inanspruchnahme durch den Dritten entstandenen Schaden zu ersetzen.

6.3. Umgekehrt hat die Agentur den Auftraggeber von allen Ansprüchen eines Dritten freizustellen und ihm jeden aufgrund der Inanspruchnahme durch einen Dritten entstandenen Schaden zu ersetzen, wenn die Agentur zur Auftragsdurchführung Texte, Bilder und Photographien aus eigenem Bestand verwandt hat und deshalb gegen den Auftraggeber von einem Dritten Ansprüche wegen Persönlichkeitsrechtsverletzung - einschließlich des Rechts am eigenen Bild - oder Urheberrechtsverletzung geltend gemacht werden.

7. Wettbewerbsverbot

Die Agentur ist nur aufgrund besonderer schriftlicher Vereinbarung verpflichtet, keine Produkte oder Dienstleistungen eines anderen Auftraggebers zu betreuen, die zu dem auftragsgegenständlichen

Produkt oder zu der auftragsgegenständlichen Dienstleistung in direktem oder indirektem Wettbewerb stehen.

8. Verpflichtung zur Verschwiegenheit

8.1. Die Agentur verpflichtet sich, alle ihr im Rahmen der Zusammenarbeit mit dem Auftraggeber zur Kenntnis gelangten Geschäftsgeheimnisse desselben mit der Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmannes zu wahren und alle diesbezüglichen Informationen und Unterlagen vertraulich zu behandeln. Diese Sorgfalts- und Verschwiegenheitspflicht währt über das Vertragsende hinaus und gilt auch, wenn der Auftraggeber die Leistung der Agentur nicht verwendet.

8.2. Die Agentur haftet dafür, dass auch ihre Angestellten und freien Mitarbeiter, die sich für die Agentur aus Ziff. 8.1. ergebende Verpflichtung zur Verschwiegenheit beachten.

8.3. Ziff. 9 bleibt von dieser Bestimmung unberührt.

9. Erteilung von Unteraufträgen

9.1. Die Agentur ist berechtigt, zur Auftragsdurchführung Dritte als Unterbeauftragte heranzuziehen.

9.2. Bei der Erteilung von Unteraufträgen hat die Agentur sicherzustellen, dass der Unterbeauftragte die Verschwiegenheitspflicht gem. Ziff. 8 beachtet.

10. Auftragsvergabe im Namen des Auftraggebers

10.1. Soweit die Agentur aufgrund besonderer Vereinbarung mit dem Auftraggeber berechtigt oder verpflichtet ist, zum Zwecke der Auftragsdurchführung bei Dritten im Namen des Auftraggebers Leistungen in Auftrag zu geben, haftet sie für eine schlechte Auswahl der beauftragten Dritten nur, wenn sie dem Auftraggeber nicht zuvor ein Angebot des Dritten hat zukommen lassen.

10.2. Im Übrigen übernimmt die Agentur für Aufträge, die im Namen und auf Rechnung des Auftraggebers erteilt werden, gegenüber dem Auftraggeber keinerlei Haftung.

11. Auftragsdurchführung

11.1. Vor Auftragsdurchführung ist die Agentur gehalten, sich nach Möglichkeit hinsichtlich der zu treffenden Maßnahmen mit dem Auftraggeber abzustimmen und ihm die Entwürfe für die vorgeschlagenen Werbemittel, die eingeholten Kostenvoranschläge sowie Terminpläne zur Bewilligung vorzulegen.

11.2. Ist die Agentur beauftragt, Werbematerialien zu erstellen, wird die Agentur dem Auftraggeber Probeabzüge, Probeandrucke o.ä. Muster zur Genehmigung vorlegen. Die Agentur ist berechtigt, dem Auftraggeber eine Frist zur Erteilung der Genehmigung zu setzen. Wird die Genehmigung erteilt, so sind die Werbematerialien in der genehmigten Form für die weitere Bearbeitung des Auftrages maßgebend. Wird die Genehmigung innerhalb einer gesetzten Frist weder erteilt noch verweigert, so gilt sie als erteilt, sofern die Agentur den Auftraggeber auf den Eintritt der Genehmigungsfiktion bei ihrer Fristsetzung gem. Satz 2 schriftlich hingewiesen hat.

11.3. Einer ausdrücklichen Genehmigung im Sinne der Ziff. 11.2. Satz 3 steht es gleich, wenn der Auftraggeber ihm von der Agentur zur Genehmigung übersandte Materialien Dritten zur weiteren Auftragsausführung ohne weitere Mitwirkung der Agentur überlässt.

12. Gewährleistung

12.1. Wird von der Agentur eine Werbung fehlerhaft veröffentlicht oder verbreitet oder wird eine andere Werbung des Auftraggeber als die bestellte veröffentlicht oder verbreitet, so steht dem Auftraggeber ein Anspruch auf Herabsetzung des Preises zu, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Werbung beeinträchtigt worden ist. Bei stark sinnentstellenden Fehlern kann der Auftraggeber statt dessen die Wiederholung der Werbeaktion verlangen. Weitergehende Gewährleistungsansprüche sind ausgeschlossen.

12.2. Eine fehlerhafte oder eine andere Werbung im Sinne der Ziff. 12.1. ist eine solche Werbung nicht, die von der Agentur gem. Ziff. 11.2. vor ihrer Veröffentlichung oder Verbreitung dem Auftraggeber in Form eines Probeabzugs oder eines sonstigen Musters zur Genehmigung vorgelegt worden war und von ihm genehmigt worden ist.

12.3. Verändert der Auftraggeber eine von der Agentur ausgearbeitete Werbekonzeption oder von der Agentur erstellte Werbematerialien, sind sämtliche Gewährleistungsansprüche hinsichtlich der veränderten Konzeption oder der veränderten Werbematerialien ausgeschlossen.

13. Haftungsbeschränkung

13.1. Die Agentur haftet für eine schuldhaftige Verletzung ihrer wesentlichen Vertragspflichten, d.h. von Vertragspflichten, die den typischen Vertragszweck prägen, deren Erfüllung die ordnungsgemäße Durchführung des Vertrags überhaupt erst ermöglicht und auf deren Einhaltung der Vertragspartner regelmäßig vertrauen darf, nach den gesetzlichen Vorschriften. Soweit ihr weder grob fahrlässiges noch vorsätzliches Verhalten zur Last fällt, haftet sie nur für den typischerweise eintretenden, vorhersehbaren Schaden.

13.2. Im Übrigen - also nicht in den in Ziff. 13.1. genannten Fällen - sind Schadensersatzansprüche aus Unmöglichkeit der Leistung, aus positiver Forderungsverletzung, aus Verschulden bei Vertragsschluss einschließlich etwaiger Ansprüche aufgrund der Verwendung dieser Geschäftsbedingungen, aus Verletzung von vertraglichen Verpflichtungen (zur Information, Unterweisung), wegen Verzugs oder aus unerlaubter Handlung sowie aus jedem anderen Rechtsgrunde gegen die Agentur ausgeschlossen, es sei denn, ein Schaden ist durch einen ihrer gesetzlichen Vertreter oder Erfüllungsgehilfen vorsätzlich oder grob fahrlässig verursacht worden.

13.3. Bei Übernahme einer Garantie sowie für Schäden aus der Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit haftet die Agentur nach Maßgabe der gesetzlichen Vorschriften. Die Haftung nach Maßgabe des Produkthaftungsgesetzes bleibt unberührt.

13.4. Verändert der Auftraggeber eine von der Agentur erarbeitete Werbekonzeption oder von ihr erstellte Werbematerialien, so sind sämtliche Schadensersatzansprüche des Auftraggebers gegen die Agentur ausgeschlossen, sofern der Auftraggeber nicht nachweist, dass ihm durch die Verwendung der Werbekonzeption oder der Werbematerialien entstandene Schäden - einschließlich gegen ihn erhobene Ansprüche Dritter - nicht auf die von ihm vorgenommenen Veränderungen an der ursprünglichen Werbekonzeption der Agentur oder den von ihr erstellten Werbematerialien zurückzuführen sind.

13.5. Die Bestimmungen der Ziff. 5 und 6, 10.2 sowie 12 bleiben unberührt.

14. Honorar

14.1. Mangels gesonderter Vereinbarung bestimmt sich das Honorar der Agentur nach den folgenden Bestimmungen:

14.2. Die Honorierung erfolgt nach erbrachtem Zeitaufwand zu den aus der jeweils aktuellen Preisliste der Agentur ersichtlichen Stundensätzen. Die Agentur ist berechtigt, für unterschiedliche Tätigkeiten unterschiedliche Stundensätze zu berechnen.

14.3. Materialkosten, Reinzeichnungen, Übersetzungen, Fahrtkosten, Spesen, Organisations- und Beschaffungskosten, Urheberrechtsübertragungen sowie technische Kosten wie Satz, Zwischenaufnahmen, Photos, Photoabzüge, Werkzeugkosten und Kosten für die Herstellung von Werbemitteln berechnet die Agentur separat.

14.4. Die Agentur ist berechtigt, mit Dritten Provisionsabsprachen zu treffen, aufgrund derer der Agentur sowohl im Falle der Unterbeauftragung (Ziff. 9.1.) als auch im Falle der Auftragsvergabe im Namen des Auftraggebers (Ziff. 10.1.) Provisionsansprüche gegen den Dritten zustehen. Mangels gesonderter Vereinbarung ist die Agentur nicht verpflichtet, die auf diese Weise vereinnahmten Provisionen dem Auftraggeber mitzuteilen oder gar zugute zu bringen.

14.5. Ziff. 14.4. gilt entsprechend, wenn der Auftraggeber im Rahmen des Auftrages selbst Dritte mit Teilen der Auftragsdurchführung beauftragt.

14.6. Werden von der Agentur im Zuge der Auftragsdurchführung Fremddangebote für die Durchführung von Teilen des Auftrages eingeholt, die hiervon betroffenen Teile des Auftrages vom Auftraggeber indes anderweitig vergeben, so kann die Agentur die für die Angebotseinholung aufgewendeten Leistungen nach Zeit und Kostenaufwand berechnen.

14.7. Wird ein vom Auftraggeber entweder selbst oder gem. Ziff. 10.1. über die Agentur einem Dritten erteilter Auftrag über die Agentur abgewickelt - etwa indem die Agentur die Durchführung jenes

Auftrages betreut und überwacht - berechnet die Agentur 15 % des Wertes jenes Auftrages als Bearbeitungsgebühr; dieser Prozentsatz erhöht sich auf 25 %, wenn der Auftragswert weniger als € 500,- beträgt.

14.8. Kommt eine von der Agentur ausgearbeitete und vom Auftraggeber genehmigte Konzeption aus Gründen, die die Agentur nicht zu vertreten hat, nicht zur Durchführung, so bleibt der sich aus gesonderter Vereinbarung oder aus den vorstehenden Bestimmungen ergebende Honoraranspruch der Agentur davon unberührt. Dasselbe gilt, wenn der Auftraggeber eine andere Leistung der Agentur aus Gründen, welche die Agentur nicht zu vertreten hat, nicht abnimmt.

15. Zahlungsbedingungen; Verzug

15.1. Alle Rechnungen sind innerhalb von 8 Tagen nach Eingang beim Auftraggeber ohne Abzug zu bezahlen.

15.2. Ziff. 15.1. gilt sowohl für Rechnungen über das Agenturhonorar als auch für Rechnungen über Auslagen der Agentur.

16. Eigentumsvorbehalt

Von der Agentur gelieferte Gegenstände bleiben Eigentum der Agentur, bis der Auftraggeber sämtliche ihm aus der Geschäftsverbindung mit der Agentur treffenden Ansprüche erfüllt hat.

17. Übertragung von Vormaterialien

17.1. Der Auftraggeber kann von der Agentur die Übergabe und Übereignung von Vormaterialien wie elektronische Datenträger, Filme etc., die speziell zur Durchführung seines Auftrages gefertigt worden sind, verlangen; für die Übereignung gilt Ziff. 16 entsprechend.

17.2. Das Verlangen nach Ziff. 17.1. ist innerhalb von drei Monaten nach vollständiger Auftragsabwicklung - einschließlich Bezahlung - geltend zu machen; nach Ablauf dieser Frist besteht ein Anspruch gem. Ziff. 17.1. nur insoweit, als die herausverlangten Materialien noch vorhanden sind.

18. Urheber- und sonstige Leistungsschutzrechte; Vorbehalt der Weiterverwendung

18.1. Die Agentur räumt dem Auftraggeber an den von ihr auftragsgemäß erstellten Werbematerialien und Konzeptionen sämtliche urheberrechtlichen Verwertungsrechte ein. Soweit von der Agentur erstellte Werbematerialien und Konzeptionen nicht urheberrechtlich geschützt sind, behält sich die Agentur mangels abweichender Absprachen ihre Verwendung für andere Auftraggeber vor. Ziff. 19 bleibt unberührt.

18.2. Die Rechtsübertragung gem. 18.1. erfolgt unter der aufschiebenden Bedingung der vollständigen Befriedigung aller Forderungen der Agentur gegen den Auftraggeber aus ihrer Geschäftsverbindung mit dem Auftraggeber.

18.3. Mangels abweichender Vereinbarung haftet die Agentur nicht für die Urheberrechtsfähigkeit oder die sonstige Schutzfähigkeit der von ihr für den Auftraggeber auftragsgemäß entwickelten Werbematerialien. Die Agentur haftet auch nicht dafür, dass von ihr unter Verwendung von vom Auftraggeber überlassenen Texten, Bildern und Photographien erstellte Werbematerialien frei von Urheber- und sonstigen Leistungsschutzrechten Dritter sind. Ergänzend gilt Ziff. 6.

18.4. Von der Rechtsübertragung nach Ziff. 18.1. ausgenommen bleiben mangels abweichender Absprache neben Vorentwürfen auch Alternativentwürfe für Werbematerialien und -aktionen, die vom Auftraggeber nicht zur Durchführung einer Werbeaktion ausgewählt oder von ihm nicht angekauft werden.

19. Rückerwerb von Urheberrechten

19.1. Hat der Auftraggeber von der Agentur entwickelte Werbematerialien nicht innerhalb eines Jahres, gerechnet vom Rechtserwerb gem. Ziff. 18.1. und 18.2. an, verwendet oder innerhalb dieser Frist nicht damit begonnen, eine von der Agentur entwickelte Werbekonzeption umzusetzen, erwirbt die Agentur die gem. Ziff. 18.1. und 18.2. übertragenen urheberrechtlichen Verwertungsrechte automatisch wieder zurück; die Rechtsübertragung gem. Ziff. 18.1. und 18.2. steht insoweit unter auflösender Bedingung.

19.2. Einer Verwendung von Werbematerialien im Sinne der Ziff. 19.1. steht es gleich, wenn der Auftraggeber wegen von der Agentur für ihn gefertigten Werbemitteln die Eintragung von Schutzrechten beantragt hat.

19.3. Der Rückerwerb gem. Ziff. 19.1. steht unter der Bedingung, dass die Agentur den Auftraggeber mindestens einen Monat vor Ablauf der Jahresfrist auf den bevorstehenden Ablauf dieser Frist und die damit verbundenen, sich aus dieser Bestimmung ergebenden Konsequenzen hingewiesen hat und der Auftraggeber nicht innerhalb einer Woche nach Erhalt jenes Hinweises gegenüber der Agentur eine Verlängerung der Frist verlangt. Verlangt der Auftraggeber eine Fristverlängerung, verlängert sich die Frist um ein weiteres Jahr.

19.4. Der Rückerwerb gem. Ziff. 19.1. erfolgt unentgeltlich.

20. Signierrecht

Mangels abweichender schriftlicher Vereinbarung ist die Agentur berechtigt, die von ihr gestalteten Werbemittel zu signieren und in ihrer Eigenwerbung auf die Betreuung des Auftraggebers hinzuweisen.

21. Belegexemplare

Von jedem Werbemittel steht der Agentur eine angemessene Zahl von Belegexemplaren, mindestens jedoch drei, zu.

22. Rechtswahl; Erfüllungsort; Gerichtsstand; Salvatorische Klausel

22.1. Dieser Vertrag unterliegt deutschem Recht. Davon ausgenommen, d.h. unanwendbar ist das UN-Abkommen über den Internationalen Warenkauf.

22.2. Erfüllungsort für alle Verpflichtungen beider Vertragsteile ist Freiburg.

22.3. Gerichtsstand für alle Rechtsstreitigkeiten im Zusammenhang mit diesem Vertrag ist Freiburg. Der Auftraggeber kann daneben nach Wahl der Agentur auch an seinem Sitz verklagt werden.

22.4. Die Unwirksamkeit einzelner Bestimmungen des diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen einbeziehenden Vertrages lässt die Wirksamkeit der übrigen Bestimmungen und den Bestand des Vertrages unberührt. An die Stelle der unwirksamen Bestimmung tritt – soweit es sich hierbei nicht um Allgemeine Geschäftsbedingungen handelt – eine Regelung, die in ihrem wirtschaftlichen Gehalt der unwirksamen am nächsten kommt. Entsprechendes gilt im Falle einer Lücke.