

Sky Media GmbH

Allgemeine Geschäftsbedingungen für On-The-Ground Sponsoring von Veranstaltungen

Für das Leistungsangebot der Sky Media GmbH gelten für das On-The-Ground Sponsoring von Veranstaltungen die nachfolgenden Bedingungen:

1. Vertragspartner

- 1.1. Sky Deutschland Fernsehen GmbH & Co. KG betreibt als unabhängiges Medienunternehmen eine digitale Abonnenten-, Programm- und Vermarktungsplattform und veranstaltet digitale Fernsehprogramme im deutschsprachigen Europa (Deutschland, Schweiz, Österreich, Liechtenstein, Luxemburg, Südtirol). Hierauf basierend vermarktet Sky Media GmbH die Werbemittel, welche ihr im Zusammenhang mit Veranstaltungen unterschiedlichster Art zur Verfügung stehen.

Vertragspartner ist somit einerseits Sky Media GmbH und andererseits ein werbungtreibender Kunde beziehungsweise eine Agentur („PARTNER“).

- 1.2. Sky Media GmbH bezieht für alle Verträge über die Vermarktung von Werbeflächen im Rahmen von Veranstaltungen die nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen („AGB“) ein. Es gelten ausschließlich die in diesen AGB getroffenen vertraglichen Bestimmungen.

2. Definitionen

Die nachfolgend aufgeführten Begriffe haben im Rahmen dieser AGB die dargestellten Bedeutungen:

- 2.1. **Produktexklusivität:** bedeutet, dass auf der jeweiligen Veranstaltung/Veranstaltungsserie kein zweiter PARTNER für ein identisches Produkt wirbt, für das einem PARTNER bereits ein alleiniges Werberecht gewährt wurde.
- 2.2. **exklusives Werbemittel:** PARTNER ist Inhaber eines exklusiven Werbemittels, wenn das bestimmte Werbemittel auf der jeweiligen Veranstaltung/Veranstaltungsserie ausschließlich für den PARTNER belegt ist; Das bedeutet, es gibt keine anderen PARTNER, die das gleiche Werbemittel auf der jeweiligen Veranstaltung/ Veranstaltungsserie halten.
- 2.3. **nicht exklusives Werbemittel:** es existieren mindestens zwei PARTNER, die das gleiche Werbemittel auf der jeweiligen Veranstaltung/Veranstaltungsserie haben; auf dem Werbemittel wird jedoch nur die Marke/das Logo jeweils eines PARTNERs gezeigt (andernfalls Gemeinschaftswerbemittel).
- 2.4. **Gemeinschaftswerbemittel:** Werbemittel, auf denen mindestens zwei PARTNER von SM oder mindestens ein PARTNER und SM gemeinsam mit ihren Marken/Logos im Rahmen einer Veranstaltung/Veranstaltungsserie aufgeführt werden.
- 2.5. **Interessent:** Kunde oder Agentur, der/die sich für Leistungen von SM interessiert, ohne dass bereits ein Vertrag geschlossen wurde.

- 2.6. PARTNER: Kunde oder Agentur, die von SM Werbemittel für eine (diverse) Veranstaltung(en)/Veranstaltungsserie(n) durch Abschluss eines (diverser) Vertrages (Verträge) (s. unten) erwirbt.
- 2.7. SM: Sky Media GmbH mit Sitz in Unterföhring, Medienallee 26.
- 2.8. Sponsoringbetrag: Entgelt, welches PARTNER gemäß Vertrag/Verträgen insbesondere für die Werbemittel zu leisten hat, die im Rahmen einer Veranstaltung aufgeführt werden.
- 2.9. Veranstaltung: Jede Art von Ereignis, für die SM Werbeflächen an PARTNER vergibt, auf denen PARTNER durch die Präsentation seiner(s) Marke(n)/Logos auf Werbemitteln werbliche Vorteile erlangt.
- 2.10. Veranstaltungsserie: Mindestens zwei Veranstaltungen der gleichen Art.
- 2.11. Vertrag/Verträge: Individuelle Verpflichtung(en) zwischen SM und PARTNER – unter Einbeziehung dieser AGB - über den Erwerb von Werbemitteln durch PARTNER auf einer (diversen) Veranstaltung(en)/ Veranstaltungsserie(n).
- 2.12. Vertragsparteien/-partner/Parteien: PARTNER und SM gemeinsam nach erfolgtem Abschluss eines Vertrages.
- 2.13. Vertragspartei/Partei: PARTNER oder SM einzeln nach erfolgtem Abschluss eines Vertrages.
- 2.14. Werbemittel: Jede im Vertrag vereinbarte werbliche Maßnahme im On-The-Ground Bereich auf der jeweiligen (diversen) Veranstaltung(en)/Veranstaltungsserie(n), unabhängig von der Art und Weise der Präsentation, auf der Marke/Logo von PARTNER dargestellt wird.

3. Einbeziehung

- 3.1. Für die Verträge gelten, soweit nicht schriftlich etwas anderes vereinbart ist, ausschließlich diese AGB. Abweichungen von diesen AGB und mündliche Abreden sind nur wirksam, wenn sie von SM schriftlich bestätigt wurden. Allgemeine Vertrags- oder Geschäftsbedingungen des jeweiligen PARTNERS werden hiermit ausdrücklich ausgeschlossen. Dies gilt auch dann, wenn den Bedingungen des PARTNERS nicht ausdrücklich widersprochen wurde und/oder SM ihre Leistungen widerspruchlos erbringt. Gegenbestätigungen des PARTNERS unter Hinweis auf seine eigenen Geschäftsbedingungen wird hiermit ausdrücklich widersprochen.
- 3.2. Änderungen dieser AGB, die für alle PARTNER gleichermaßen gelten sollen, werden dem PARTNER schriftlich, per E-Mail oder per Telefax bekannt gegeben. Sie gelten als genehmigt, wenn der PARTNER nicht binnen eines Monats nach Bekanntgabe der Änderungen ausdrücklich in Schriftform (§ 126 BGB) Widerspruch erhebt. SM ist verpflichtet, den PARTNER bei Beginn dieser Monatsfrist, d.h. mit Zugang der geänderten AGB, auf diese Genehmigungswirkung des unterlassenen Widerspruchs hinzuweisen.
- 3.3. Soweit in diesen AGB auf Preisgruppen und Preislisten der Werbemittel Bezug genommen wird, sind diese Bestandteil dieser AGB. PARTNER bestätigt, diese Unterlagen vor Zustandekommen des jeweiligen Vertrages ausgehändigt bekommen zu haben.

4. Zustandekommen des Vertrages

- 4.1. Von SM erstellte Vertragsangebote sind freibleibend und unverbindlich und stehen stets unter dem Vorbehalt der Verfügbarkeit der angebotenen Leistungen/Werbemittel. Verträge kommen

ausschließlich mit der schriftlichen Annahme des vom Interessenten akzeptierten Angebotes durch SM oder durch Erbringung der Leistung durch SM zustande.

- 4.2. Unterbreitet ein Interessent ein schriftliches Angebot, so kommt der Auftrag durch schriftliche oder elektronische Annahme durch SM unter Einbeziehung dieser AGB zustande.
- 4.3. Bei Verträgen mit Agenturen ist der Werbung Treibende namentlich genau zu bezeichnen (Name, vollständige Anschrift, sowie im Einzelfall seitens SM gegebenenfalls geforderte Angaben). SM ist berechtigt, von der Agentur einen Mandatsnachweis zu verlangen. Vertragspartner ist auch in diesen Fällen die Agentur. Die Fakturierung erfolgt an die Agentur. Für den Fall, dass die Agentur Vertragspartnerin ist, tritt sie mit Zustandekommen des Vertrages die Zahlungsansprüche gegen ihre Werbung treibenden Kunden aus dem der Forderung zugrundeliegenden Werbevertrag an SM ab. SM nimmt diese Abtretung hiermit an (Sicherungsabtretung). SM ist berechtigt, diese dem Werbung treibenden Kunden der Agentur offen zu legen, wenn ihre Forderung nicht innerhalb von dreißig (30) Tagen nach Fälligkeit beglichen wurde.

5. Zahlungsbedingungen und Rabatte

- 5.1. Die Rechnungsstellung erfolgt nach erbrachter Leistung durch SM an PARTNER. Preise sind Nettopreise und verstehen sich zuzüglich der gesetzlichen Umsatzsteuer. Reklamationen der Rechnung sind – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb von zwei Wochen nach Zugang der Rechnung und Beleg gegenüber von SM/Vertragspartei geltend zu machen. Danach gilt die Rechnung als genehmigt.
- 5.2. Zahlungen sind jeweils ohne Abzug nach Erhalt der Rechnung sofort fällig. Verzug tritt dreißig (30) Tage nach Fälligkeit und Zugang der Rechnung ein. Rabatte und Skonti werden nicht gewährt, es sei denn es ist im Vertrag anderes vereinbart. Bankspesen gehen zu Lasten des PARTNERs. Schecks werden von SM stets nur erfüllungshalber angenommen. SM behält sich vor, Vorauszahlungen zu verlangen.
- 5.3. Sofern PARTNER eine Agentur ist, wird sie, sofern sie dazu gesetzlich oder vertraglich verpflichtet ist, alle empfangenen Rabatte und/oder Skonti den von ihr betreuten Kunden gegenüber offenlegen und bei entsprechender Verpflichtung an diese weiterreichen. Im Übrigen wird PARTNER Dritten gegenüber über alle von SM vertraglich eingeräumten Konditionen und/oder Preise Stillschweigen bewahren. Dies gilt auch nach Beendigung des Vertrages mit SM.
- 5.4. Für alle mit einer Agentur für einen Werbung Treibenden geschlossenen Verträge wird von SM kein „AE“-Rabatt gewährt.
- 5.5. Für den Fall, dass sich eine Vertragspartei nicht zu einer Leistung in Geld, sondern zu einer Sach- oder Naturalleistung verpflichtet (sogenanntes Gegengeschäft oder Bartergeschäft), werden sich die Parteien auf Basis der erbrachten Leistungen ordentliche Rechnungen stellen, um eine perioden- und leistungsgerechte Abrechnung sicherzustellen. Die Parteien werden die gegenseitigen Zahlungsansprüche miteinander verrechnen. Deshalb ist keine Partei verpflichtet, eine Zahlung an die andere Partei zum Ausgleich der Bruttoverpflichtungen zu leisten. Für den Fall etwaig entstehender Differenzen aus dem Vergleich der Bruttoverpflichtungen sind diese jedoch durch Zahlung auszugleichen. Jede Rechnung muss folgenden Hinweis enthalten: „Gegengeschäft mit Verrechnung. Etwaig entstehende Differenzen sind durch Zahlung auszugleichen.“

- 5.6. PARTNER kann nur mit rechtskräftig festgestellten, unbestrittenen und/oder von SM anerkannten Gegenansprüchen aufrechnen. Das gleiche gilt für sein Zurückbehaltungsrecht, sofern sein Gegenanspruch auf dem gleichen Vertragsverhältnis beruht.

6. **Veranstaltung**

Den Vertragsparteien ist bewusst, dass es sich bei der jeweiligen Veranstaltung/Veranstaltungsserie um ein Live-Event handelt, bei dem gegebenenfalls abweichend von der Planung auf Vor-Ort-Gegebenheiten flexibel eingegangen werden muss.

7. **Werbemittel**

- 7.1. SM wird sämtliche Werbemittel auf Kosten von PARTNER (bei Gemeinschaftswerbemitteln anteilig) produzieren bzw. produzieren lassen. Die für die Produktion zu verwendenden Motive, Marken und Logos werden von PARTNER rechtzeitig im Vorfeld der jeweiligen Veranstaltung/Veranstaltungsserie an SM übermittelt. Eine Integration Dritter in das jeweilige Werbemittel ist nur nach Absprache und mit Zustimmung von SM zulässig.
- 7.2. Sämtliche Werbemittel werden vor der Produktion durch SM PARTNER zur Einwilligung vorgelegt und anschließend von PARTNER schriftlich freigegeben. PARTNER darf die Freigabe nicht aus unverhältnismäßigen Gründen verweigern.
- 7.3. Für den Fall, dass PARTNER selber Werbemittel produziert bzw. produzieren lässt (dies ist bei Gemeinschaftswerbemitteln nicht möglich), geschieht dies auf seine Kosten. Er hat die Werbemittel entsprechend den gesetzlichen und technischen Bestimmungen zu produzieren bzw. produzieren zu lassen. Die für die Herstellung der Werbemittel erforderlichen Genehmigungen und Rechte werden von PARTNER auf seine Kosten beschafft. Eine Integration Dritter in das jeweilige Werbemittel ist nur nach Absprache und mit Zustimmung von SM zulässig.
- 7.4. Sämtliche Werbemittel werden vor der Produktion durch PARTNER SM zur Einwilligung vorgelegt und anschließend von SM in Textform freigegeben.
- 7.5. Die Kosten für den Transport sämtlicher Werbemittel zu der jeweiligen Veranstaltung/Veranstaltungsserie werden von PARTNER getragen. Diese werden gesondert in Rechnung gestellt.
- 7.6. Die im Zusammenhang mit der Werbemittelproduktion zu verwendenden Materialien haben den gängigen Sicherheitsvorschriften für die jeweilige Art der Veranstaltung/Veranstaltungsserie zu entsprechen (z.B. Brandschutz, Verkehrssicherheit etc.). Die Materialien werden mindestens die Baustoffklasse B 1 - schwerentflammbare Baustoffe (DIN 4102 Teil 1) erfüllen. Es sind entsprechende Zertifikate der Hersteller einzuholen. Die Materialien werden so konzipiert, gestaltet und verpackt sein, dass diese einen - der Veranstaltungsart entsprechend – ggfs. mehrfachen Einsatz mit mehrfachem Auf- und Abbau sowie Zwischenlagerung unbeschadet überstehen können.
- 7.7. Sofort nach Auslaufen oder der sonstigen Beendigung des zwischen SM und PARTNER bestehenden Vertrages, hat PARTNER alle Werbemittel, die für oder in Verbindung mit diesem Vertrag hergestellt worden sind, nach Wahl von SM entweder an SM herauszugeben oder dauerhaft zu vernichten und die Vernichtung nachzuweisen.

- 7.8. Alle Rechte/Werbemittel, die PARTNER nicht oder nicht exklusiv durch diesen Vertrag eingeräumt werden, kann/können SM und/oder Dritte selbst nutzen und/oder Dritten zur Nutzung einräumen. Hierzu gehören insbesondere die Rechte/Werbemittel an Rechtepaketen, die PARTNER nicht erworben hat sowie die Namensrechte an der jeweiligen Veranstaltung/ Veranstaltungsserie.
- 7.9. Sofern und soweit die Parteien Produktexklusivität im Vertrag vereinbart haben, sind hiervon ausgenommen die Geschäftspartner, mit denen SM eventuell im Back-Office der jeweiligen Veranstaltung/ Veranstaltungsserie zusammen arbeitet, sofern und soweit diesen keinerlei werbliche Gestaltung zugestanden wird.

8. Rechteinhaber

- 8.1. PARTNER garantiert SM, Inhaber aller erforderlichen Rechte, zum Beispiel relevanter Marken-, Urheber- und Persönlichkeitsrechte, für die auf den Werbemitteln dargestellten Motive, Marken und Logos zu sein und über diese im Sinne des jeweiligen Vertrages und dieser AGB verfügen zu können. Überdies garantiert PARTNER SM, dass sämtliche erforderlichen Rechte im vorgenannten Zusammenhang wirksam an SM zum Zwecke der Erfüllung ihrer Verpflichtungen aus dem jeweiligen Vertrag und dieser AGB übertragen werden.
- 8.2. PARTNER räumt SM in Bezug auf sämtliche vertragsgegenständliche Werbemittel das Recht ein, diese auch in redaktioneller Hinsicht zur Ankündigung, Bewerbung, Berichterstattung und Nachbereitung/-berichterstattung der jeweiligen Veranstaltung/Veranstaltungsserie, auch in digitalen Medien, verwenden zu dürfen, zum Beispiel auf der jeweiligen Homepage der Veranstaltung/Veranstaltungsserie.
- 8.3. PARTNER ist nicht berechtigt, ohne vorhergehende schriftliche Einwilligung, Slogans und/oder Marken/Logos, die im Zusammenhang mit der jeweiligen Veranstaltung/Veranstaltungsserie verwendet werden, in irgendeiner Hinsicht zu benutzen.
- 8.4. PARTNER stellt SM im Zusammenhang mit den in dieser Ziffer 6. genannten Garantien, Verpflichtungen und Haftungen von jeglichen Ansprüchen Dritter auf erstes Anfordern (einschließlich Gerichts- und Rechtsanwaltskosten) frei.

9. Wohlverhalten

- 9.1. Die Parteien verpflichten sich zu gegenseitigem Respekt, Wohlverhalten und Loyalität.
- 9.2. SM und PARTNER sind gehalten, auf jeweils schutzwürdige Interessen des anderen, insbesondere auf dessen Ruf und Ansehen Rücksicht zu nehmen und sich insbesondere nicht öffentlich negativ über die jeweiligen Leistungen des anderen zu äußern. Die genannten Verpflichtungen gelten auch nach Beendigung dieses Vertrages fort.

10. Compliance

- 10.1. Die Vertragsparteien sind verpflichtet, keine Handlungen zu begehen oder Handlungen zu unterlassen, die zu einer Strafbarkeit wegen Betrug oder Untreue, Insolvenzstraftaten, Straftaten gegen den Wettbewerb, Vorteilsgewährung, Vorteilsannahme, Bestechung, Bestechlichkeit oder vergleichbarer Delikte von bei der Vertragspartei beschäftigten Personen oder sons-

tigen Dritten führen können. Bei einem Verstoß hiergegen steht der jeweils anderen Vertragspartei ein fristloses Rücktritts- bzw. Kündigungsrecht aller mit der jeweils anderen Vertragspartei bestehenden Rechtsgeschäfte und der Abbruch sämtlicher Verhandlungen zu.

- 10.2. Unbeschadet des Vorgenannten, sind die Vertragsparteien jeweils verpflichtet, alle sie und die Geschäftsbeziehung mit der jeweils anderen Vertragspartei betreffenden Gesetze und Regelungen einzuhalten.

11. Haftung

- 11.1. SM haftet nicht für zeitliche Verschiebungen und/oder Verzögerungen der jeweiligen Veranstaltung/Veranstaltungsserie, sowie für Ausfälle der jeweiligen Veranstaltung/Veranstaltungsserie.
- 11.2. SM haftet bei der jeweiligen Veranstaltung/Veranstaltungsserie, bei denen Wettbewerbe sportlicher Art durchgeführt werden, nicht für die Einhaltung der konkreten Spielansetzungen gemäß Spielplan, insbesondere nicht für Spielplanverschiebungen, Spielverzögerungen, Spielabsagen, Spielabbrüche, Spielverlegungen, Spielausfälle, Zuschauerausschluss, Ausscheiden eines oder mehrerer Clubs/Teams aus einem Wettbewerb und sonstige spielbetriebsimmanente Abweichungen vom (Regel-) Spielplan.
- 11.3. Im Übrigen haftet SM nur bei schuldhafter Verletzung von wesentlichen Vertragspflichten (Kardinalpflichten). Im Falle der leicht fahrlässigen Verletzung einer wesentlichen vertraglichen Hauptpflicht ist die Haftung auf den typischerweise vorhersehbaren Schaden beschränkt, mit dessen Eintritt die Vertragsparteien bei Vertragsschluss aufgrund der ihr zu diesem Zeitpunkt bekannten Umstände rechnen mussten. Der Höhe nach ist die Haftung dann jedoch auf den Betrag von 15.000 EURO beschränkt. SM haftet nicht für mangelnden wirtschaftlichen Erfolg, entgangenen Gewinn, mittelbare Schäden, Mangelfolgeschäden und Ansprüche Dritter.
- 11.4. SM haftet unbegrenzt für Schäden an Leben, Körper und Gesundheit sowie nach dem Produkthaftungsgesetz. Dies gilt auch wenn ein Schaden durch SM, deren gesetzliche Vertreter oder deren Erfüllungsgehilfen grob fahrlässig oder vorsätzlich verursacht wurde.
- 11.5. Für höhere Gewalt wird keine Haftung übernommen.
- 11.6. Sollte sich die jeweilige Veranstaltung/Veranstaltungsserie (einschließlich eines eventuellen Nachholtermins) aus Gründen von höherer Gewalt als gänzlich undurchführbar erweisen, so hat PARTNER Anspruch auf anteilige Rückerstattung des Budgets für die jeweilige Veranstaltung/Veranstaltungsserie nach Abzug der angefallenen Kosten von SM und möglicher Einsparungen von PARTNER. Weitere Ansprüche von PARTNER gegen SM bestehen nicht.
- 11.7. Handelt es sich bei PARTNER um eine Person, die Glücksspiele anbietet, gilt Folgendes:
- 11.7.1. Im Falle rechtlicher Beanstandungen durch Dritte ist jede Partei jederzeit berechtigt, unverzüglich die vertragsgegenständlichen Werbemittel von der jeweiligen Veranstaltung/Veranstaltungsserie abzuziehen und somit das Sponsoring einzustellen. Eine (verhältnismäßige) Vergütung ist nur bei (teilweise) erbrachter Leistung geschuldet.
- 11.7.2. PARTNER garantiert, dass das vertragsgegenständlich beworbene Glücksspiel ausschließlich in Übereinstimmung mit den in Deutschland anwendbaren gesetzlichen Regelungen unter Berücksichtigung des vorrangig anwendbaren Europarechts erfolgt und alle für den Betrieb des Glücksspiels erforderlichen Lizenzen, insbesondere auch am jeweiligen Sitz des PARTNERS, vorliegen.

- 11.7.3. Sollten auf Grund eines Verstoßes gegen die in vorstehender Ziffer 11.7.2. geregelte Garantie Dritte (einschließlich staatlicher Behörden) Ansprüche gegen SM geltend machen, so wird PARTNER SM unverzüglich von allen derartigen Ansprüchen einschließlich der Kosten der Rechtsverteidigung sowie gegebenenfalls anfallender Zinsen freistellen. SM verpflichtet sich, falls möglich und zumutbar, gegen behördliche oder gerichtliche Entscheidungen nach Abstimmung mit PARTNER Rechtsmittel einzulegen. PARTNER verpflichtet sich, SM nach besten Kräften bei diesen Verfahren zu unterstützen. SM verpflichtet sich, PARTNER unverzüglich von der Einleitung des jeweiligen Verfahrens in Kenntnis zu setzen.
- 11.7.4. Die Parteien können den Vertrag aus wichtigem Grund und ohne vorherige Abmahnung mit sofortiger Wirkung in dem Fall in Schriftform kündigen, wenn (i) gegen SM und/oder PARTNER durch eine Behörde oder einen sonstigen Dritten Ansprüche wegen Verstoßes gegen anwendbare glücksspielrechtliche Regelungen im Zusammenhang mit dem Sponsoring geltend gemacht werden oder (ii) die einschlägige Rechtslage sich derart ändert, dass nach Einschätzung einer Partei das vertragsgegenständliche Sponsoring nicht mehr weitergeführt werden kann.

12. Gewährleistung

SM und PARTNER legen in dem Vertrag die Eigenschaften der durch SM zu erbringenden Leistungen fest. Leistungsangaben stellen keine Garantie für das Vorliegen oder Fehlen bestimmter Eigenschaften dar. Die Verjährung für die Haftung für Sach- und Rechtsmängel beträgt ein Jahr.

13. Vorzeitige Vertragsbeendigung

- 13.1. Bei Vorliegen eines wichtigen Grundes haben beide Vertragsparteien das Recht zur außerordentlichen fristlosen Kündigung des Vertrages. Wichtige Gründe sind insbesondere die Zahlungseinstellung einer Partei im Sinne der Insolvenzordnung oder eine Rechtsnachfolge oder die Änderung der gesellschaftlichen Mehrheitsverhältnisse (change of control) auf Seiten eines Vertragspartners.
- 13.2. Für den Fall einer außerordentlichen fristlosen Kündigung seitens PARTNER vor Durchführung der jeweiligen Veranstaltung/Veranstaltungsserie ist SM, soweit möglich, zur Rückgewähr der erhaltenen Leistungen verpflichtet. Für den Fall einer außerordentlichen fristlosen Kündigung seitens SM ist PARTNER, soweit möglich, zur vollständigen Leistung aller ausstehenden Zahlungen sowie weiterhin zur Erbringung aller vereinbarten Sachleistungen verpflichtet. Weitere Ansprüche bleiben jeweils unberührt.

14. Schlussbestimmungen

- 14.1. Für die Koordination aller Aktivitäten benennen beide Vertragspartner jeweils einen zentralen Ansprechpartner. Dieser ergibt sich aus dem jeweiligen Vertrag.
- 14.2. Beide Parteien verpflichten sich gegenseitig, auch über die Dauer des Vertragsverhältnisses hinaus, die ihr im Zusammenhang vor und mit der Durchführung dieses Vertrages bekannt gewordenen Tatsachen und Informationen nicht an Dritte weiterzugeben oder ihnen zugänglich zu machen, soweit dieses nicht zwingend im Rahmen der Einschaltung von Dritten zur Vertragserfüllung erforderlich ist. In diesem Fall hat die jeweilige Partei den Dritten eine entsprechende Geheimhaltungsverpflichtung aufzuerlegen. Die Parteien verpflichten ihre Be-

schäftigten, die mit der Durchführung dieses Vertrages betraut sind, auch für die Zeit nach deren Ausscheiden, im Rahmen des gesetzlich Zulässigen, zu einer entsprechenden Geheimhaltung.

- 14.3. Mündliche Nebenabreden bestehen nicht. Änderungen und Ergänzungen des jeweiligen Vertrages und/oder dieser AGB müssen in Schriftform (§126 BGB) erfolgen. Dies gilt auch für den Verzicht auf das Schriftformerfordernis oder Änderungen des Schriftformerfordernisses.
- 14.4. Sind oder werden einzelne Bestimmungen dieser AGB und/oder des jeweiligen Vertrages unwirksam oder undurchführbar, so bleibt die Gültigkeit dieser AGB und/oder des jeweiligen Vertrages im Übrigen unberührt. Ungültige oder undurchführbare Bestimmungen sind einvernehmlich durch solche zu ersetzen, die unter Berücksichtigung der Interessenlage geeignet sind, den ursprünglich gewünschten wirtschaftlichen Zweck zu erreichen.
- 14.5. Weitere AGB der Vertragsparteien - mit Ausnahme dieser AGB - finden keine Anwendung, auch ohne ausdrücklichen Widerspruch, es sei denn, dass in dem Vertrag hierauf ausdrücklich Bezug genommen wurde. Sämtliche Vorschriften, die Gegenstand der AGB sind und die den Regelungen dieses Vertrages widersprechen, finden keine Anwendung und sind unwirksam, ohne dass es einer gesonderten Erklärung, eines ausdrücklichen Widerspruches oder einer weiteren Vereinbarung bedarf.
- 14.6. Rechte und Pflichten aus dem jeweiligen Vertrag und dieser AGB können nur mit vorheriger Zustimmung des jeweils anderen und in Schriftform auf Dritte übertragen oder zur Ausübung überlassen werden. Vorgenanntes gilt nicht, sofern SM sich zur Erfüllung ihrer Verbindlichkeiten Erfüllungsgehilfen bedient.
- 14.7. Die Vertragspartner sind bestrebt, sich über etwaige Meinungsverschiedenheiten freundschaftlich zu einigen. Für Fälle, in denen eine solche Einigung nicht erzielt werden kann, wird die ausschließliche Zuständigkeit der für München zuständigen Gerichte vereinbart.
- 14.8. Das Recht der Bundesrepublik Deutschland findet Anwendung unter Ausschluss der Vorschriften über das UN-Kaufrecht.