

Allgemeine Geschäftsbedingungen für den Partnervertrag

§ 1 Allgemeines

Veranstalter der Veranstaltung „Deutscher Steuerberatertag“ ist das Deutsche Steuerberaterinstitut e.V., Littenstraße 10, 10179 Berlin, Deutschland (im Folgenden nur noch: Veranstalter).

§ 2 Geltung dieser Bedingungen

(1) Diese Bedingungen gelten für den Vertrag zwischen dem Veranstalter und Partnern des Deutschen Steuerberatertages (im Folgenden nur noch genannt: Partner), für die Veranstaltung, für den der Partnervertrag geschlossen ist.

(2) Diese Bedingungen gelten für die Durchführung von Deutschen Steuerberatertagen als Präsenzveranstaltung, als digitale Veranstaltung oder als hybride Veranstaltung (d.h. Teile werden in Präsenz, andere Teile digital durchgeführt) gleichermaßen, soweit nicht in den nachfolgenden Bedingungen eigene Bestimmungen für eine konkrete Durchführungsart benannt sind.

(3) Bei ganz oder teilweiser Durchführung als Online-Veranstaltung gelten die Bedingungen des jeweiligen technischen Anbieters der Onlineplattform (im Folgenden: Onlineplattform), die der Partner als verbindlich anerkennt und beim Veranstalter oder beim Anbieter einholen kann.

(4) Abweichenden Allgemeine Bedingungen von Partnern wird hiermit widersprochen; solche Bedingungen werden nicht Vertragsinhalt, auch dann nicht, wenn der Veranstalter ihnen nicht ausdrücklich widerspricht.

(5) Soweit der Partner zugleich Aussteller ist, gelten die Allgemeinen Ausstellerbedingungen für den Standbetrieb. Bei einer Kündigung des Ausstellungsvertrages bzw. des Vertragsbestandteils „Ausstellung“ gemäß § 4 der Allgemeinen Ausstellerbedingungen bleibt dieser Partnervertrag im Übrigen unberührt; der Veranstalter kann aber binnen 14 Tagen auch die Kündigung des Partnervertrages erklären. Für die Kündigung dieses Partnervertrages und die Auswirkung auf den Ausstellervertrag gilt § 8 Absatz 5.

(6) Im Falle eines Regelungswiderspruchs beider Allgemeinen Bedingungen (Partnervertrag und Ausstellervertrag), und soweit sich Ausstellung und sonstige Partnerschaft und damit auch die Anwendbarkeit der jeweiligen Bedingungen nicht sachlich in Ausstellung und sonstige Partnerschaft trennen lassen, gilt vorrangig die Regelung aus dem Partnervertrag.

§ 3 Leistungen des Veranstalters

(1) Der Veranstalter räumt dem Partner die im „Partnerprospekt“ beschriebenen Werbemaßnahmen ein, soweit sie vereinbart sind bzw. noch vereinbart werden. Darin inbegriffen sind alle Maßnahmen der Unternehmenskommunikation und Leistungen,

die dem Partner in Zusammenhang mit der Veranstaltung gestattet und erbracht werden.

(2) Der Veranstalter kann mit anderen Partnern auch aus derselben Branche Partnerverträge schließen, soweit nicht ausdrücklich und schriftlich eine Branchen- oder andere Exklusivität vereinbart ist.

(3) Der Veranstalter kann Änderungen am Inhalt, Ort, Zeit und Ablauf der Veranstaltung vornehmen, soweit diese unwesentlich und für die Erreichung des Vertragszweckes für den Partner zumutbar sind.

(4) Für die digitale Durchführung gilt zudem:

Der Veranstalter kann jederzeit den Zugang zu den Leistungen beschränken, sofern die Sicherheit des Netzbetriebes, die Aufrechterhaltung der Netzintegrität, insbesondere die Vermeidung schwerwiegender Störungen des Netzes, der Software oder gespeicherter Daten dies erfordern und in der Abwägung die schutzwürdigen Interessen des Partners nicht eindeutig überwiegen.

Der Veranstalter hat keinen Einfluss auf die Verfügbarkeit, Stabilität und Funktionstüchtigkeit des Internet insgesamt oder der zur Verbindungsherstellung zu seinem Service erforderlichen Infrastruktur Dritter (Access-Provider, Backbones, DNS-Server o.ä.) und kann daher für solche Umstände auch keine Verfügbarkeitszusagen machen und dafür auch nicht haften.

Der Partner muss sich vor Datenverlust angemessen schützen und ggf. notwendige Sicherungskopien seiner Inhalte anzufertigen. Zugangsdaten und Passworte dürfen nicht an unbefugte Dritte weitergegeben werden und sind vor Zugriff durch unbefugte Dritte zu schützen.

Mängel liegen nicht vor, wenn ein Fehler darauf basiert, dass die Hard- und Software der an der Veranstaltung Teilnehmenden (z.B. Aussteller, Teilnehmer, Partner, Beschäftigte) nicht dem Stand der Technik entspricht, insbesondere die Browserversion nicht aktuell ist.

§ 4 Leistungen des Partners

(1) Der Partner zahlt an den Veranstalter die jeweils vereinbarte Gegenleistung.

(2) 100% des Betrages aus Absatz 1 werden 14 Tage nach Rechnungsstellung fällig.

(3) Rechnungen kann der Veranstalter auch ausschließlich elektronisch versenden. Hierfür gibt der Partner auf Verlangen eine Mailadresse bekannt, an die die Rechnung(en) wirksam versendet werden können.

(4) Angegebene Preise sind Nettopreise zzgl. der gesetzlichen Umsatzsteuer.

(5) Die Vertragspartner erkennen die Möglichkeit, dass nach Abschluss dieses Vertrages eine weitere Vereinbarung über konkrete Maßnahmen nach dem Partnerprospekt o. A. nicht zustande kommen könnte.

- a. Bereits durchgeführte, vom Partner veranlasste Maßnahmen (z.B. Druck von Broschüren, die das Logo des Partners enthalten usw.) sind gemäß dem Partnerprospekt zu vergüten.
- b. Entscheidet sich ein Partner im Nachhinein ohne ein schuldhaftes Zutun oder Unterlassen des Veranstalters für eine geringere Beteiligung bzw. verringerte Auswahl von Komponenten aus dem Partnerprospekt, so hat er jedenfalls solche Teile zu vergüten, die bereits ausgeführt sind oder für die bereits Kosten verursacht wurden.
- c. Wird der Partner auf seine Veranlassung hin in der Öffentlichkeit bzw. in der Werbung bereits mit einem bestimmten, im Partnerprospekt niedergelegten Status präsentiert, so ist der Partner verpflichtet, diesen Status auch finanziell zu erfüllen, auch wenn im Nachhinein keine konkrete Vereinbarung zustande gekommen ist, soweit jedenfalls der Veranstalter dem Partner die Leistungen gemäß dem Partnerprospekt angeboten hat.
- d. Mit Abschluss des Partnervertrages verpflichtet sich der Partner zumindest, auch für den Fall, dass keine weiteren Maßnahmen bzw. Leistungen vereinbart werden, als Aussteller gemäß den Ausstellerbedingungen aufzutreten.

§ 5 Abschluss und Laufzeit des Vertrages, Dauer der Nutzungsrechte

(1) Der Veranstalter übersendet einen Partnervertrag, dessen Grundlage diese Allgemeine Geschäftsbedingungen für den Partnervertrag sind. Diese Übersendung ist das Angebot für den Vertragsschluss. Der sich bewerbende Partner unterzeichnet diesen Vertrag und schickt ihn an den Veranstalter zurück; dies ist die Annahmeerklärung des Angebots. Der Veranstalter hält sich an sein Angebot 1 Monat ab Datum des Angebots gebunden, soweit er im Anschreiben zum Vertrag oder im Vertrag keine abweichende Bindungsdauer oder Annahmefrist ausdrücklich nennt.

(2) Der Vertrag läuft bis zum Ende des jeweiligen zugrundeliegenden Deutschen Steuerberatertages, ohne dass es einer Kündigung bedarf.

(3) Der Partner ist berechtigt, auch nach Vertragsende damit zu werben, die Veranstaltung unterstützt zu haben, jedoch nur mit Bezug auf das Jahr, in dem der vertragsgegenständliche Deutsche Steuerberatertag stattgefunden hat. Der Veranstalter kann diese Art Werbung aus wichtigem Grund untersagen, z.B., wenn der Partnervertrag vorzeitig wegen schuldhafter Pflichtverletzung des Partners beendet wurde.

(4) Der Veranstalter ist berechtigt, auch nach Vertragsschluss damit zu werben, dass seine Veranstaltung von dem Partner unterstützt wurde, jedoch nur mit Bezugnahme auf das Jahr, in dem der vertragsgegenständliche Deutsche Steuerberatertag stattgefunden hat. Der Partner kann diese Art Werbung aus wichtigem Grund untersagen, z.B., wenn der Partnervertrag vorzeitig wegen schuldhafter Pflichtverletzung des Veranstalters beendet wurde.

(5) Beide Vertragspartner gewähren dem jeweils anderen Vertragspartner für die nachvertragliche Werbung das Recht, Namen, Bezeichnungen und Logo des jeweils anderen Vertragspartners in angemessenem Umfang zu nutzen; als Logo des Veranstalters soll das Logo des Deutschen Steuerberatertages genutzt werden (abweichend vom Logo des Veranstalters selbst). Mit Blick auf den Zeitablauf wird vereinbart, dass im Zweifel die Grundsätze des „zeitgeschichtlichen Ereignisses“ aus § 23 Absatz 1 Nr. 1 Kunsturhebergesetz entsprechend gelten sollen.

§ 6 Allgemeine Pflichten der Vertragspartner

(1) Führt der Partner vertragsgemäß eigenständige Werbemaßnahmen durch, hat der Veranstalter einen Anspruch auf Auskunft über Art, Ort und Umfang der Maßnahmen.

(2) Die Art der Werbemaßnahmen ist grundsätzlich im Voraus miteinander abzustimmen. Sollte ein Vertragspartner von dieser grundsätzlich abgestimmten Darstellung im Einzelfall abweichen, muss eine Abstimmung mit dem jeweils anderen Vertragspartner im Vorfeld herbeigeführt werden.

(3) Werbemaßnahmen in Bezug auf den Deutschen Steuerberatertag dürfen keinen extremistischen, rassistischen, diskriminierenden, hetzerischen, politischen, religiösen oder sittlich anstößigen Inhalt haben.

§ 7 Marken, Urheberrechte, Persönlichkeitsrechte

(1) Vom Vertragspartner erstellte Unterlagen, Graphiken, Aufstellungen, Zeichnungen und Skizzen und andere Gegenstände verbleiben in seinem Eigentum, soweit der Eigentumsübergang nicht Vertragsgegenstand ist.

(2) Der Partner, und auch nur er (eine Unterlizenzierung ist nicht gestattet), erwirbt mit der vollständigen Leistung aus § 4 nur die einzelvertraglich vereinbarten Rechte an der Veranstaltung.

(3) Soweit die Vertragspartner an ihren Logos, Marken oder Bezeichnungen usw. aus rechtlicher Sicht oder aus Sicht der Unternehmens-C.I. bestimmte Anforderungen stellen oder stellen müssen, so ist dies dem anderen Vertragspartner im Vorfeld mitzuteilen.

(4) Beide Vertragspartner gewährleisten, soweit sie dem anderen Vertragspartner Logos, Bezeichnungen, Marken, Unterlagen usw. zur vertragsgemäßen Nutzung überlassen, dass die dafür notwendigen Rechte dem vertragsgemäß nutzenden Vertragspartner ausreichend eingeräumt werden.

(5) Der Veranstalter ist nicht verpflichtet, die Inhalte des Partners auf Rechtmäßigkeit zu überprüfen, auch dann, wenn er die vom Partner zur Verfügung gestellten Inhalte ohne Prüfung auf die Onlineplattform zur ggf. digitalen Durchführung einstellt.

(6) Der Veranstalter kann Inhalte jederzeit ganz oder teilweise offline stellen, wenn Dritte Rechtsverletzungen durch diese Inhalte behaupten. Dadurch entsteht für den Partner kein Anspruch auf Minderung bzw. auf Schadenersatz gegen den Veranstalter.

(7) Der Partner ist verpflichtet, seine Beschäftigten und Gehilfen, deren Stimmen, Namen und ggf. Gesichter (z.B. in Avataren) zu sehen oder zu hören sind, über diese Tatsache und die Datenschutzbestimmungen des Veranstalters und der Onlineplattform zu informieren.

(8) Durch die vertragsgemäße Nutzung eines Logos, einer Marke oder Bezeichnung erwirbt der nutzende Vertragspartner keinerlei weitergehende Rechte daran.

(9) Die Veranstaltung darf nur mit vorheriger ausdrücklicher Zustimmung des Veranstalters gefilmt oder fotografiert oder sonst aufgezeichnet werden. Dies gilt auch und insbesondere für etwa auftretende Referenten.

§ 8 Kündigung des Vertrages

(1) Das Recht zur ordentlichen Kündigung dieses Vertrages ist, soweit hier nicht vereinbart, ausgeschlossen.

(2) Der Veranstalter kann den Vertrag ohne Angabe von Gründen kündigen, wenn die gegenständliche Veranstaltung abgesagt wird oder nicht vom Veranstalter durchgeführt wird oder werden kann/darf. Auf ein Verschulden des Veranstalters kommt es nicht an.

(3) Beide Vertragspartner können den Vertrag kündigen, wenn der andere Vertragspartner zweckwidrig oder vertragswidrig handelt oder die Handlung oder das Unterlassen einer Verhinderung einer zurechenbaren Handlung das Image des jeweils anderen beeinträchtigt oder ihm schwere Schäden zufügen würde oder bekannt wird, dass die Veranstaltung bzw. die Unterstützung zu anderen als vertragsgemäßen Zwecken missbraucht würde.

(4) Hat kein Vertragspartner die Kündigung schuldhaft verursacht, gilt die Regelung zur Höheren Gewalt entsprechend. Hat ein Vertragspartner die Kündigung schuldhaft verursacht, verliert er seinen Leistungsanspruch gegen den anderen, bleibt aber selbst zur vereinbarten Leistung, für den kündigenden Vertragspartner wahlweise zum Schadenersatz statt der Leistung verpflichtet. Eine Kündigung nach Absatz 2 gilt als nicht schuldhaft verursacht, soweit die Kündigungsgründe veranstaltungsbezogen sind (fehlende Referenten, mangelnde Berichtserstattung, Terminkollisionen, finanzielle Schwierigkeiten), und nicht Treu und Glauben widersprechen (z.B. um eine exklusive Partnerschaft mit einem anderen Partner eingehen zu können).

(5) Ist Bestandteil des Partnervertrages auch die Ausstellung des Partners im Sinne der Allgemeinen Ausstellerbedingungen, so gilt im Falle der Kündigung des Partnervertrages, dass die Ausstellung hiervon unberührt bleibt, soweit nicht einer der beiden folgenden Fälle gegeben ist: Der Partner kann durch entsprechende Erklärung seine Kündigung auch auf die Ausstellung erstrecken, soweit der Fortbestand seiner

Ausstellung aufgrund eines schuldhaften Verhaltens des Veranstalters unzumutbar ist. Der Veranstalter kann durch Erklärung binnen 14 Tagen nach Ausspruch seiner Kündigung des Partnervertrages auch die Kündigung des Ausstellungsvertrages herbeiführen mit der Folge Regelungen des § 4 Absatz 3 in den Allgemeinen Ausstellerbedingungen.

§ 8a Wechsel der Veranstaltungsart von Präsenzform zur digitalen Form und umgekehrt

(1) Ist es aus infektiologischen Gründen notwendig oder geboten, kann der Veranstalter die als Präsenzveranstaltung geplanten Teile anstelle einer Absage der Veranstaltung auch nur digital durchführen. Partner, die sich für den Präsenzteil angemeldet haben, können vom Vertrag innerhalb von 4 Tagen nach Mitteilung über die rein digitale Durchführung zurücktreten, wenn die Online-Partnerschaft unzumutbar ist. Für den Zeitraum einer Abstimmung über andere Möglichkeiten der Partnerschaft bzw. andere digitale Angebote ist die Frist ausgesetzt.

(2) Ist nach Ankündigung einer hybriden Veranstaltung eine Präsenzveranstaltung in vollem Umfang möglich und zulässig, kann der Veranstalter die als digitale Veranstaltung geplanten Teile auch nur in Präsenzform durchführen. Es gelten dann die Preise der Präsenzteilnahme als Partner.

§ 9 Eintritt eines öffentlichkeitswirksamen Schadenseintritts

(1) Die Vertragspartner informieren sich gegenseitig unverzüglich, sobald und soweit ihnen ein Ereignis bekannt wird, das den Vertragszweck, einen Vertragspartner oder dessen Mitarbeiter oder das Image des anderen Vertragspartners gefährden könnte.

(2) Ist im Laufe einer Werbemaßnahme oder der Veranstaltung ein Schaden eingetreten oder ein Unfall geschehen, sprechen sich die Vertragspartner mit Blick auf ihre Äußerungen in der Presse bestmöglich im zumutbaren Rahmen ab und informieren sich gegenseitig.

§ 10 Teilweise Nicht-Durchführung von Werbung oder Veranstaltung

Wurde Werbung und/oder die Veranstaltung nicht planmäßig vollständig durchgeführt und liegt kein Kündigungsgrund und keine Höhere Gewalt vor, so kann

- der Veranstalter die volle vereinbarte Partnerleistung (Zahlung) verlangen, wenn die Nichtdurchführung durch den Partner verschuldet ist;
- der Partner die Rückerstattung etwa bereits geleisteter Zahlungen verlangen, wenn die Nichtdurchführung durch den Veranstalter verschuldet ist.

Darüberhinausgehende Schadenersatzansprüche bestehen nicht, soweit die Nichtdurchführung nicht von einem Vertragspartner vorsätzlich oder grob fahrlässig herbeigeführt wurde.

§ 11 Höhere Gewalt

(1) Im Falle Höherer Gewalt oder ähnlicher schwerwiegender Ereignisse, die zu einem Ausfall, einem Abbruch oder einer Unterbrechung oder einer teilweisen Nichtdurchführung der unterstützten Veranstaltung führt, findet keine Rückabwicklung etwa bereits ausgetauschter Leistungen statt und verlieren beide Vertragspartner etwa noch bestehende offenen Leistungsansprüche (Anspruch auf Zahlung, Anspruch auf Werbung) gegen den anderen. Dies gilt dann nicht, wenn die bereits erbrachte Leistung des einen Vertragspartners ohne eine ausgleichende Leistung des anderen Vertragspartners zu einem unzumutbaren Nachteil des (bereits vor-)leistenden Vertragspartners oder zu einem wider Treu und Glauben bestehenden Vorteil beim anderen Vertragspartner führen würde (z.B. wenn der Veranstalter bereits Werbemaßnahmen zu Gunsten des Partners erbracht, dieser aber noch keine Zahlungen geleistet hat; oder wenn der Partner bereits Zahlungen geleistet, der Veranstalter aber noch keinerlei Werbemaßnahmen eingeleitet hat).

(2) Es wird vereinbart, dass als Höhere Gewalt im Sinne des Absatz 1 auch der Absagegrund „Pietät“ gilt. Aus Pietätsgründen kann der Veranstalter die Veranstaltung absagen, wenn die Durchführung der Veranstaltung und/oder Fortsetzung der Werbung für die Veranstaltung und/oder einzelne Werbemaßnahmen in der Öffentlichkeit als pietätslos wahrgenommen würden; als Indiz hierfür gilt bspw., wenn in dem Bundesland, in dem die Veranstaltung stattfindet oder im Umkreis von 500 Kilometern Luftlinie sich ein schwerer Unfall oder schwerer Vorfall ereignet hat, der zu Sondersendungen im TV oder Radio führt, oder Trauerbeflaggung angeordnet ist, oder vergleichbare Veranstaltungen in der Region aus demselben Grund abgesagt werden, oder ein Terroranschlag in Deutschland oder Ausland mit mehreren Toten oder Verletzten erfolgt, der in TV, Radio und Presse jedenfalls zum Zeitpunkt der Werbehandlungen oder der Veranstaltung als schwerwiegend, fürchterlich, extrem bzw. schrecklich dargestellt wird und erkennbar die Durchführung als geschmacklos oder pietätlos erscheinen ließe. Ein Indiz dafür ist auch die Erkenntnis, wenn beide Vertragspartner den Vertrag in Kenntnis des Vorfalls nicht geschlossen oder sich in Kenntnis des Vorfalls nicht derart vertraglich gebunden hätten.

(3) Es wird vereinbart, dass als Höhere Gewalt im Sinne des Absatz 1 auch die Ausbreitung eines gefährlichen (z.B. „Corona-Virus“ oder Mutationen davon, auch neuartigen, unbekanntem oder nicht mit einer Impfung oder Medikamenten wirksam zu heilenden) Krankheitserregers in geographischer Nähe (bspw. im selben oder in einem direkt angrenzenden Bundesland oder Staat) zum Veranstaltungsort oder zu dem Sitz eines für die Veranstaltung nicht oder aufgrund der Kurzfristigkeit nicht mehr ersetzbaren Dienstleisters oder Vertragspartners gilt, ohne dass bereits eine behördliche Untersagung vorliegt bzw. ohne, dass bereits eine konkrete Gefahrenlage für die vertragsgegenständliche Veranstaltung besteht, sie aber jedenfalls nicht völlig auszuschließen und eine Absage vernünftigerweise geboten oder von fachlich-qualifizierten Stellen nahegelegt ist. Dies gilt insbesondere dann, wenn im selben oder in einem angrenzenden Bundesland oder Staat eine Epidemie oder Pandemie ausgerufen ist oder als eingetreten gilt.

Es wird insoweit auch vereinbart, dass die Kenntnis der Vertragspartner bei Vertragsschluss über die Risiken und Unsicherheiten in Bezug auf den Corona-Virus die Höhere Gewalt im Sinne dieser vertraglichen Bestimmungen nicht ausschließt.

Es wird für den Fall einer Absage im Zusammenhang mit einem solchen Krankheitserreger vereinbart, dass der maßgebliche Zeitpunkt der Beurteilung über die Rechtsfolgen nicht der Zeitpunkt der Absage, sondern der Zeitpunkt der geplanten Veranstaltung ist.

(4) Behördliche, polizeiliche oder gerichtliche Einstellungs- oder Abbruchverfügungen entsprechen der Höheren Gewalt, soweit nicht ein Vertragspartner diese Verfügung schuldhaft verursacht hat (im Falle schuldhafter Verursachung gilt die Bestimmung zur „teilweisen Nichtdurchführung von Werbung oder Veranstaltung“).

(5) Es wird vereinbart, dass die Kenntnis beider oder eines Vertragspartners bei Vertragsschluss über eine sich über einen gewissen Zeitraum anbahnende Pandemie/Epidemie/Seuche oder anderer Ereignisse die Vertragspartner nicht daran hindert, sich auf Höhere Gewalt berufen zu können. Der „gewisse Zeitraum“ ist insbesondere gegeben, wenn sich dasselbe Ereignis stetig und unplanbar entwickelt oder verändert (bspw. durch Verbote oder Beschränkungen, deren Inkrafttreten nicht bereits bei Vertragsschluss konkret feststehen).

(6) Als maßgeblicher Zeitpunkt der Bewertung, ob Höhere Gewalt vorliegt oder nicht, wird die rechnerische Mitte der Veranstaltung (ohne Aufbau und Abbau) vereinbart, wenn der Veranstalter die Veranstaltung vorzeitig absagt. Stellt sich dann zu diesem Zeitpunkt heraus, dass Höhere Gewalt vorliegt, gilt die Vereinbarung zur Höheren Gewalt. Stellt sich zu diesem Zeitpunkt hingegen heraus, dass keine Höhere Gewalt vorliegt, gilt die Vereinbarung zur Höheren Gewalt dann, wenn der Veranstalter nachweisen kann, dass der Eintritt der Höheren Gewalt überwiegend wahrscheinlich oder ein weiteres Zuwarten unzumutbar war.

§ 12 Vertraulichkeit

(1) Die Vertragspartner vereinbaren über Betriebs- und Geschäftsgeheimnisse gegenseitig absolutes Stillschweigen auch über das Vertragsende hinaus.

(2) Als Betriebs- und Geschäftsgeheimnisse werden alle auf ein Unternehmen bezogene Tatsachen, Umstände und Vorgänge verstanden, die nicht offenkundig, sondern nur einem begrenzten Personenkreis zugänglich sind und an deren Nichtverbreitung der Rechtsträger ein berechtigtes Interesse hat. Betriebsgeheimnisse umfassen im Wesentlichen technisches Wissen, Geschäftsgeheimnisse betreffen vornehmlich kaufmännisches Wissen.

§ 13 Haftung

Der Veranstalter übernimmt keine Gewähr dafür, dass beim Partner ein Werbeerfolg eintritt. Insbesondere gewährleistet der Veranstalter nicht, dass tatsächlich

ausreichend Teilnehmer die Veranstaltung aufsuchen. Der Partner entscheidet eigenständig, ob die Teilnehmer der Veranstaltung und die Veranstaltung selbst zu seiner Werbezielgruppe gehören. Es gehört zur Risikosphäre des Partners, ob ein Werbeerfolg eintritt.

§ 14 Gegenseitige Freistellungsverpflichtung

(1) Beide Vertragspartner stellen im Falle eines rechtswidrigen Tuns oder Unterlassens den jeweils anderen Vertragspartner von einer Inanspruchnahme durch Dritte frei, soweit die Inanspruchnahme nicht auf einem rechtswidrigen Tun oder Unterlassen des in Anspruch genommenen Vertragspartners beruht.

(2) Beide Vertragspartner informieren sich jeweils gegenseitig unverzüglich, soweit ihnen eine Inanspruchnahme und ein daraus resultierender möglicher Freistellungsanspruch bekannt werden.

§ 15 Schlussbestimmungen

(1) Der Partner ist nicht berechtigt, gegen den Veranstalter ein Zurückbehaltungsrecht wegen eines anderen, nicht aus diesem Vertragsverhältnis stammenden Anspruchs, auszuüben.

(2) Ein Aufrechnungsrecht steht dem Partner nur zu, soweit es auf dem gleichen Vertragsverhältnis beruht und die Forderung vom Veranstalter anerkannt oder die Forderung rechtskräftig festgestellt ist.

(3) Die Abtretung von nicht auf Geld gerichteten Ansprüchen gegen den Veranstalter ist ausgeschlossen, soweit der Veranstalter ein schützenswertes Interesse an dem Ausschluss hat oder berechtigte Belange des Partners an der Abtretbarkeit die berechtigten Belange des Veranstalters an der Nichtabtretbarkeit nicht überwiegen.

(4) Sollten eine oder mehrere der vorstehenden Bedingungen unwirksam sein oder werden, so berührt dies die Wirksamkeit der Bestimmungen im Übrigen nicht.

(5) Es gilt das Recht der Bundesrepublik Deutschland.

(6) Als Gerichtsstand für Streitigkeiten aus dem Vertragsverhältnis wird Berlin vereinbart. Der Veranstalter kann aber nach Wahl auch am Gerichtsstand des Partners oder an einem gesetzlich ausschließlichen Gerichtsstand klagen.

Stand der Partner-Bedingungen: Februar 2023.