

Allgemeine Geschäftsbedingungen der Agentur für Medienvermarktung "AnnTrieb"

§ 1 Gegenstand und Geltungsbereich

1.1. Alle Leistungen und Angebote der Agentur **AnnTrieb – Agentur für Medienvermarktung**, Inhaberin Anne-Kathrin Durmaz, Zum Jagenstein 3, 14478 Potsdam, nachfolgend „Agentur“ genannt, erfolgen ausschließlich aufgrund dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen. Diese sind Bestandteil aller Verträge, die die Agentur mit ihren Vertragspartnern (nachfolgend „Kunden“ genannt) über die von ihr angebotenen Leistungen schließt.

1.2. Geschäftsbedingungen des Kunden oder Dritter gelten nur dann, wenn dies ausdrücklich schriftlich von der Agentur anerkannt wird. Sie finden keine Anwendung, auch wenn die Agentur ihrer Geltung im Einzelfall nicht gesondert widerspricht. Gegenbestätigungen des Kunden unter Hinweis auf seine Geschäftsbedingungen wird hiermit vorsorglich widersprochen. Soweit durch die Agentur auf ein Schreiben Bezug genommen wird, das Geschäftsbedingungen des Kunden oder eines Dritten enthält oder auf solche verweist, liegt darin kein Einverständnis mit der Geltung dieser Geschäftsbedingungen.

1.3. Das Angebot der Agentur richtet sich nicht an Verbraucher im Sinne des § 13 BGB sondern ausschließlich an gewerbliche Kunden, d.h. natürliche oder juristische Personen oder Personengesellschaften, die bei Abschluss eines Rechtsgeschäfts in Ausübung ihrer gewerblichen oder selbstständigen beruflichen Tätigkeit handeln, sowie an juristische Personen des öffentlichen Rechts und öffentlich-rechtliches Sondervermögen.

1.4 Abweichende oder ergänzende Bedingungen sind nur wirksam, wenn sie von der Agentur schriftlich bestätigt werden.

1.5 Sämtliche von der Agentur abgegebenen Aussagen und Erklärungen bedürfen zu ihrer Wirksamkeit der Schriftform. Mündliche Nebenabreden werden nur nach schriftlicher Bestätigung durch die Agentur wirksam.

1.6. Diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen finden auch auf zukünftige Geschäftsbeziehungen mit dem Kunden Anwendung, ohne dass es ihrer erneuten Einbeziehung bedarf.

§ 2 Angebote und Vertragsschluss

2.1. Angebote auf Internetseiten, Prospekten und Preislisten sowie schriftliche Angebote von AnnTrieb sind – auch hinsichtlich ihrer Preisangaben – freibleibend und unverbindlich. An individuell ausgearbeitete Angebote hält sich die Agentur für 30 Kalendertage nach Abgabe des Angebotes gebunden, soweit kein anderer Zeitpunkt im Angebot benannt wurde.

2.2. Annahmeerklärungen und sämtliche Bestellungen bedürfen zur Rechtswirksamkeit der schriftlichen oder fernschriftlichen Bestätigung der Agentur. Gleiches gilt für Ergänzungen, Abänderungen oder Nebenabreden. Ein Angebot der Agentur gilt nur dann als angenommen, wenn die Annahme des Angebotes bzw. Auftrages durch Unterschrift des Kunden schriftlich per Fax oder E-Mail bestätigt wurde.

2.3. Aufträge für Vermarktungs- und Werbeleistungen müssen schriftlich per Fax oder Email erteilt und von der Agentur mit einer Auftragsbestätigung schriftlich bestätigt werden.

2.4. Für Leistungen Dritter übernimmt die Agentur grundsätzlich keinerlei Haftung oder Garantie, es sei denn, dies wird ausschließlich schriftlich zuvor vereinbart.

2.5. Bei den von der Agentur vermittelten Werbeleistungen in Print, Hörfunk, Internet, Fernsehen, Fahrgastinformationssystemen, Informationsanzeigesystemen in Fast-Food-Ketten, Hinweismedien und Plakatwerbung wird ein Branchenausschluss grundsätzlich nicht garantiert. Bei allen Werbeschaltungen - auch bei Terminwerbung - werden Schadenersatzansprüche grundsätzlich ausgeschlossen, auch wenn eine zusätzliche Schaltung zu anderen als den vereinbarten Terminen erfolgt.

2.6. Sämtliche Angebote stehen unter dem Vorbehalt, dass der angebotene Werberaum bzw. die angebotenen Werbezeiten auch tatsächlich verfügbar sind.

2.7. Der Kunde trägt das Risiko der rechtlichen Zulässigkeit der durch die Agentur erarbeiteten und durchgeführten Maßnahmen. Das gilt insbesondere für den Fall, dass die Aktionen und Maßnahmen gegen Vorschriften des Wettbewerbsrechts und des Urheberrechts oder spezielle werberechtliche Vorschriften verstoßen. Die Agentur ist jedoch verpflichtet, auf rechtliche Risiken hinzuweisen, sofern ihr diese bei ihrer Tätigkeit bekannt werden. Der Kunde stellt die Agentur von Ansprüchen Dritter frei, wenn die Agentur auf ausdrücklichen Wunsch des Kunden gehandelt hat, obwohl sie dem Kunden Bedenken im Hinblick auf die Zulässigkeit der Maßnahmen mitgeteilt hat.

2.8. Die Agentur behält sich vor, die Annahme von Aufträgen – ganz oder teilweise - wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Auftraggebers abzulehnen, wenn eine Schaltung der Werbung unzumutbar ist (z.B. politische, weltanschauliche oder religiös extreme, ausländerfeindliche, gegen den guten Geschmack oder die guten Sitten verstoßende Werbung), gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder den Interessen der Personen/Unternehmen, auf dessen Grundbesitz sich der Werbeträger befindet, zuwiderläuft. Hierbei hält sich die Agentur an die Vorgaben aus den jeweiligen Geschäftsbedingungen der einzelnen Kooperationspartner (z.B. ViP Verkehrsbetrieb Potsdam GmbH, media TV, videowerkstatt.net GmbH, Ambient-TV Sales & Services GmbH, Ströer Deutsche Städte Medien GmbH). Bei bereits zustande gekommenen Verträgen steht der Agentur für die vorgenannten Fälle ein Rücktrittsrecht vom Vertrag zu.

Ausschlusskriterien für Werbung an und in Fahrzeugen der ViP

Die Verkehrsbetrieb Potsdam GmbH schließt Werbung für folgende Programminhalte bzw. Werbeaussagen aus:

- politische Inhalte oder Inhalte mit politisch motiviertem Hintergrund (z.B. Partei- und Gewerkschaftswerbung, Volksbegehren, Volksentscheide, Petitionen, Bürgerbewegungen und – Initiativen usw.)
- religiöse, ausländerfeindliche, strafrechtlich relevante Inhalte
- Inhalte, die einer behördlichen Anordnung oder allgemeinen Gesetzen entgegenstehen
- sexuell orientierte Angebote und Inhalte mit sexuellen Anspielungen
- moralisch oder ethisch bedenkliche oder anstößige Inhalte
- gegen den guten Geschmack oder die guten Sitten verstoßende Werbeinhalte

Werbeaussagen, die Informationen oder Werbeinhalte anderer Verkehrsunternehmen beinhalten oder entgegen der Interessen der ViP Verkehrsbetrieb Potsdam GmbH, des Gesellschafters, des Aufgabenträgers sowie der Partnerunternehmen des kommunalen Unternehmensverbundes Stadtwerke Potsdam GmbH stehen, sind nur mit Zustimmung der ViP möglich.

3. Pflichten des Kunden, Mitwirkung

3.1. Werden Marketing-Dienstleistungen vereinbart, so tritt die Agentur im Auftrag des Kunden auf. Hierbei übernimmt der Kunde die Haftung für die zuvor vereinbarten durchzuführenden Marketingmaßnahmen. Der Kunde stellt die Agentur von etwaigen Ansprüchen Dritter ausdrücklich frei.

3.2. Vom Kunden zur Verfügung gestelltes Material wird von der Agentur nur unter Ausschluss etwaiger Haftungsrisiken verwendet. Der Kunde gewährleistet, dass sämtliche von ihm zur Verfügung gestellten Materialien nicht gegen geltendes Recht verstoßen und frei von Rechten Dritter sind. Der Kunde übernimmt durch die abschließende Bestätigung der Dienstleistung (Freigabe zur Veröffentlichung bzw. Online-Stellung) für die auf seinen Wunsch erfolgte Nutzung des Materials die Haftung.

3.3. Der Kunde trägt dafür Sorge, dass alle notwendigen Informationen, Daten, Dateien und sonstiges Material rechtzeitig, vollständig, fehlerfrei und den vertraglichen Vereinbarungen entsprechend angeliefert werden und sich für die vertraglichen Zwecke wie Bildschirm und Printdarstellung im entsprechenden Umfeld und in der gebuchten Art und Größe eignen.

3.4. Der Kunde hat ggf. digital übermittelte Unterlagen und Materialien frei von Viren, Würmern, Trojanern u.ä. oder sonstigen Schadensquellen zu liefern. Bei Feststellung von Schadensquellen in einer übermittelten Datei wird die Agentur von dieser keinen Gebrauch machen und soweit zur Schadenvermeidung erforderlich, löschen, ohne dass dem Kunden insoweit Schadensersatzansprüche zustehen.

§ 4. Vergütung, Verzug, Leistungszurückhaltung

4.1. Die Preise und Produkte für die einzelnen Dienstleistungen der Agentur richten sich nach der in dem Zeitpunkt der Auftragserteilung geltenden Preisliste und dem Produktangebot. Maßgeblich für die Berechnung ist die jeweils gültige Preisliste/Mediadaten der jeweiligen Medien (z.B. ViP Verkehrsbetrieb Potsdam GmbH, media TV, videowerkstatt.net GmbH, Ambient-TV Sales & Services GmbH, Ströer Deutsche Städte Medien GmbH) Es gilt die im Vertrag vereinbarte Vergütung.

4.2. Die Zahlung erfolgt wie im Angebot/Auftrag generiert, direkt an die Agentur.

4.3. Sämtliche Preise werden in Euro berechnet und verstehen sich jeweils rein netto. Hinzuzurechnen ist der jeweils gültige Satz der Mehrwertsteuer.

4.4. Zahlungen sind, wenn nicht anders vertraglich geregelt, innerhalb von 14 Tagen nach Rechnungsstellung ohne jeden Abzug fällig. Anschließend tritt im Falle der Nichtleistung der Verzug des Zahlungspflichtigen mit den gesetzlichen Folgen ein. Das Recht zur Geltendmachung eines darüber hinausgehenden Schadens bleibt von dieser Regelung unberührt. Im Falle des Zahlungsverzugs behält sich die Agentur vor, die eigene vertragliche Leistung, bis zur Beendigung des Verzugs, zurückzuhalten. Kosten, die der Agentur durch die Forderungseintreibung bzw. bei Rücklastschriften entstehen, werden weiter belastet.

4.5. Erstreckt sich die Erarbeitung der vereinbarten Leistungen über einen längeren Zeitraum, so kann die Agentur dem Kunden Abschlagszahlungen über die bereits erbrachten Teilleistungen in Rechnung stellen. Diese Teilleistungen müssen nicht in einer für den Kunden nutzbaren Form vorliegen und können auch als reine Arbeitsgrundlage auf Seiten der Agentur verfügbar sein.

4.6. Eine Aufrechnung oder die Geltendmachung eines Zurückbehaltungsrechts durch den Kunden ist nur mit anerkannten oder rechtskräftig festgestellten Gegenansprüchen zulässig.

4.7. Bei Änderungen oder Abbruch von Aufträgen und Arbeiten durch den Kunden und/oder soweit sich die Voraussetzungen für die Leistungserstellung ändern, verpflichtet sich der Kunde zum Ersatz der dadurch anfallenden Kosten und zur Freistellung der Agentur von jeglichen Verbindlichkeiten gegenüber Dritten.

4.8. Ggf. vereinbarte Nachlässe/Rabatte und Agenturprovisionen sind jeweils nur auf den Einzelvertrag bezogen und entwickeln keine Folgewirkung auf künftige Verträge.

§ 5 Konzeption, Präsentation, Urheber- und Nutzungsrechte

5.1. Mit der Annahme eines entsprechenden Werbevertrages überträgt der Vertragspartner der Agentur die jeweils damit verbundenen Nutzungsrechte an sämtlichen zugelieferten Materialien für die Vertragserfüllung.

5.2. Die im Rahmen des Auftrages erarbeiteten Leistungen sind als persönliche geistige Schöpfungen durch das Urheberrechtsgesetz geschützt. Diese Regelung gilt auch dann als vereinbart, wenn die nach dem Urheberrechtsgesetz erforderliche Schöpfungshöhe nicht erreicht ist.

5.3. Die im Rahmen der Erfüllung des Werbevertrages durch die Agentur bzw. durch Dritte - von der Agentur beauftragte Firmen – entstandenen Urheber-, Nutzungs- und sonstigen Rechte verbleiben grundsätzlich bei der Agentur oder bei den beauftragten Firmen (z.B. Grafikdesign Agenturen).

5.4. Mit der vollständigen Zahlung des vereinbarten Honorars erwirbt der Kunde lediglich für die vertraglich vereinbarte Dauer und im vertraglich vereinbarten Umfang das Nutzungsrecht an den von der Agentur im Rahmen dieses Auftrages gefertigten Arbeiten. Soweit nichts anderes vereinbart ist, wird jeweils nur das einfache Nutzungsrecht übertragen. Diese Übertragung des Nutzungsrechtes gilt, soweit eine Übertragung nach deutschem Recht möglich ist und gilt für die vereinbarte Nutzung im Gebiet der Bundesrepublik Deutschland. Nutzungen die über dieses Gebiet hinausgehen, bedürfen einer schriftlichen Vereinbarung im Rahmen des Auftrages oder einer gesonderten schriftlichen Nebenabrede. Nutzungsrechte an Arbeiten, die bei Beendigung des Vertrages noch nicht bezahlt sind, verbleiben vorbehaltlich abweichender Vereinbarungen bei der Agentur.

5.5. Die Agentur darf die von ihr entwickelten Werbemittel angemessen und branchenüblich signieren und den erteilten Auftrag für Eigenwerbung publizieren. Diese Signierung und werbliche Verwendung kann durch eine entsprechende gesonderte Vereinbarung zwischen Agentur und Kunde ausgeschlossen werden.

5.6. Die Arbeiten der Agentur dürfen vom Kunden oder vom Kunden beauftragter Dritter weder im Original noch bei der Reproduktion geändert werden. Jede Nachahmung, auch die von Teilen des Werkes, ist unzulässig. Bei Zuwiderhandlung steht der Agentur vom Kunden ein zusätzliches Honorar in mindestens der 2,5 fachen Höhe des ursprünglich vereinbarten Honorars zu.

5.7. Die Übertragung eingeräumter Nutzungsrechte an Dritte und/oder Mehrfachnutzungen sind, soweit nicht im Erstauftrag geregelt, honorarpflichtig und bedürfen der Einwilligung der Agentur.

5.8. Über den Umfang der Nutzung steht der Agentur ein Auskunftsanspruch zu.

§ 6 Kündigung

6.1. Kunde und Agentur können den Vertrag jederzeit nur aus wichtigem Grund kündigen. Die Kündigung ist schriftlich zu erklären.

6.2. Wichtige Gründe, die den Kunden zur Kündigung berechtigen, sind u.a. ein Verstoß gegen die Pflichten zur objektiven, unabhängigen und unparteiischen Durchführung des Auftrags.

6.3. Wichtige Gründe, die die Agentur zur Kündigung berechtigen, sind u.a. Verweigerung der notwendigen Mitwirkung des Kunden, Schuldnerverzug oder Vermögensverfall des Kunden.

6.4. Wird der Vertrag aus von der Agentur zu vertretenden wichtigem Grund gekündigt, so steht ihr eine Vergütung für die bis zum Zeitpunkt der Kündigung erbrachte Teilleistung nur insoweit zu, als diese für den Kunden objektiv verwendbar ist.

6.5. In allen anderen Fällen behält die Agentur den Anspruch auf das vertraglich vereinbarte Honorar, jedoch unter Abzug ggf. ersparter Aufwendungen.

§ 7 Gewährleistung und Haftung

7.1. Gewährleistungsansprüche gegenüber der Agentur sind beschränkt auf Nacherfüllung. Schlägt die Nacherfüllung fehl, kann der Kunde nach Maßgabe des § 634 Nr. 3 BGB vom Vertrag zurücktreten oder die Vergütung mindern und nach Maßgabe des § 634 Nr. 4 BGB Schadensersatz oder den Ersatz vergeblicher Aufwendungen verlangen.

7.2. Die Agentur haftet in keinem Fall wegen der in den Werbemaßnahmen enthaltenen Sachaussagen über Produkte und Leistungen des Kunden. Die Agentur haftet auch nicht für die patent-, urheber- und markenrechtliche Schutz- oder Eintragungsfähigkeit der im Rahmen des Auftrages gelieferten Ideen, Anregungen, Vorschläge, Konzeptionen und Entwürfe.

7.3. Die Agentur haftet uneingeschränkt nach Maßgabe der gesetzlichen Bestimmungen für Schäden, die durch vorsätzliches oder grob fahrlässiges Verhalten der Agentur oder ihrer Erfüllungsgehilfen verursacht worden sind. Gleiches gilt für Personenschäden oder Schäden nach dem Produkthaftungsgesetz.

7.4. Im Übrigen ist die Haftung der Agentur für Schadensersatzansprüche – gleich aus welchem Rechtsgrund – nach Maßgabe der folgenden Bestimmungen beschränkt:

Für leicht fahrlässig verursachte Schäden haftet die Agentur nur, soweit sie auf der Verletzung vertragswesentlicher Pflichten (Kardinalpflichten) beruhen. Kardinalpflichten sind solche Vertragspflichten, deren Erfüllung die ordnungsgemäße Durchführung des Vertrages überhaupt erst ermöglichen und auf deren Einhaltung der Kunde vertrauen durfte. Soweit die Agentur hiernach für einfache Fahrlässigkeit haftet, ist die Haftung auf den typischerweise vorhersehbaren Schaden beschränkt.

7.5. Die Agentur haftet nicht für Schäden, die durch Störung ihres Betriebs, insbesondere infolge von höherer Gewalt, Aufruhr, Kriegs- und Naturereignisse oder durch sonstige, von ihr nicht zu vertretende Vorkommnisse (z.B. Streik, Aussperrung, Verkehrsstörung, Verfügungen von hoher Hand im In- oder

Ausland) eintreten.

§ 8 Datenschutz

8.1. Der Kunde erklärt sich einverstanden, dass die Agentur berechtigt ist, seine Bestandsdaten zu verarbeiten und zu nutzen, soweit dies zur Erfüllung des Auftrages erforderlich ist. Mit Auftragserteilung willigt der Kunde ein, den Newsletter der Agentur in unregelmäßigen Abständen kostenlos zu empfangen. Der Kunde hat jederzeit die Möglichkeit, dem Bezug des Newsletters ohne Angabe von Gründen auch schon vor Empfang des ersten Newsletters zu widersprechen. Dies kann nur per E-Mail an info@anntrieb.de oder schriftlich per Post an die Agentur AnnTrieb, Zum Jagenstein 3, 14478 Potsdam erfolgen. Die Agentur wird dem Auftraggeber auf Verlangen jederzeit über den gespeicherten Datenbestand, soweit er ihn betrifft, vollständig und unentgeltlich Auskunft erteilen.

8.2. Der Kunde nimmt davon Kenntnis, dass die Agentur Daten aus dem Vertragsverhältnis nach § 28 Bundesdatenschutzgesetz zum Zwecke der Datenverarbeitung speichert und sich das Recht vorbehält, die Daten, soweit für die Vertragserfüllung erforderlich, Dritten zu übermitteln.

8.3. Die Agentur ist berechtigt, den Namen des Kunden, dessen Marke und Logo sowie Informationen über den Auftrag unter Beachtung der oben genannten Geheimhaltungspflichten zu Referenzzwecken zu verwenden.

§ 9 Handel mit Informationsanzeigesystemen (Digital Signage) in Fast Food Ketten

Für die Schaltung und Ausstrahlung von Werbung, Informationen und sonstigen Inhalten auf digitalen Bildschirmwerbesystemen in Fast Food Restaurants (Digital Signage) gelten folgende Besonderheiten:

9.1. Die Agentur vermarktet als Kooperationspartner von Systembetreibern im eigenen Namen und auf eigene Rechnung digitale Werbeplätze und Standorte. Die buchbaren digitalen Werbeplätze und Standorte sind in dem jeweiligen Auftragsformular aufgelistet.

9.2. Die Werbeverträge bedürfen zu ihrer Wirksamkeit der Zustimmung des zuständigen Systembetreibers. Zu diesem Zweck verpflichtet sich die Agentur vor Abschluss eines Werbevertrages eine entsprechende Buchungsanfrage beim zuständigen Systembetreiber zu stellen. Das Zustandekommen des Werbevertrages steht unter der Bedingung der Zustimmung durch den Systembetreiber.

9.3. Die Durchführung des Werbevertrages umfasst die Schaltung des gelieferten Werbebeitrages des Kunden auf den vertraglich definierten Werbesystemen und Standorten. Für den Betrieb der Werbesysteme sind ausschließlich der Systembetreiber verantwortlich.

9.4. Die Ausstrahlung von Werbemitteln erfolgt unter Vorbehalt der verfügbaren Werbezeiten und -plätze. Ein Anspruch auf eine bestimmte Position des Werbespots in der Sendeschleife besteht nicht.

9.5. Die Agentur ist berechtigt, den vereinbarten Termin zur Schaltung der Werbemittel um eine angemessene Frist zu verschieben, sofern technische Gründe des Systembetreibers eine Verschiebung erforderlich machen. In diesem Fall wird der Kunde unverzüglich über die Verzögerung informiert und ein voraussichtlich neuer Termin für die Werbeausstrahlung benannt. Ferner ist die Agentur und der Systembetreiber berechtigt, von der vereinbarten Ausstrahlung der Werbemittel abzusehen, sofern technische Gründe, höhere Gewalt, Streik, behördliche Anordnungen oder sonstige Umstände der Ausstrahlung entgegenstehen. In den vorgenannten Fällen stehen dem Werbekunden keine Ansprüche gegen die Agentur und den Systembetreiber zu. Unterbleibt die Ausstrahlung aus einem von dem Systembetreiber zu vertretenden Umstand, wird dem Werbekunden eine Ersatzausstrahlung angeboten.

9.6. Die Laufzeit der Werbespotschaltung ist im Werbevertrag/Auftrag schriftlich vereinbart. Der Vertrag endet mit Ablauf der Werbeausstrahlung, ohne dass es einer Kündigung bedarf.

9.7. Die Agentur gewährleistet die vertragsgemäße Durchführung der Werbeausstrahlung. Eine Ausstrahlung mit Ton kann nicht gewährleistet werden. Für den Fall einer im Übrigen mangelhaften Ausstrahlung, die die Agentur bzw. der Systembetreiber zu vertreten hat und die den Wert oder die Tauglichkeit der Werbemaßnahme aufhebt oder nicht unerheblich beeinträchtigt, ist der Kunde berechtigt, eine ersatzweise Ausstrahlung zu verlangen. Offensichtliche Mängel der Werbeausstrahlung sind durch den Werbekunden unverzüglich und schriftlich ausschließlich der Agentur anzuzeigen.

9.8. Die Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Agentur gelten im Übrigen uneingeschränkt.

§ 10 Anwendbares Recht, Gerichtsstand und salvatorische Klausel

10.1. Für alle Vertragsverhältnisse gilt ausschließlich das Recht der Bundesrepublik Deutschland. UN-Kaufrecht ist ausgeschlossen.

10.2. Gerichtsstand für alle sich aus dem Vertragsverhältnis ergebenden Streitigkeiten einschließlich Scheck-, Wechsel- und Urkundenprozesse, ist der Sitz der Agentur, sofern es sich bei dem Kunden um einen Vollkaufmann im Sinne des HGB, eine juristische Person des öffentlichen Rechts oder ein öffentlich-rechtliches Sondervermögen handelt.

10.3. Sollte eine Bestimmung dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen ganz oder teilweise unwirksam sein oder ihre Rechtswirksamkeit zu einem späteren Zeitpunkt verlieren, so wird hierdurch die Gültigkeit der übrigen Bestimmungen nicht berührt. Anstelle der unwirksamen Bestimmung soll im Wege der Vertragsanpassung eine andere angemessene Regelung gelten, die wirtschaftlich dem am Nächsten kommt, was die Vertragsparteien gewollt hätten, wenn ihnen die Unwirksamkeit der Regelung bekannt gewesen wäre.