

ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN

(Stand: Dezember 2025)

§ 1 Geltungsbereich, Vertragsgrundlagen

1. Diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen („AGB“) gelten für alle Verträge zwischen der SCHWARZ-Außenwerbung GmbH („Auftragnehmer“) und ihren Kunden („Auftraggeber“) über die Durchführung befristeter Außenwerbekampagnen auf analogen Werbeträgern (Plakatanschlag) in der Bundesrepublik Deutschland.

2. Die AGB gelten ausschließlich gegenüber Unternehmern im Sinne von § 14 BGB, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder öffentlich-rechtlichen Sondervermögen.

3. Abweichende, entgegenstehende oder ergänzende Allgemeine Geschäftsbedingungen des Auftraggebers werden nicht Vertragsbestandteil, es sei denn, der Auftragnehmer stimmt ihrer Geltung ausdrücklich in Textform zu.

4. Ergänzend zu diesen AGB gelten:

- die jeweils gültigen Preislisten,
- Produkt- und Formatübersichten,
- technische Merkblätter und Spezifikationen (z. B. „Plakate drucken und liefern“, technische Vorgaben für City-Light-Formate).

5. Diese AGB gelten in der jeweils aktuellen Fassung auch für alle zukünftigen Verträge zwischen den Parteien, ohne dass erneut auf sie Bezug genommen werden muss, sofern sie dem Auftraggeber bei Vertragsschluss bekannt waren oder hätten bekannt sein müssen.

6. Für Verträge über Dauerwerbung mit Laufzeiten ab 12 Monaten, die sich automatisch verlängern, gelten ergänzend bzw. abweichend besondere AGB „Dauerwerbung“ des Auftragnehmers. Im Kollisionsfall gehen die AGB „Dauerwerbung“ diesen AGB vor.

7. Bei Widersprüchen zwischen Einzelvertrag, Auftragsbestätigung, diesen AGB sowie Preislisten/technischen Merkblättern gilt folgende Rangfolge:

1. individuelle Vereinbarungen im Einzelvertrag,
2. Auftragsbestätigung,
3. diese AGB,
4. Preislisten, Produkt- sowie technische Unterlagen.

§ 2 Vertragsgegenstand, Werbeträger, Subunternehmer

1. Vertragsgegenstand ist die Durchführung von Außenwerbeleistungen auf analogen Werbeträgern, insbesondere:

Allgemeinstellen (AS): Säulen oder Tafeln zur Anbringung von Plakaten jeweils mehrerer Werbungtreibender

Ganzstellen (GS): Säulen zur Anbringung von Plakaten jeweils eines Werbungtreibenden

Großflächen (GF): Tafeln zur Anbringung jeweils eines Plakates im 9 m²-Format

CityStars (CS): Tafeln zur Anbringung jeweils eines Plakates im 9 m²-Format (Querformat), die sich auf einer Monofußkonstruktion in ca. 2,5 m Höhe befinden

Citylight-Poster (CLP): Verglaste Vitrinen zur Anbringung eines Plakates im 2 m²-Format

Citylight-Säulen (CLS): Verglaste Säulen zur Anbringung von zwei Plakaten im 2 m²-Format oder einem Plakat im 4 m²-Format

2.2 Die genannten Plakatformate entsprechen den vom Deutschen

Normenausschuss für Papierformate festgelegten Normen (DIN 683).

2.3 Das Plakatgrundmaß ist DIN A1 (59 x 84 cm). Alle größeren Plakatformate ergeben sich aus dem Mehrfachen des Grundmaßes. Abweichend gilt bei CLP ein Plakatgrundmaß von 118,5 x 175 cm. Die Maße werden in der Reihenfolge Breite x Höhe (B x H) angegeben.

3. Der Leistungsumfang des Auftragnehmers umfasst, sofern im Einzelfall nichts Abweichendes vereinbart ist, die einmalige Anbringung (Aushang) der vom Auftraggeber bereitgestellten Werbemittel zu Beginn des vertraglich vereinbarten Aushangzeitraums sowie die während dieses Zeitraums im Rahmen eines ordnungsgemäßen Geschäftsbetriebs vorzunehmende Kontrolle und Instandhaltung der Aushänge (einschließlich Ausbesserung und Erneuerung beschädigter Plakate).

Mit Ablauf des vereinbarten Aushangzeitraums gilt die vertraglich geschuldete Medialeistung als vollständig erbracht. Ein Anspruch des Auftraggebers auf gesonderte Abdeckung, Neutralisierung oder Entfernung der Plakate besteht nicht; die Plakate verbleiben vielmehr grundsätzlich so lange im Aushang, bis sie im Rahmen eines nachfolgenden entgeltlichen Auftrags überklebt /ausgewechselt werden.

3a. Eine über den vereinbarten Aushangzeitraum hinausgehende Sichtbarkeit der Plakate stellt eine nicht geschuldete Mehrwirkung ohne zusätzlichen Vergütungsanspruch des Auftragnehmers sowie ohne weitergehende Leistungspflichten dar und begründet insbesondere keine Ansprüche des Auftraggebers auf eine bestimmte Aushangdauer, Abdeckung oder Abräumung.

4. Ein Anspruch auf bestimmte Einzelstandorte, bestimmte Sichtbeziehungen oder bestimmte Umfeldstrukturen besteht nur, sofern diese ausdrücklich in Textform bestätigt wurden.

5. Der Auftragnehmer ist berechtigt, sich zur Erfüllung seiner vertraglichen Pflichten geeigneter Subunternehmer zu bedienen. Hierdurch werden die vertraglichen Pflichten gegenüber dem Auftraggeber nicht eingeschränkt.

6. Der Auftragnehmer ist berechtigt, einzelne Standorte innerhalb eines gebuchten Netzes aus sachlichen Gründen (z. B. Bau-, Sanierungs- oder Abrissmaßnahmen, Wegfall von Genehmigungen, behördliche Auflagen oder Vorgaben des Standortinhabers) durch gleichwertige Standorte im gleichen Gebiet zu ersetzen. Geringfügige Veränderungen in der Zusammensetzung oder räumlichen Verteilung eines Netzes berechtigen den Auftraggeber nicht zur Kündigung, Minderung oder Geltendmachung von Schadensersatz, sofern der vereinbarte Werbewert im Wesentlichen erhalten bleibt.

§ 3 Vertragsschluss, Agenturen, Ablehnungsrecht

1. Angebote des Auftragnehmers sind freibleibend. Ein Vertrag kommt erst durch schriftliche oder in Textform erteilte Auftragsbestätigung oder durch Beginn der Leistungserbringung zustande.

2. Aufträge von Agenturen oder Werbemittlern werden nur angenommen, wenn der Werbungtreibende und die beworbene Produktgruppe/Marke benannt werden.

3. Erfolgt die Beauftragung über eine Agentur/einen Vermittler, kommt der Vertrag grundsätzlich zwischen Agentur/Vermittler und Auftragnehmer zustande, sofern nicht ausdrücklich etwas anderes vereinbart ist. Die Agentur tritt mit Vertragsschluss ihre Forderungen gegen den Werbungtreibenden in Höhe der Forderungen des Auftragnehmers sicherungshalber an den Auftragnehmer ab; der Auftragnehmer nimmt die Abtretung an.

4. Der Auftraggeber hat bei Auftragserteilung den Werbungtreibenden, die Produktgruppe, den Aushangzeitraum sowie die Motivbezeichnung anzugeben und die technischen Vorgaben einzuhalten.

5. Der Auftragnehmer kann Aufträge ganz oder teilweise nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen ablehnen, insbesondere wenn:

- der Inhalt gegen gesetzliche oder behördliche Bestimmungen verstößt,
- die Werbung extremistische, diskriminierende, rassistische oder verfassungsfeindliche Inhalte aufweist,
- die Werbung grob geschmacklos ist oder den Interessen der Personen/Unternehmen, auf dessen Grundbesitz sich der Werbeträger befindet, zuwiderläuft. Stellt sich nach Vertragsschluss heraus, dass einer der vorgenannten Gründe vorliegt, kann der Auftragnehmer den Vertrag ganz oder teilweise kündigen oder von ihm zurücktreten, sofern der Auftraggeber nicht innerhalb einer gesetzten Frist ein zulässiges Ersatzmotiv liefert.

§ 4 Aushangzeitraum, Beleuchtung, Toleranzen

1. Die Plakatierung erfolgt:

– bei AS, GS, GF grundsätzlich im Dekaden-Rhythmus,

– bei CLP/City-Light-Formaten in der Regel im Wochenrhythmus, gemäß dem jeweils geltenden Terminplan (Dekaden-/Wochenplan) des Auftragnehmers.

2. Aus technischen und logistischen Gründen (z. B. Sonn- und Feiertage, Witterung, Tourenplanung) kann der tatsächliche Aushang bis zu drei Werktagen vor oder nach dem geplanten Termin beginnen bzw. enden, ohne dass hieraus Ansprüche auf Minderung, Gutschrift oder Schadensersatz entstehen.

3. Dekaden, die aufgrund des Jahreswechsels 14 Kalendertage umfassen, werden gegenüber Werbemittlern (Spezialmittlern) mit 11 Tagen berechnet; Plakatierungsausfälle von bis zu drei Tagen innerhalb solcher Dekaden gelten als vertragsgemäß.

4. Die Be- bzw. Hinterleuchtung beleuchteter Werbeträger (z. Bsp. CLP/CLS) erfolgt nach Einbruch der Dunkelheit; Abschaltungen in den Nachtstunden (insbesondere ab ca. 23:00 Uhr) bleiben vorbehalten. Eine Ausleuchtungsquote von mindestens 90 % der vorgesehenen beleuchteten Flächen gilt als vertragsgemäße Erfüllung.

5. Reduzierungen, Austausche oder Nichtplakatierungen von bis zu 1,75 % der beauftragten Aushänge, die der Auftragnehmer nicht zu vertreten hat, gelten als vertragsgemäße Leistung. Bei Netzbuchungen (z. B. AS-, CLP-Netze) ist eine Über- oder Unterschreitung der Aushangzahl von bis zu 3 % vertragsgemäß.

6. Ein Konkurrenzausschluss (Ausschluss konkurrierender Werbemotive im Umfeld) wird grundsätzlich nicht zugesichert; der Auftragnehmer bemüht sich jedoch, unmittelbare Nebeneinander-Platzierungen direkter Wettbewerber nach Möglichkeit zu vermeiden.

§ 5 Werbemittel, technische Vorgaben

1. Der Auftraggeber stellt auf eigene Kosten die zur ordnungsgemäßen Plakatierung erforderliche Anzahl von Plakaten, an die vom Auftraggeber mitgeteilten Versandanschriften zur Verfügung, zuzüglich einer Ersatzmenge von mindestens 10 %, jedoch mindestens zwei Exemplare je Motiv.

2. Die Plakate müssen den technischen Vorgaben des Auftragnehmers und den einschlägigen Branchenstandards entsprechen (Papierqualität, Format, Nassklebeeignung, Konfektionierung, Mappung etc.). Bei mehrteiligen Plakaten, die nicht nach dem üblichen Euro-Klebesystem gefertigt sind, kann der Auftragnehmer für witterungsbedingte Schäden und Klebeausfälle keine Gutschriften gewähren.

3. Lieferfristen

– GF/GS/AS: gefalzt und gemappt, spätestens 10 Arbeitstage vor dem Vorplakatierungstermin des A-Blocks der gebuchten Dekade,

– CLP/City-Light: plano auf Palette bzw. gerollt im Karton, spätestens 10 Kalendertage vor dem Vorplakatierungstermin der gebuchten Woche.

4. Jeder Plakatsendung sind mindestens folgende Angaben beizufügen:

- Druckerei (Name, Anschrift, Kontakt),
- Werbungtreibender und ggf. Agentur,
- Motivbezeichnung (Marke/Produkt),
- Aushangzeitraum (Dekade/Woche),
- Format, Stückzahl, Zuordnung von gebuchten Netzen bzw. Standorten.

5. Mehrkosten und Verzögerungen infolge verspäteter, unvollständiger oder technisch ungeeigneter Plakatlieferungen sowie infolge fehlender oder unklarer Plakatierungsanweisungen gehen zu Lasten des Auftraggebers.

6. Kann der Auftragnehmer den Auftrag nicht oder nicht fristgemäß durchführen, weil Werbemittel nicht, verspätet oder nicht in ausreichender Menge/Qualität geliefert werden, entbindet dies den Auftraggeber nicht von der Zahlungspflicht; ersparte Aufwendungen werden angerechnet.

7. Nicht verbrauchte Plakate werden auf schriftlichen Wunsch des Auftraggebers innerhalb von zwei Wochen nach Aushangende auf dessen Kosten zurückgesendet. Erfolgt keine fristgerechte Rückforderung, gehen sie entschädigungslos in das Eigentum des Auftragnehmers über und können vernichtet werden.

§ 6 Verantwortung für Inhalte, Rechte Dritter

1. Der Auftraggeber trägt die alleinige Verantwortung für Inhalt, Gestaltung und rechtliche Zulässigkeit der Werbemittel.

2. Der Auftragnehmer ist nicht verpflichtet, Werbemittel auf inhaltliche oder rechtliche Zulässigkeit zu prüfen.

3. Der Auftraggeber sichert zu, dass durch die Nutzung der Motive keine Rechte Dritter verletzt werden, insbesondere keine Urheber-, Marken-, Persönlichkeits- oder wettbewerbsrechtlichen Bestimmungen.

4. Der Auftraggeber stellt den Auftragnehmer sowie die jeweiligen Standortinhaber von sämtlichen Ansprüchen Dritter frei, die aus der inhaltlichen oder rechtlichen Ausgestaltung der Motive resultieren, einschließlich angemessener Kosten der Rechtsverteidigung.

5. Der Auftragnehmer ist bis auf Widerruf berechtigt, die Motive des Auftraggebers zu Dokumentations-, Referenz- und Eigenwerbezwecken (z. B. in Präsentationen, Broschüren, Online-Auftritten) unentgeltlich zu nutzen, soweit dem nicht überwiegende berechnete Interessen des Auftraggebers entgegenstehen.

§ 7 Politische Werbung

1. Der Auftragnehmer nimmt Aufträge politischer Parteien und sonstiger politischer Akteure grundsätzlich an, soweit die Motive und Inhalte rechtlich zulässig sind und nicht gegen diese AGB oder berechnete Interessen von Standortinhabern verstoßen.

2. Bei politischer Werbung im Sinne der Verordnung (EU) 2024/900 über die Transparenz politischer Werbung verpflichtet sich der Auftraggeber, sämtliche gesetzlich geforderten Transparenzinformationen vollständig, richtig und rechtzeitig bereitzustellen und die erforderlichen Kennzeichnungen im Motiv umzusetzen (insbesondere Angaben zum Sponsor, Kontaktdaten, Bezug zu Wahlen/Abstimmungen).

3. Kommt der Auftraggeber diesen Pflichten nicht oder nicht rechtzeitig nach, ist der Auftragnehmer berechnete, den Aushang zurückzuhalten oder abzubreaken. Die Vergütungspflicht bleibt unberührt; ersparte Aufwendungen werden angerechnet.

4. Der Auftraggeber stellt den Auftragnehmer und die Standortinhaber von sämtlichen Ansprüchen, Bußgeldern und sonstigen Sanktionen frei, die aus Verstößen gegen Transparenz-, Kennzeichnungs- und Informationspflichten politischer Werbung resultieren.

5. unabhängig davon behält sich der Auftragnehmer das Recht vor, einzelne politische Motive nach einheitlichen, sachlich gerechneten Grundsätzen abzulehnen, insbesondere bei extremistischen, diskriminierenden oder verfassungsfeindlichen Inhalten.

§ 8 Preise, Preislisten, Zahlungsbedingungen

1. Es gelten die Preise gemäß der zum Zeitpunkt der Auftragserteilung bzw. Vertragsbestätigung gültigen Preisliste des Auftragnehmers, soweit nicht im Einzelfall abweichend in Textform besondere Konditionen vereinbart sind.

2. Sämtliche Preise verstehen sich als Nettopreise zuzüglich der jeweils geltenden gesetzlichen Umsatzsteuer.

3. Sofern nicht ausdrücklich anders ausgewiesen, beinhalten die Preise für Kampagnenbuchungen sowohl die Medialeistung als auch die anteiligen technischen Kosten (Aushangkosten).

4. Rechnungen sind, sofern keine Vorkasse vereinbart ist, mit Aushangbeginn, spätestens jedoch innerhalb von 14 Tagen nach Rechnungsdatum ohne Abzug zur Zahlung fällig.

5. Bei Zahlungsverzug ist der Auftragnehmer berechnete, Verzugszinsen in gesetzlicher Höhe sowie angemessene Mahnkosten zu berechnen und weitere Leistungen nur gegen Vorkasse auszuführen oder zurückzuhalten.

6. Bei begründeten Zweifeln an der Zahlungsfähigkeit oder -willigkeit des Auftraggebers ist der Auftragnehmer berechnete, noch ausstehende Leistungen nur gegen Vorauszahlung und Ausgleich sämtlicher offener Forderungen zu erbringen.

7. Eine Aufrechnung gegen Forderungen des Auftragnehmers ist nur mit unbestrittenen oder rechtskräftig festgestellten Forderungen zulässig. Ein Zurückbehaltungsrecht besteht nur wegen Ansprüchen aus demselben Vertragsverhältnis.

§ 9 Sonderleistungen

1. Standardleistung des Auftragnehmers ist der Aushang der Plakate während des gebuchten Aushangzeitraums gemäß Auftragsbestätigung sowie die Instandhaltung während dieses Zeitraums. Nach Ablauf des gebuchten Aushangzeitraums werden die Plakate nicht automatisch abgedeckt oder entfernt, sondern verbleiben grundsätzlich im Aushang, bis sie im Rahmen eines nachfolgenden, entgeltlichen Auftrags überklebt werden.

2. Leistungen, die über diese Standardleistung hinausgehen, gelten als Sonderleistungen und werden individuell vereinbart und gesondert berechnet. Dies gilt insbesondere für:

- auf Wunsch des Auftraggebers veranlasste Abdeckungen, Neutralisierungen oder Entfernungen unmittelbar nach Kampagnenende,

- auf Wunsch des Auftraggebers veranlasste Abdeckungen, Neutralisierungen oder Entfernungen zu einem späteren, vom Auftraggeber bestimmten Zeitpunkt (z. B. nach zwei bis drei Dekaden),

- vom Auftraggeber gewünschte vorzeitige Abdeckungen oder Motivwechsel während des laufenden Aushangzeitraums,

- Sondermontagen (Nacht-/Wochenendmontagen, Sondergerüste, besondere Sicherungsmaßnahmen),

- zusätzliche Kontrollfahrten und Fotodokumentationen auf Wunsch des Auftraggebers,

- zusätzliche Überklebungen oder Ersatzplakatierungen, soweit der Anlass nicht vom Auftragnehmer zu vertreten ist.

3. Sonderleistungen werden nach Aufwand gemäß der jeweils gültigen Preisliste bzw. auf Basis einer gesonderten Vereinbarung in Rechnung gestellt. Bereits erbrachte Medialeistungen bleiben in jedem Fall voll vergütungspflichtig.

§ 10 Late-Sale / Aufträge zu technischen Kosten

1. Late-Sale-Deals / Aufträge zu technischen Kosten im Sinne dieser AGB sind Buchungen, bei denen der Auftragnehmer dem Auftraggeber stark rabattierte Konditionen gewährt und für die Medialeistung kein oder nur ein reduziertes Entgelt berechnet wird und im Wesentlichen lediglich technische Kosten (z. B. Plakatierung, Material, Logistik) in Rechnung gestellt werden.

2. Bei Late-Sale-Deals / Aufträgen zu technischen Kosten erfolgt die Belegung ausschließlich nach Verfügbarkeit von Restplätzen. Der Auftraggeber hat keinen Anspruch auf bestimmte Einzelstandorte, bestimmte Umfeldstrukturen oder eine bestimmte Netzzusammensetzung. Geringfügige Änderungen in

Anzahl, Verteilung oder Lage der belegten Werbeträger sind vertragsgemäß.

3. Der Auftrag gilt bei Late-Sale-Deals / Aufträgen zu technischen Kosten als vertragsgemäß erfüllt, wenn der Auftragnehmer mindestens 80 % der in der Auftragsbestätigung ausgewiesenen Aushänge im vorgesehenen Aushangzeitraum realisiert. In diesem Fall bestehen keine Ansprüche des Auftraggebers auf Minderung, Gutschrift, Rückzahlung oder Schadensersatz wegen nicht realisierter Aushänge.

4. Liegt der Erfüllungsgrad unter der in Absatz 3 genannten Quote, erfolgt eine Kompensation ausschließlich in Form einer medienäquivalenten Ersatzleistung, insbesondere durch:

- kostenfreie zusätzliche Aushänge („Durchhänger“) auf anderen vom Auftragnehmer ausgewählten, belegbaren Werbeträgern im selben Kampagnengebiet, und/oder

- kostenfreie Verlängerung des Aushangs auf bereits belegten Werbeträgern in einem oder mehreren Folgeterminen.

Ein Anspruch auf Auszahlung, Gutschrift oder sonstige monetäre Kompensation besteht auch in diesem Fall nicht.

5. Mit den in Absatz 4 beschriebenen Ersatzleistungen sind sämtliche Ansprüche des Auftraggebers aus dem jeweiligen Ausfall oder der jeweiligen Minderleistung endgültig abgegolten.

6. Die gesetzlichen Haftungsregelungen des Auftragnehmers bei Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit sowie für Schäden aus der Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit bleiben unberührt; im Übrigen gelten die Haftungsbegrenzungen gemäß § 12.

§ 11 Rücktritt / Stornierung durch den Auftraggeber

1. Für Verträge über Dekadenaushänge gilt ein Rücktrittsrecht bis 60 Kalendertage vor gebuchtem Dekadenbeginn; für Verträge über Wochenaushänge, bis 60 Kalendertage vor gebuchtem Wochenbeginn.

§ 12 Leistungsstörungen, Reklamationen, Haftung

1. Der Auftragnehmer erfüllt den Auftrag durch Anbringung, Kontrolle, Pflege, Ausbesserung und Erneuerung beschädigter Aushänge während der vereinbarten Aushangzeit im Rahmen eines ordnungsgemäßen Geschäftsbetriebs.

2. Sichtbehinderungen, die bei der Bewertung und Preisgestaltung der Werbefläche bereits berücksichtigt wurden (z. B. Bäume, Masten, Verkehrsschilder, bauliche Gegebenheiten), berechtigen nicht zu Minderung, Gutschrift oder Schadensersatz.

3. Klebeausfälle oder Beschädigungen von Aushängen, die der Auftragnehmer nicht zu vertreten hat (z. B. Witterungseinflüsse, Vandalismus, Untergrundbeschaffenheit), werden im Regelfall durch kostenfreie Nachplakatierung oder Aushangverlängerung kompensiert. Weitergehende Ansprüche des

Auftraggebers sind ausgeschlossen, soweit nicht Vorsatz oder grobe Fahrlässigkeit des Auftragnehmers vorliegen.

4. Offensichtliche Mängel sind unverzüglich nach Kenntnis, in der Regel noch während der Laufzeit, gegenüber dem Auftragnehmer zu rügen. Spätestens einen Monat nach Beendigung des Aushangs müssen Mängel schriftlich bzw. in Textform unter genauer Angabe des Standortes und unter Beifügung geeigneter Nachweise (insbesondere Belegfotos) geltend gemacht werden. Nach Ablauf dieser Frist gilt die Leistung als vertragsgemäß erbracht.

5. Der Auftragnehmer haftet auf Schadensersatz – gleich aus welchem Rechtsgrund – nur

a) bei Vorsatz und grober Fahrlässigkeit,

b) bei leicht fahrlässiger Verletzung wesentlicher Vertragspflichten (Kardinalpflichten), jedoch beschränkt auf den vertragstypischen, vorhersehbaren Schaden.

6. Eine Haftung für mittelbare Schäden und Folgeschäden, insbesondere entgangenen Gewinn, ist ausgeschlossen.

7. Die vorstehenden Haftungsbeschränkungen gelten nicht bei Schäden aus Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit sowie bei zwingender Haftung nach dem Produkthaftungsgesetz.

8. Ereignisse höherer Gewalt, behördliche Maßnahmen, Streik, rechtmäßige Aussperrungen, Unruhen, Naturereignisse, Verkehrs- und Infrastrukturausfälle sowie Bau-, Sanierungs- oder Abrissmaßnahmen an oder in unmittelbarer Nähe des Standorts, die der Auftragnehmer nicht zu vertreten hat, berechtigen den Auftragnehmer, die Leistung angepasst zu erbringen oder zu verschieben. Der Auftragnehmer wird nach Möglichkeit gleichwertige Ersatzflächen oder Aushangverlängerungen anbieten. Ist dies nicht möglich, wird die anteilige Vergütung für den ausgefallenen Leistungsanteil gutgeschrieben; weitergehende Ansprüche bestehen nicht.

§ 13 Datenschutz

1. Der Auftragnehmer verarbeitet personenbezogene Daten des Auftraggebers ausschließlich im Rahmen der gesetzlichen Bestimmungen, insbesondere der DSGVO und des BDSG.

2. Näheres ergibt sich aus der jeweils aktuellen Datenschutzerklärung des Auftragnehmers, abrufbar über dessen Internetauftritt.

§ 14 Schlussbestimmungen

1. Es gilt ausschließlich deutsches Recht unter Ausschluss des UN-Kaufrechts (CISG).

2. Erfüllungsort und, soweit rechtlich zulässig, ausschließlicher Gerichtsstand für alle Streitigkeiten aus oder im Zusammenhang mit dem Vertragsverhältnis ist der Sitz des Auftragnehmers. Der Auftragnehmer ist berechtigt, den Auftraggeber auch an dessen allgemeinen Gerichtsstand zu verklagen.

3. Änderungen und Ergänzungen des Vertrages einschließlich dieser AGB bedürfen der Textform. Dies gilt auch für die Aufhebung dieses Textformerfordernisses.

4. Sollten einzelne Bestimmungen dieser AGB ganz oder teilweise unwirksam oder undurchführbar sein oder werden, bleibt die Wirksamkeit der übrigen Bestimmungen unberührt. An die Stelle der unwirksamen oder undurchführbaren Bestimmung tritt diejenige wirksame Regelung, die dem wirtschaftlichen Zweck der ursprünglichen Bestimmung am nächsten kommt.