

Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB) Publicitas Radiotele AG

Gültig ab 1. Mai 2010

1. Vertragsgegenstand
2. Preise
3. Nutzungsrechte, Haftung, Zurückweisung
4. Vertragsabschluss
5. Auftragsbearbeitung, Vertragsabwicklung
6. Mengenrabatte und Preisnachlässe
7. Rechnungsstellung, Zahlungsbedingungen
8. Rücktrittsrecht, Vertragsauflösung
9. Sendeunterlagen und Sendematerial
10. Programmänderungen, Mängel
11. Haftung seitens Radiotele
12. Schlussbestimmungen: anwendbares Recht, Gerichtsstand, Änderungen

1. Vertragsgegenstand

1.1. Die Publicitas Radiotele AG, nachfolgend Radiotele genannt, ist als Vermittlungs- und Vermarktungseinheit für Radio in der Schweiz tätig. Als Fullservice Provider für Planung und Abwicklung von Werbeaufträgen richtet Radiotele ihre Dienstleistungen spezifisch auf die Bedürfnisse von national und überregional werbenden Unternehmen sowie deren Werbe- und Mediaagenturen aus.

1.2. Radiotele schliesst in eigenem Namen und auf eigene Rechnung Werbeaufträge mit werbetreibenden Vertragspartnern (nachfolgend «Werbeauftraggeber» genannt) oder mit den von ihnen beauftragten Werbe- oder Mediaagenturen (nachfolgend «Agentur» genannt) zur Ausstrahlung von Werbung/Werbezeit (z.B. klassische Radiospots, Sonderwerbeformen und Sponsoring, nachfolgend zusammenfassend «Radiospot» genannt) ab. Die Ausstrahlung der Radiospots erfolgt durch den jeweiligen Radiosender.

1.3. Die Leistungen von Radiotele richten sich ausschliesslich nach den nachstehenden AGB oder allfälligen individuellen, schriftlichen Kundenvereinbarungen mit Radiotele. Die Anwendung allgemeiner Geschäftsbedingungen des Werbeauftraggebers und der Agentur ist ausdrücklich ausgeschlossen, selbst wenn diese ausschliessliche Geltung beanspruchen sollten.

1.4. Die vorliegenden AGB gelten für alle zukünftigen Buchungen zwischen dem Werbeauftraggeber oder der von ihm beauftragten Agentur und Radiotele, auch wenn eine Offerte oder Bestätigung diese nicht ausdrücklich mit einbezieht.

1.5. Radiotele nimmt Aufträge von Agenturen nur für namentlich bezeichnete Werbeauftraggeber an. Ein von einer Agentur vertretener Werbeauftraggeber kann sich gegenüber Radiotele nur durch Zahlung an Radiotele von seiner Zahlungsverpflichtung befreien.

2. Preise

2.1. Massgebend für die geltenden Preise der Radiospots auf den jeweiligen Radiosendern sind die aktuellen Preislisten. Der Grundpreis ist die Vergütung für die Ausstrahlung des Radiospots inkl. allfälliger Zuschläge für Sonderplatzierungen gemäss aktuellem Angebot und indexiert auf die jeweilige Sekundenlänge des Radiospots. Er enthält

keine Steuern, sonstige Abgaben, Produktionskosten oder sonstige Kosten. Diese werden, soweit sie anfallen, gesondert berechnet und gehen in jedem Fall zu Lasten des Werbeauftraggebers.

2.2. Eine Werbung für mehr als einen Werbeauftraggeber oder mehrere Erzeugnisse bzw. Leistungen (Verbundwerbung) bedarf in jedem Fall der schriftlichen Einwilligung durch Radiotele. Radiotele ist zur Erhebung eines Verbundzuschlags berechtigt.

2.3. Die Preise können jederzeit angepasst werden. Preisänderungen bei laufenden bzw. offenen Werbeaufträgen werden rechtzeitig (schriftlich oder elektronisch) mitgeteilt. Im Fall einer Preiserhöhung bei laufenden bzw. offenen Werbeaufträgen steht dem Werbeauftraggeber und der Agentur ein Rücktrittsrecht zu. Die Preiserhöhung gilt als anerkannt, sofern der Werbeauftraggeber oder die Agentur nicht innerhalb von 48 Stunden seit Zugang der Mitteilung dieser schriftlich widerspricht. Das Schweigen gilt als Annahme. Ohne gegenteilige Mitteilung des Werbeauftraggebers oder der Agentur wird Radiotele die betroffenen Radiospots zum vereinbarten Zeitpunkt zu den neuen Konditionen ausstrahlen und in Rechnung stellen.

3. Nutzungsrechte, Haftung, Zurückweisung

3.1. Mit der schriftlichen (per Brief oder Fax) oder elektronischen (per E-Mail) Auftragserteilung bestätigt der Werbeauftraggeber oder die Agentur, dass sämtliche zur Ausstrahlung im Radio erforderlichen Rechte (z.B. Urheber- und Leistungsschutzrechte) an den Radiotele überlassenen Sendeunterlagen (Tonträger) eingeholt und allfällige Entschädigungen bezahlt wurden. Der Werbeauftraggeber oder die Agentur sichert zu, dass diese Rechte auf Radiotele bzw. den ausstrahlenden Radiosender übertragen werden können.

3.2. Für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit des Radiospots ist allein der Werbeauftraggeber verantwortlich. Radiotele kann hierfür generell nicht haftbar gemacht werden.

3.3. Der Werbeauftraggeber ist verantwortlich dafür, dass der Radiospot sämtliche anwendbaren gesetzlichen Bestimmungen, Verordnungen und Richtlinien einhält und Branchengrundsätze berücksichtigt. Insbesondere darf der Radiospot nicht gegen wettbewerbsrechtliche Bestimmungen, gegen das RTVG/RTVV, Lotteriegesetz und Strafgesetzbuch, den Persönlichkeitsschutz und die Preisbekanntgabeverordnung verstossen.

3.4. Der Werbeauftraggeber stellt Radiotele sowie den Radiosender und dessen Organe und Hilfspersonen von sämtlichen Ansprüchen Dritter frei. Sollten Radiotele bzw. der Radiosender wegen der Sendung eines Radiospots, insbesondere wegen des Inhalts, von Dritten aus urheber-, wettbewerbsrechtlichen oder sonstigen Gründen in Anspruch genommen werden, so stellt der Werbeauftraggeber Radiotele bzw. den Radiosender von sämtlichen daraus entstehenden Ansprüchen (z.B. Anwalts- und Gerichtskosten) auf erste Aufforderung hin durch Zahlung von Geld frei und ersetzt darüber hinaus Radiotele bzw. dem Radiosender einen etwaigen entstehenden direkten oder indirekten Schaden. Der Radiosender hat das Recht, seinen Anspruch gegen den Werbeauftraggeber selbstständig geltend zu machen.

3.5. Kann der gebuchte Radiospot nicht ausgestrahlt werden, weil der Werbeauftraggeber oder die Agentur seinen oder ihren Pflichten nicht oder nur unvollständig nachgekommen ist, bleibt er zur vollumfänglichen Zahlung des vereinbarten Auftragsvolumens verpflichtet.

3.6. Radiotele ist nicht verpflichtet, Radiospots vor Annahme des Auftrags aus technischer Sicht anzusehen oder rechtlich zu überprüfen. Radiotele und die von ihr vertretenden Radiosender behalten sich auch bei rechtsverbindlich angenommenen Werbeaufträgen vor, Radiospots aus rechtlichen, ethischen, politischen oder ähnlichen Gründen zurückzuweisen. Radiotele ist im Übrigen dazu berechtigt, Radiospots wegen deren Herkunft, Inhalt, Form, technischer Qualität oder aus organisatorischen Gründen zurückzuweisen. Die Zurückweisung eines Radiospots ist dem Werbeauftraggeber oder der Agentur durch Radiotele jeweils unverzüglich und schriftlich oder elektronisch mitzuteilen.

3.7. Droht dem Werbeprogramm eine Überhäufung von Radiospots in ein und derselben Waren- oder Leistungsgruppe, so behält sich die Radiotele die Zurückweisung oder Verlagerung der Termindispositionen im Interesse der Werbewirksamkeit vor. Ebenso kann bei häufiger Wiederholung der gleichen Texte oder Sprecher innerhalb kurzer Zeit die Ausstrahlung zurückgewiesen werden. Formulierungen, die den Radiospot mit dem Sender zu identifizieren versuchen oder eine Gestaltung, die den Eindruck erwecken soll, als identifiziere sich der Sender mit der Werbeausstrahlung, sind nicht gestattet.

3.8. Erfolgt die Zurückweisung aus Gründen gemäss Ziffer 3.7. und 3.8., stellt Radiotele dem Werbeauftraggeber die Radiotele entstandenen Umtriebe, höchstens aber 80% des vertraglich vereinbarten Auftragsvolumens, in Rechnung. Erfolgt die Zurückweisung aus Rücksicht auf das Ansehen von Radiotele und/oder des von ihr vertretenen Radiosenders, werden dem Werbeauftraggeber keinerlei Kosten in Rechnung gestellt. Der Werbeauftraggeber und/oder die Agentur hat im Falle der Zurückweisung die Möglichkeit, unverzüglich und rechtzeitig einen neuen bzw. abgeänderten Radiospot zur Ausstrahlung zur Verfügung zu stellen, auf den die Ablehnungsgründe nicht zutreffen. Weitere Ansprüche des Werbeauftraggeber und/oder der Agentur werden hiermit ausdrücklich ausgeschlossen.

4. Vertragsabschluss

4.1. Ein Vertrag im Sinne dieser AGB ist der Vertrag zwischen Radiotele und einem Werbeauftraggeber oder einer von ihm beauftragten Agentur über die Ausstrahlung von Radiospots. Der Vertrag kommt zustande mit dem Eingang der vom Werbeauftraggeber oder der Agentur schriftlich oder elektronisch bestätigten Buchung von Radiospots bei Radiotele. Jeder Auftrag bedarf zu seiner Wirksamkeit der schriftlichen oder elektronischen Bestätigung durch Radiotele. Mündliche oder telefonische Bestätigungen können eine schriftliche Bestätigung nicht wirksam ersetzen. Die Ausstrahlung des Radiospots ersetzt in allen Fällen die schriftliche oder elektronische Bestätigung des Werbeauftrags.

4.2. Jeder Auftrag muss den Werbeauftraggeber und den Inhalt des Radiospots genau bezeichnen. Dies gilt auch für Aufträge, die durch eine Agentur erteilt werden. Radiotele ist berechtigt, von der Agentur eine Handlungsvollmacht des Werbeauftraggebers zu verlangen.

4.3. Aufträge werden innerhalb eines Jahres abgewickelt, wobei als Vertragsjahr 12 Monate ab erster Ausstrahlung gilt. Angebrochene Monate gelten als ganze Monate. Aufträge werden grundsätzlich nach der Reihenfolge ihres Eingangs bei Radiotele disponiert, wobei Festaufträge bei der Disposition der Radiospots den Vorrang haben. Die Angebote von Radiotele stehen unter dem Vorbehalt der Verfügbarkeit der angebotenen Werbezeiten und unter Vorbehalt kurzfristiger Programmänderungen (siehe hierzu auch Ziffer 10.). Ferner übernimmt Radiotele keine Gewähr dafür, dass neben den im

Programmschema ausgewiesenen Werbeblöcken keine weiteren Werbeblöcke angeboten und ausgestrahlt werden.

5. Auftragsbearbeitung, Vertragsabwicklung

5.1. Die Radiospots werden von Radiotele gemäss Buchung/Anweisung des Werbeauftraggebers oder der Agentur im Offertenstatus platziert. Radiotele ist an ihre Offerte gegenüber dem Werbeauftraggeber oder der Agentur während sieben Arbeitstagen oder im Fall einer anderweitigen schriftlichen oder elektronischen Vereinbarung längerfristig gebunden.

5.2. Ein Anspruch auf eine bestimmte Platzierung des Radiospots innerhalb eines Werbeblocks besteht nicht. Erst- und Letztplatzierungen können gegen Aufschlag gebucht werden.

5.3. Radiotele kann dem Werbeauftraggeber oder der Agentur grundsätzlich keinen Konkurrenzausschluss garantieren. Der Ausschluss von Mitbewerbern kann nur für die gleiche Gruppe innerhalb des gleichen Werbeblocks vereinbart werden.

5.4. Radiotele behält sich vor, Mehrfachbelegungen sowie aufeinander Bezug nehmende Radiospots innerhalb eines Werbeblocks oder mehrerer Werbeblöcke nach freiem Ermessen anzahlmässig einzuschränken oder abzulehnen.

5.5. Verbindliche Buchungen können bis 10 Arbeitstage vor Ausstrahlungsdatum geändert werden. Die Änderungswünsche sind eindeutig ausformuliert und entweder schriftlich oder elektronisch Radiotele zuzustellen. Das vereinbarte finanzielle Buchungsvolumen muss jedoch zwingend aufrecht erhalten bleiben und der Ausstrahlungstermin darf maximal 3 Monate vom ursprünglich geplanten Termin abweichen. Bei weitergehenden Änderungen kommen die Regelungen gemäss Ziffer 8 zur Anwendung.

5.6. Sämtliche Herstellungskosten der Radiospots gehen zu Lasten des Auftraggebers.

6. Mengenrabatte und Preisnachlässe

6.1. Mengenrabatte beziehen sich ausschliesslich auf den Brutto-Umsatz des jeweiligen Radiosenders.

6.2. Gemäss Preisunterlagen der jeweiligen Radiosender (jeweils gültiger Stand) werden auf die Listenpreise Nachlässe in Form von Mengenrabatten gewährt. Diese Nachlässe werden basierend auf den senderbezogenen Buchungsetats für ein Kalenderjahr und anhand der aktuellen Rabattstaffel berechnet.

6.3. Feste Jahresabschlussrabatte und Konzernrabatte bedürfen in jedem Fall der ausdrücklichen schriftlichen Bestätigung bei Vertragsabschluss. Wenn für konzernangehörige Firmen (massgebend Konzernstatus per 1. Januar des Kalenderjahres) die gemeinsame Rabattierung beansprucht wird, ist die schriftliche, von der Konzernmutter rechtsgültig unterzeichnete Bestätigung einer Konzernbeteiligung von mindestens 50% erforderlich.

6.4. Der Rabatt wird in Rücksprache mit dem Werbeauftraggeber oder der Agentur bei jeder Kampagne und bei jeder Rechnungsstellung berücksichtigt. Die endgültige Ab-

rechnung (inkl. allfällige Rabattnachbelastungen) erfolgt spätestens bei Beendigung des Vertragsjahres rückwirkend entsprechend der tatsächlich abgenommenen Sekunden.

6.5. Radiotele kann Agenturen, sofern diese ihre Vertragspartner beraten oder entsprechende Dienstleistungen nachweisen können, eine Beraterkommission in der Höhe von 10% des Auftragswertes (nach allfälligen Abzügen, wie z.B. Rabatten, aber vor MwSt) gewähren.

6.6. Die Agenturen sichern Radiotele zu, alle Arten von Rabatten rechtmässig zu verwenden. Die Agenturen sichern insbesondere zu, dass sie ihre Kunden vollständig und transparent über die Rabatte informiert haben und dass sie die Rabatte ihren Kunden vollständig weitervergüten, soweit der jeweilige Kunde nicht explizit darauf verzichtet hat.

7. Rechnungsstellung, Zahlungsbedingungen

7.1. Die gebuchten Werbesekunden werden zu den vereinbarten Preisen in Schweizer Franken zuzüglich Mehrwertsteuer (MwSt) fakturiert.

7.2. Die Rechnungsstellung erfolgt am Ende des Ausstrahlungsmonats für die im Ausstrahlungsmonat ausgestrahlten Radiospots. Die Rechnungen sind jeweils ohne Abzüge spätestens 30 Tage nach Rechnungsstellung zur Zahlung fällig.

7.3. Nach Ablauf der Zahlungsfrist fällt der Werbeauftraggeber umgehend und ohne weitere Mahnung in Zahlungsverzug. Der Verzugszins beträgt 5% pro Jahr. Radiotele hat das Recht, Mahngebühren im Umfang von Fr. 30 je Mahnung sowie Ersatz des weiteren Schadens in Rechnung zu stellen. Ebenso ist Radiotele bei Zahlungsverzug berechtigt, die weitere Ausstrahlung zu unterlassen. Der Zahlungsanspruch für die unterlassenen Ausstrahlungen bleibt bestehen. Ein Zurückweisungsrecht besteht auch in allen Fällen einer wesentlichen Verschlechterung der wirtschaftlichen Verhältnisse des Werbeauftraggebers.

7.4. In besonderen Fällen behält sich Radiotele vor, die gebuchte Werbesendezeit monatlich im Voraus in Rechnung zu stellen. Diese Vorausrechnung ist spätestens eine Woche vor der ersten Ausstrahlung zu begleichen. Bei Nichteinhaltung dieser Zahlungsfrist ist Radiotele berechtigt, die Radiospots ohne Mahnung zu stornieren. Der Werbeauftraggeber haftet für alle daraus entstandenen Schäden.

8. Rücktrittsrecht, Vertragsauflösung

8.1. Der Werbeauftraggeber oder die Agentur kann, sofern die Parteien nichts Gegenteiliges schriftlich vereinbaren, bis zu 3 Wochen vor dem ersten Ausstrahlungsdatum vom Vertrag ganz oder teilweise zurücktreten. Für Programmsponsoring besteht keine Rücktrittsmöglichkeit.

8.2. Spätere Annullierungen verpflichten zu einer Entschädigungszahlung von 50%, sofern die entsprechende Werbezeit nicht innerhalb von 3 Monaten nachgeholt wird.

8.3. Ein Rücktritt von verbindlichen Buchungen 5 Arbeitstage vor der Ausstrahlung ist nicht mehr möglich. In diesem Fall stellt Radiotele die gebuchte Werbezeit zu 100% in Rechnung.

8.4. Ein Rücktritts Antrag ist in jedem Fall schriftlich (per Brief oder Fax) an Radiotele zu richten. Ein Rücktritts Antrag ist nur wirksam, wenn und sobald Radiotele ihm ausdrücklich und schriftlich oder elektronisch zugestimmt hat.

8.5. Radiotele kann von rechtsverbindlich angenommenen Aufträgen ohne Einhaltung der Kündigungsfrist und mit sofortiger Wirkung zurücktreten, wenn:

- der Werbeauftraggeber seiner Zahlungspflicht nicht nachkommt oder
- der Werbeauftraggeber und/oder die Agentur trotz Abmahnung gegen diese AGB verstösst.

In diesen Fällen sind jegliche Ansprüche des Werbeauftraggebers und/oder der Agentur ausgeschlossen. Radiotele behält sich Schadenersatzforderungen und weitere Ansprüche vor.

9. Sendeunterlagen und Sendematerial

9.1. Der Werbeauftraggeber oder der von ihm beauftragte Vertragspartner verpflichtet sich, Radiotele die Sendeunterlagen und das Sendematerial — gemäss den Vorgaben der einzelnen Sender — mindestens 3 Arbeitstage vor dem ersten Ausstrahlungstermin zur Verfügung zu stellen.

9.2. Die Qualität der Sendeunterlagen und des Sendematerial in technischer und inhaltlicher Hinsicht (siehe auch Ziffer 3) liegt im alleinigen Verantwortungsbereich des Werbeauftraggebers.

9.3. Die Übermittlung der Sendeunterlagen und des Sendematerials erfolgt auf Rechnung und Gefahr des Werbeauftraggebers und/oder des von ihm Beauftragten. Radiotele haftet weder für einen Verlust noch für eine Beschädigung von Daten (Sendeunterlagen, Sendematerial), welche mittels Verwendung von elektronischen Kommunikationsmitteln (E-Mail, Internet etc.) oder per Post/Kurier etc. zugestellt oder versendet werden.

9.4. Radiotele kann für die vereinbarte und verbindlich gebuchte Werbezeit die geschuldete Vergütung dem Werbeauftraggeber und/oder der Agentur vollständig in Rechnung stellen, wenn der Radiospot aus Umständen, die der Werbeauftraggeber und/oder die Agentur zu vertreten hat, nicht zur Ausstrahlung kommt. Dies gilt insbesondere, wenn Sendeunterlagen oder Sendematerial nicht rechtzeitig, fehlerhaft oder falsch gekennzeichnet Radiotele zur Verfügung gestellt oder nachträglich abgeändert werden. In diesen Fällen lehnt Radiotele jegliche Haftung für eine ordnungsgemässe Ausstrahlung ab. Allfällig entstandene Zusatzkosten für Radiotele und/oder dem betroffenen Radiosender können dem Werbeauftraggeber und/oder der Agentur in Rechnung gestellt werden.

9.5. Die Sendeunterlagen und das Sendematerial werden weder aufbewahrt noch zurückgeschickt.

10. Programmänderungen, Mängel

10.1. Wird ein Radiospot aus Gründen, die Radiotele zu vertreten hat, nicht oder falsch ausgestrahlt, stellt Radiotele die geschuldete Durchführung des Auftrags, nach billigem

Ermessen von Radiotele unterliegender Wahl, durch unverzügliche Ersatzschaltungen an einem Programmplatz innerhalb der vereinbarten Preisgruppe sicher. Sonstige Ansprüche, insbesondere auf vollständige oder teilweise Auflösung des Vertragsverhältnisses oder auf direkten oder indirekten Schadenersatz, sind ausgeschlossen.

10.2. Kann die termingerechte Ausstrahlung des Radiospots aus Gründen, welche im Programm liegen oder wegen höherer Gewalt (z.B. Blitz, Naturkatastrophe) nicht eingehalten werden, so wird sie nach Möglichkeit entweder vorverlegt oder nachgeholt. Hierzu bedarf es der Zustimmung des Werbeauftraggebers oder der Agentur, es sei denn, dass es sich um eine unerhebliche Verschiebung handelt. Als unerheblich gilt insbesondere die Verschiebung innerhalb einer Sendezeit von 24 Stunden. Weitergehende Ansprüche stehen dem Werbeauftraggeber oder der Agentur weder gegenüber Radiotele noch gegenüber dem betroffenen Radiosender zu.

10.3. Der Werbeauftraggeber und/oder die Agentur hat die von ihm platzierten Radiospots während der Ausstrahlung oder unverzüglich danach zu prüfen und allfällige Mängel (z.B. fehlerhafte Ausstrahlung, Nichtausstrahlung) spätestens innerhalb von fünf Arbeitstagen nach Ausstrahlung schriftlich oder elektronisch Radiotele mitzuteilen. Ansonsten gilt die Ausführung des Auftrags als genehmigt. Im Falle eines vom Radiosender zu vertretenden Mangels kann der Werbeauftraggeber oder die Agentur nur Nachbesserung verlangen, weitergehende Ansprüche sind ausgeschlossen. Unter Nachbesserung ist die Ausstrahlung in einem vergleichbaren Programmumfeld und/oder in der gleichen Tarifgruppe zu verstehen.

11. Haftung seitens Radiotele

11.1. Die Haftung von Radiotele ist soweit als gesetzlich zulässig ausgeschlossen. Radiotele haftet für etwaige Schäden, gleich aus welchem Rechtsgrund, nur bei Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit. Die Hilfspersonenhaftung ist ausgeschlossen. Die Haftung von Radiotele beschränkt sich jeweils maximal auf den Betrag des Werbeauftrages, in keinem Fall aber mehr als 30'000 Fr.

11.2. Keine Haftung besteht für mittelbare (indirekte) Schäden, Folgeschäden oder entgangenen Gewinn.

11.3. In allen Fällen der Verschiebung, vorzeitigen Beendigung oder Nichtausstrahlung von rechtsverbindlich angenommenen Werbeaufträgen ist ein allfälliger Anspruch des Werbeauftraggebers auf die Rückerstattung des Grundpreises gemäss Ziffer 2 beschränkt. Weitere Ansprüche sind ausdrücklich ausgeschlossen.

12. Schlussbestimmungen: anwendbares Recht, Gerichtsstand, Änderungen

12.1. Diese Vereinbarung untersteht schweizerischem Recht, insbesondere den Bestimmungen über den Werkvertrag gemäss Art. 363 ff. OR. Ausschliesslicher Gerichtsstand ist Zürich.

12.2. Individuelle, den Werbeauftraggeber und/oder die Agentur betreffende Ergänzungen, Nebenabreden oder die Aufhebung dieser AGB, insbesondere aber auch Abweichungen vom Schriftformerfordernis, bedürfen der Schriftform.

12.3. Radiotele ist berechtigt, die AGB jederzeit zu ändern. Änderungen der AGB werden 7 Tage vor deren Inkrafttreten auf der Website von Radiotele veröffentlicht.

12.4. Sollten einzelne oder mehrere Bestimmungen dieser AGB unwirksam sein oder werden, so wird hiervon die Wirksamkeit aller sonstigen Bestimmungen oder Vereinbarungen im Zweifel nicht berührt. Anstelle der unwirksamen Bestimmungen soll vielmehr eine Regelung gelten, die in rechtlichzulässiger Weise dem wirtschaftlichen Sinn und Zweck der unwirksamen Bestimmungen möglichst nahe kommt.

12.5. Der Werbeauftraggeber und die Agentur verzichten auf die Verrechnung allfälliger Forderungen.