

# Angebot & Lizenzvertrag

Für Immobilienmakler, Finanzvertriebe und Verwaltungseinheiten



**immotausch**

Einfach | Besser | Wohnen

# Inhalt

<b>A.</b>	<b>Option auf Abschluss eines Lizenzvertrages .....</b>	<b>3</b>
A.1.	Vertragsparteien .....	3
A.2.	Präambel .....	3
A.3.	Vertragsgegenstand – Option Rahmenlizenzvertrag .....	4
A.4.	Dauer des Optionsvertrages .....	4
A.5.	Options-Verlängerungsgebühr .....	4
A.6.	Annahme des Optionsvertrages durch den LG.....	4
A.7.	Ausübung der Option .....	4
A.8.	Schriftformerfordernis .....	4
A.9.	Salvatorische Klausel .....	4
A.10.	Gerichtsstand .....	5
A.11.	Datenschutz .....	5
A.12.	Geltungsbereich für die Option .....	<b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>
A.13.	Sonstige Vereinbarungen .....	5
A.14.	Unterschriften .....	5
<b>B.</b>	<b>Hintergrund und Vorteile für Immobilienservices.....</b>	<b>6</b>
<b>C.</b>	<b>Hintergrund und Vorteile für Verwaltungseinheiten .....</b>	<b>7</b>
<b>D.</b>	<b>Zielgruppenanalyse .....</b>	<b>8</b>
<b>E.</b>	<b>Lizenzvertrag .....</b>	<b>9</b>
E.1.	Definitionen .....	9
E.2.	Inserate – (Super-)Agenturaccount inklusive Verkaufsbereich .....	15
E.3.	Modell für Verwaltungseinheiten .....	16
E.4.	Modell für bundesweit tätige Unternehmen ohne Filialnetz.....	17
E.5.	Agenturmodell - Inserate .....	18
E.6.	Agenturmodell - Lizenzen, Beiträge, Konditionen .....	19
<b>F.</b>	<b>Ersteinrichtung – Setup.....</b>	<b>20</b>
<b>G.</b>	<b>Willkommensbonus.....</b>	<b>20</b>
<b>H.</b>	<b>Beta-Version .....</b>	<b>21</b>
<b>I.</b>	<b>Schulungen und Webinare .....</b>	<b>21</b>
<b>J.</b>	<b>Servicelevel .....</b>	<b>22</b>
J.1.	Allgemein .....	22
J.2.	Servicelevel II.....	22
J.3.	Zusätzliche Kosten.....	22
J.4.	Kosten für Änderungen und Erweiterungen .....	22
J.5.	Zusätzlicher Beratungsaufwand sowie Schulungsmaßnahmen vor Ort.....	23
J.6.	Zahlweise allgemein und bei Beratungen und anderen Zusatzleistungen .....	24
J.7.	Marketing, Onlinemarketing als SEM und in Social-Media-Kanälen .....	24
J.8.	Leadgenerierung des LG für den LN .....	25
J.9.	Gemeinschaftsgeschäft.....	25

J.10.	Konsequenzen bei Ablehnung von Leads.....	26
J.11.	Verpflichtung zur Betreuung von Kundenanliegen.....	26
J.12.	Verpflichtung zur Dokumentation der Betreuung.....	26
<b>K.</b>	<b>Qualitäts- und Verhaltenskodex (für Immobilienmakler).....</b>	<b>27</b>
K.1.	Aus- und Weiterbildung .....	27
K.2.	Verhalten gegenüber Dritten.....	27
K.3.	Ge- und Verbote .....	28
K.4.	Offenlegung.....	28
K.5.	Werbung und Marketing.....	29
K.6.	Verhalten in Rechtsangelegenheiten .....	29
K.7.	Verhalten untereinander .....	30
<b>L.</b>	<b>Allgemeine Hinweise zu Angeboten und Produkten .....</b>	<b>32</b>
L.1.	Allgemeiner Hinweis zu den Preisen .....	32
L.2.	Urheberrechtsschutz .....	32
L.3.	Besondere Beschränkungen.....	32
L.4.	Umfang der Benutzung.....	32
L.5.	Verhaltenskodex.....	32
L.6.	Inhaberschaft an Rechten und Geistiges Eigentum .....	32
L.7.	Weitergabe von Vertragsbedingungen an Mitarbeiter und Erfüllungsgehilfen.....	33
L.8.	Erlangen und Aufrechterhalten von Marke und Patent .....	33
L.9.	Nichtangriff und Verteidigung der Rechte an Software, Marke und Patenten.....	33
L.10.	Angebotsvorbehalt.....	33
L.11.	Zustandekommen des Lizenzvertrages .....	33
L.12.	Vertraulichkeit und Geheimhaltung.....	33
L.13.	Salvatorische Klausel .....	33
L.14.	Gerichtsstand .....	33

## A. Option auf Abschluss eines Lizenzvertrages

### A.1. Vertragsparteien

#### A.1.1. Lizenzgeber und Emittentin

Immotausch GmbH  
Am Stegskreuz 8  
65719 Hofheim a.Ts.

Eingetragen im Handelsregister Frankfurt a.M. unter der Registernummer: HRB 96219

Vertreten durch den Geschäftsführer: Patrick Riehl

(im Weiteren als Immotausch oder LG bezeichnet)

#### A.1.2. Partner

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

(im Weiteren als Partner oder LN bezeichnet)

### A.2. Präambel

Der LG bietet Cloud-basierte Software-Lösungen sowie das Knowhow dazu als SaaS-Provider an.

Das Alleinstellungsmerkmal ist der Ringtauschalgorithmus:

Er offenbart den richtigen Interessenten, um im (Ring-)Tausch das Wunschobjekt zu erhalten.

Als SaaS-Provider gibt der LG anderen Immobilienservices die Möglichkeit, den eigenen Endkunden den Ringtausch zu ermöglichen und das Gesamtkonzept in ihrer Region umzusetzen.

Beta-Version und Gesamtkonzept sind unter der Domain <https://immotausch.net> veröffentlicht.

Die Marke des Lizenzgebers ist unter der Markennummer 017039462 registriert.

Für den Ringtauschalgorithmus hat der LG Patent beim DPMA angemeldet. Der Patentantrag läuft unter dem Aktenzeichen 10 2022 003 714.9. Die Veröffentlichung des Patentbeschlusses ist für den 14.12.2023 geplant.

Des Weiteren hat der LG PCT-Anträge für die vorläufige Prüfung der internationalen Patentanmeldung gestellt. Das internationale Aktenzeichen lautet PCT/DE2023/000125.

Die teilweise geschwärzte Patentbeschreibung steht bereits zum Download zur Verfügung:

<https://immotausch.net/Content/newpage/pdf/PatentRingtauschalgorithmusBeschreibung.pdf>

Der LN interessiert sich für den Abschluss eines Lizenzvertrages, möchte diesen aber abhängig von der Veröffentlichung des Patentbeschlusses mit dem Aktenzeichen 10 2022 003 714.9 machen.

### A.3. Vertragsgegenstand – Option Rahmenlizenzvertrag für bundesweit Tätige

Der LN erwirbt gegen Zahlung einer Optionsgebühr vom LG das Recht, den ab E. definierten Lizenzvertrag durch einseitige Willenserklärung abzuschließen. Die Option sichert die in den ab E.3 dargestellten, passenden Vertragsmodellen angegebenen Konditionen während der Dauer des Optionsvertrages ab.

<b>Unternehmensgröße</b>	<b>Optionsgebühr</b>
Über 5 Mio. Endkunden	250.000 €
2 Mio. bis 5 Mio. Endkunden	100.000 €
1 Mio. bis 2 Mio. Endkunden	50.000 €
500.000 bis 1 Mio. Endkunden	25.000 €
250.000 bis 500.000 Endkunden	15.000 €
100.000 bis 250.000 Endkunden	10.000 €
50.000 bis 100.000 Endkunden	5.000 €
Unter 50.000 Endkunden	2.500 €

### A.4. Dauer des Optionsvertrages

Die Option läuft nach Ablauf von 3 Monaten nach Abschluss des Optionsvertrages oder mit Veröffentlichung des Patentes ab. Sie verlängert sich um bis zu 10 Monate durch Zahlung einer monatlichen Options-Verlängerungsgebühr.

### A.5. Options-Verlängerungsgebühr

Die Verlängerungsgebühr richtet sich dem Umfang der Option. Der Umfang der Option bemisst sich nach dem angegebenen Gesamtkundenbestand des LN, der für die Option berücksichtigt werden soll. Die Options-Verlängerungsgebühr beträgt 0,05 € pro Kunde.

### A.6. Annahme des Optionsvertrages durch den LG

Der LG bestätigt die Optionsvereinbarung binnen vier Werktagen nach Erhalt der Optionsgebühr oder zahlt die Gebühr innerhalb dieses Zeitraums zurück.

### A.7. Ausübung der Option

Um die Option auszuüben und den Lizenzvertrag anzunehmen, sendet der LN dem LG eine einseitige Willenserklärung unter Angabe des gewünschten Vertragsmodells. Wird die Option nicht ausgeübt, erlischt die Option und geleistete Zahlungen verbleiben beim LG.

### A.8. Schriftformerfordernis

Es bestehen keine mündlichen Nebenabreden. Jegliche Änderungen oder Ergänzungen dieses Vertrages sind nur wirksam, wenn sie schriftlich vereinbart werden.

Dies gilt auch für eine Änderung dieser Schriftformklausel.

### A.9. Salvatorische Klausel

Sollten einzelne Bestimmungen dieses Vertrages unwirksam oder undurchführbar sein oder nach Vertragsschluss unwirksam oder undurchführbar werden, bleibt davon die Wirksamkeit des Vertrages im Übrigen unberührt.

An die Stelle der unwirksamen oder undurchführbaren Bestimmung soll diejenige wirksame und durchführbare Regelung treten, deren Wirkung der wirtschaftlichen Zielsetzung am nächsten kommt, die die Vertragsparteien mit der unwirksamen bzw. undurchführbaren Bestimmung verfolgt haben.

Die vorstehenden Bestimmungen gelten entsprechend für den Fall, dass sich der Vertrag als lückenhaft erweist.

## A.10. Gerichtsstand

Für alle Streitigkeiten aus diesem Vertrag ist, soweit nicht gesetzlich zwingend etwas anderes bestimmt ist, das zuständige Gericht am Sitz des Lizenzgebers vereinbart.

## A.11. Datenschutz

Der LN genehmigt die Speicherung der in diesem Vertrag erfassten Kunden- und Mitarbeiterdaten vor, während und nach Ablauf der Vertragsdauer im gesetzlich zulässigen Rahmen sowie die Datenschutzerklärung des LG.

Die Allgemeine Datenschutzerklärung des LG steht zum Download/ zur Ansicht auf [Immotausch.net](https://immotausch.net) zur Verfügung.

Der aktuelle Link lautet: <https://immotausch.net/de/Home/PrivacyStatement>

## A.12. Sonstige Vereinbarungen

---

## A.13. Unterschriften

Mit Unterzeichnung des Vertrages bestätigen LG und LN die Vereinbarungen in dem Umfang, der sich aus den getroffenen Auswahlmöglichkeiten in der Anlage E und den zur jeweiligen Auswahl zugehörigen Anlagen sowie den allgemeinen Anlagen und dem Bestellformular dieses Vertrages ergibt.

Für den Fall, dass mehrere Personen für diesen Vertrag verantwortlich zeichnen, bitten wir Sie, an der jeweils entsprechenden Stelle zu unterzeichnen und die Funktion anzugeben.

Der Vertrag gilt auch als verbindlich unterzeichnet, wenn nur ein Vertreter des LN den Vertrag unterzeichnet.

---

Ort, Datum	Lizenznehmer (Inhaber, gesetzl. Vertreter)	Funktion
------------	--	----------

---

Ort, Datum	Lizenznehmer (gesetzl. Vertreter / Prokurist)	Funktion
------------	---	----------

---

Ort, Datum	Lizenznehmer (Handlungsbevollmächtigte/r)	Funktion
------------	---	----------

---

Ort, Datum	Lizenzgeber (gesetzl. Vertreter)	
------------	----------------------------------	--

## B. Hintergrund und Vorteile für Immobilienservices

### Integration des digitalen Immobilienservices und Kombination mit anderen Produkten

Immotausch ist eine Onlineplattform, mit der Immobilienservices ihre Endkunden einladen können, sich im jeweiligen Kundenportal zu registrieren und ein Tauschprofil zu hinterlegen. Das Alleinstellungsmerkmal ist der Ringtauschalgorithmus. Er offenbart, an wen die Endkunden ihre aktuelle Immobilie weitergeben müssen, um im Ringtausch die Wunschimmobilie zu erhalten. Den Zugriff auf die Onlineplattform bietet Immotausch als Software-as-a-Service-Provider an.

Fragen auch Sie Ihre Kunden:

"Was suchst du und was machst du dafür frei?"

Als Immobilienservice veröffentlichen Sie die Gesuche der Kunden als Suchanzeigen, auf die sich Verkäufer bei Ihnen melden lange vor der erwarteten Transaktion bei Ihnen melden.

Innerhalb Ihrer Kundendatenbank stellen die Eigentümer, die sich einen Immobilienwechsel wünschen, einen Schatz dar, den Sie über die nächsten Jahre bergen können.

Wer noch kein Immobilieneigentümer ist, eignet sich als Immobiliensparer und Investor.

Mit dem Investment von heute können Sie und Ihre Kunden morgen am Erfolg partizipieren.

Über unser Crowdfunding- und Crowdlendingtool innerhalb der (Tausch-)Angebote können Anbieter die Beleihung und Tokenisierung der eigenen Immobilie initiieren.

Als Vermittler erweitern Sie damit die Zielgruppe der Käufer und der Verkäufer um alle, die sich keine ganze Immobilie leisten können und alle, die einen Teilverkauf der Immobilie anstreben. Sie treten dabei als Vermittler innerhalb eines Systems auf, bei dem die Sparbeiträge der jungen Generation als Immobilienrente für die alte Generation dient.

Stellen Sie sich folgende Fragen:

- Welche Ihrer Kunden möchten in den nächsten 10 Jahren ihre Immobilie wechseln?
- Wer hat noch nicht genug Kapital, um damit eine vollständige Immobilie zu erwerben?
- Welche Kunden interessieren sich für Teilverkauf und Immobilien(-leib)rente?
- Welche Kunden besitzen Eigenkapital, welches sie gerne investieren möchten?
- Welche Ihrer Kunden können einen monatlichen Sparbeitrag von mindestens 130 € investieren?

## C. Hintergrund und Vorteile für Verwaltungseinheiten

### Integration des digitalen Immobilienservices und Kombination mit anderen Produkten

Immotausch ist eine Onlineplattform, über die Unternehmen, aber auch Verwaltungseinheiten Bürgern den zunächst bundesweiten Immobilientausch mit Ringtauschalgorithmus ermöglichen können.

Das Alleinstellungsmerkmal ist der Ringtauschalgorithmus. Er offenbart, an wen die Bürger ihre aktuelle Immobilie weitergeben müssen, um im Ringtausch die Wunschimmobilie zu erhalten. Den Zugriff auf die Onlineplattform bietet Immotausch als Software-as-a-Service-Provider an. Fragen auch Sie Ihre Bürger:

#### "Was suchst du und was machst du dafür frei?"

Als Verwaltungseinheit ermöglichen Sie Ihren Bürgern, bereits bestehenden Wohnraum effizienter zu nutzen. Junge Menschen und Familien möchten sich vergrößern, für Senioren wird zu großer Wohnraum zur unnötigen Belastung. Ein Generationentausch ermöglicht eine bessere Verteilung der Ressourcen.

Die Immotausch GmbH bietet Verwaltungseinheiten, Behörden, Wohnungsbaugesellschaften und anderen staatlichen und privaten Organisationseinheiten eine Vielzahl an Möglichkeiten für eine Zusammenarbeit: Sie reichen von der kostenlosen Nutzung der Plattform durch die jeweilige Einheit über den Abschluss eines (Rahmen-)Lizenzvertrages mit Unterlizenzierungsrecht und Gebietsschutz mit Gewinnbeteiligung aus den Onlinesegmenten bis hin zur Beteiligung an GmbH und Gesamtkonzept.

Dieser Lizenzvertrag bezieht sich auf die Nutzung des Immobilientauschportals durch **Gemeindeebenen** [z.B. Gemeinde-)Verbände, (Stadt-/Orts-)Bezirke, (kreisfreie) Städte], **Kreisebenen** (z.B. Kommunalverbände, Kreise bzw. Stadt- und Landkreise), **höheren Kommunalverbände** (z.B. Regionalverbände), **staatlichen Mittelinstanzen** (z.B. Regierungsbezirke), **Stadtstaaten, Ländern**, den **Bund** oder die **EU** bei der die Immotausch GmbH als Software-as-a-Service-Providerin auftritt.

Weitere Formen der Zusammenarbeit sind im [Pitch Deck](#), im [Rahmenlizenzvertrag](#) und in der Ausarbeitung zum Thema [Tokenisierung mit Immotausch](#) geregelt.

#### Die wichtigsten Vorteile in der Übersicht:

1. Sie bieten Ihren Bürgern den Immobilientausch mit Ringtauschalgorithmus an
2. Bürger veröffentlichen Wohnungen, Häuser, (Zimmer und Grundstücke) als (Tausch-)Angebote
3. Dadurch erhöht sich die Anzahl der bundesweit angebotenen Immobilien von 250k auf 5 Mio.
4. Menschen können einfacher, schneller und günstiger von einer Immobilie zur nächsten wechseln
5. Sie ergänzen Ihre vorhandenen Angebote für günstigeren Wohnraum und Wohnungsbau

#### Die Möglichkeiten für eine Zusammenarbeit bestehen unter anderem in

- einer (gegenseitigen) Verlinkung auf entsprechenden Themenseiten
- einem eigenen Tauschportal mit Bürgerportal für Ihre Kommune/die Kommunen Ihrer Region
- einer Vergütung für Vermittlungen (über Referrer-Link) kostenpflichtiger Services und Produkte der Immotausch GmbH an die eigenen Bürger
- einem rabattierten Zugang bzw. die kostenlose oder vergünstigte Bereitstellung der Leistungen



## D. Zielgruppenanalyse

In der [Zielgruppenanalyse](#), die wir für die geplante Zusammenarbeit mit der Bausparkasse Schwäbisch Hall entwickelt haben, beschreiben wir die Bedürfnisse der Zielgruppen und die passenden Service- und Produktangebote; so auch für die (Sich Verändernden) Mieter.

Untenstehend stellen wir die verschiedenen Gruppen der Sich Verändernden Mieter nach Alter und Familienstatus sowie deren Immobilienbedürfnis als Auszug aus der Zielgruppenanalyse in Übersicht:

### **Singles**

Singles möchten ihre 1-2-Zimmerwohnung gegen eine größere 2-3 Zimmerwohnung tauschen. Insbesondere seit Corona ist der Bedarf an Wohnraum und Wohnqualität gestiegen, da mehr von zu Hause gearbeitet wird.

### **Paare**

Paare möchten ihre 2-3 Zimmerwohnung gegen eine größere 3-4 Zimmerwohnung tauschen. Insbesondere seit Corona ist der Bedarf an Wohnraum und Wohnqualität gestiegen, da mehr von zu Hause gearbeitet wird.

### **Familien**

Familien möchten ihre 3-5-Zimmerwohnung oder ihr kleines Haus gegen eine größere 3-6 Zimmerwohnung oder ein größeres Haus tauschen. Insbesondere seit Corona ist der Bedarf an Wohnraum und Wohnqualität gestiegen, da mehr von zu Hause gearbeitet wird.

### **Senioren**

Senioren wiederum möchten von der aktuellen Immobilie in eine altersgerechte Wohnung oder einen Bungalow umziehen. Denn die Kinder sind bereits aus dem Haus und besitzen eine eigene Immobilie. Die Enkelkinder kommen immer weniger zu Besuch oder sind auch schon groß. Der erhöhte Arbeitsaufwand für Reinigung und Pflege sowie der finanzielle Aufwand für die Instandhaltung, Modernisierung und Bewirtschaftung erhöht den Veränderungsdruck auf diese ältere Generation.

## **Kostenloser (Online-)Vermietungsservice beim Immobilienwechsel**

Als deutsche Verwaltungseinheit bieten Sie Ihren Bürgern die Nutzung unserer Plattform in Ihrer Region im Vermietungsbereich an.

Im Rahmen eines Agenturaccounts (Onlineaccount ohne zusätzliches Servicelevel) bieten wir Ihnen diese Leistung auch **kostenlos und unbegrenzt** an.

## E. Lizenzvertrag

### E.1. Definitionen

Die hier aufgeführten Definitionen haben nicht den Anspruch, die Begriffe allgemein zu definieren. Vielmehr beziehen sie sich auf den Vertragsinhalt in diesem Lizenzvertrag und aus dem Lizenzvertrag.

Sie sollen die vertraglichen Regelungen konkretisieren und bei der Auslegung der in diesem Vertrag und dem Rahmenlizenzvertrag enthaltenen Begriffen dienen.

#### E.1.1. Agent

Als Agent gilt jeder Mitarbeiter, der einen Zugang zur Software erhält.

#### E.1.2. Agentur

Als Agentur gilt jede untergeordnete Organisationseinheit (Filiale, Agentur, Servicebüro), während Superagentur jede übergeordnete Organisationseinheit ist, sofern das Superagenturlevel erwünscht ist.

#### E.1.3. Beta-Version

Eine Beta-Version bezeichnet einen Entwicklungsstand einer Software, in dem ein Teil neuer Funktionen bereits implementiert wurde, die Entwicklung eines Releases jedoch noch nicht abgeschlossen ist.

Bei der vom LG angebotenen Software handelt es sich um eine Beta-Version. Einige in diesem Vertrag und den Anlagen beschriebenen Funktionen müssen entweder noch (weiter-)entwickelt oder getestet werden (siehe Standard-Lizenzvertrag).

#### E.1.4. Business-to-Business

Das Business-to-Business-Geschäft umfasst Verträge mit Unternehmen, die selbst als Dienstleister tätig sind.

#### E.1.5. Business-to-Business-to-Customer

Das Business-to-Business-to-Customer-Geschäft umfasst Verträge mit Unternehmen, die selbst als Dienstleister tätig sind und als solche Beziehungen mit Endkunden mit Hilfe der Software eingehen und/oder verwalten.

#### E.1.6. Business-to-Customer

Das Business-to-Customer-Geschäft umfasst Verträge mit Endkunden.

#### E.1.7. Cloud

Eine Cloud ist eine IT-Ressource, die via Internet verfügbar gemacht wird. Bei diesen Ressourcen kann es sich um Speicherplatz, Rechenleistung, Software (Web-Anwendungen) oder komplette IT-Infrastrukturen handeln.

#### E.1.8. Cloud-basierte Software

Cloud Software ist der Teil des Cloud Computings, der die Anwendungen bzw. Programme umfasst und wird teilweise auch Web-App oder Webanwendung genannt, da das Programm online-basiert, also über das Internet verfügbar ist und wie eine Website im Browser abgerufen und genutzt werden kann.

### **E.1.9. Daten**

Daten sind jegliche vom LN, dessen Erfüllungsgehilfen oder dessen Kunden eingegebene und gespeicherte Informationen.

### **E.1.10. Gemeinschaftsgeschäfte**

Die Teilnehmer des Ringtauschnetzwerkes arbeiten unternehmensübergreifend über das aktive gesamte Lizenzgebiet miteinander zusammen.

Sie werden dabei durch den Ringtauschalgorithmus und die weiteren Funktionen unterstützt.

Dabei gilt zunächst das Kundenprinzip.

Aufgrund der gebotenen Beachtung des Gebietsschutzes bieten die Teilnehmer die Weitergabe von Kauf- und Verkaufsaufträgen gegen erfolgsabhängige Beteiligung in Höhe von 30 % der tatsächlich vereinnahmten Provision an.

Alternativ kann der Inhaber eines Such-, Verkaufs- oder Tauschauftrages eine Leadgebühr in Höhe von 0,08 % der anhand des Angebotspreises bzw. Preisbudgets möglichen Provision gegen Übermittlung des Leads verlangen. Lehnt der LN mit Gebietsschutz beides ab, kann der andere LN das Anliegen seines Kunden selbst betreuen.

### **E.1.11. Immobilienservice**

Immobilienervice im Sinne dieses Vertrages sind Immobilienvermittlungsservices, also Immobilienmakler bzw. institutionelle Immobilienmakler.

Explizit ausgenommen sind weitere Marktteilnehmer, die nicht in der Vermittlung von Immobilien gegen Erfolgsprovision tätig sind, sondern den Immobilientausch mit Ringtauschalgorithmus für ihr eigenes Kollektiv nutzen oder Immobilienguthaben tokenisieren möchten und dabei weitestgehend außerhalb des Immobilienvermittlungsgeschäftes agieren (Wohnbaugesellschaften, Wohnungsbau-genossenschaften, Immobiliengesellschaften, Immobilienaktien-gesellschaften, Fonds, Immobilienfonds, REITs, Immobilien- und (Klein-)Anzeigenportale).

### **E.1.12. Immobilientausch mit Ringtauschalgorithmus**

Der Immobilientausch mit Ringtauschalgorithmus ist die Nutzung des Ringtauschalgorithmus innerhalb der Immobilienbranche. Auf die Frage:

*„Welche Immobilie suchst du und was machst du frei, wenn du diese Immobilie bekommst?“*,

verrät der Ringtauschalgorithmus, wer der geeignete Interessent ist, um im Ringtausch die Wunschimmobilie zu erhalten.

Link zum Erklärvideo: <https://youtu.be/uCsaMEOrPhY>

### **E.1.13. Kapitalabruf-Konten**

Ist der LN ein Kreditinstitut, gilt folgende Regelung für Kapitalanforderungen (Capital Calls):

Der LG kann für sämtliche Zahlungen des LN als Zahlungsweise Capital Calls verlangen. Dazu wird ein gebührenfreies Konto beim LN mit Verzinsung des Guthabens durch den LN auf den Namen des LG oder auf eine oder mehrere vom LG zu benennenden (Vermögensverwaltungs-)Gesellschaften eingerichtet.

Sich ergebende positive Zinserträge werden einer oder mehreren vom LG zu benennenden Vermögensverwaltungsgesellschaften des LG und/oder des Gründers gutgeschrieben.

Der Anteil an Zinserträgen zu Gunsten des Gründers, respektive dessen Vermögensverwaltungsgesellschaften wird limitiert auf 20 % der Jahreszinserträge und Euro 2 Mio. p.m.

Überschüsse aus dem für den Gründer vorgesehenen Anteil der Zinserträge werden für zukünftige Zinsanteile bis drei Dekaden im Voraus zurückgestellt und verzinst.

Richtet der LN dem LG allgemein ein Konto/einen Fonds oder eine sonstige Möglichkeit ein, Guthaben zu hinterlegen, bei dem der LG auch Kaufpreiszahlungen bei Anteilsverkauf an Dritte und sonstige Guthaben hinterlegen bzw. einzahlen kann und bei der eine Verzinsung in Höhe des Zinssatzes für Einlagefazilität oder eine dauerhafte Mindestverzinsung in Höhe von 3,75 % p.a. vereinbart wird, kann der LN verlangen, dass 100 % dieser Zinserträge zu Gunsten des LG, respektive dessen Vermögensverwaltungsgesellschaft ausgeschüttet werden.

#### **E.1.14. Knowhow-Transfer**

Der Lizenzgeber hat in der Vergangenheit ein umfangreiches Knowhow zu möglichen Umsetzungswegen des Immobilietauschs mit Ringtauschalgorithmus entwickelt und dazu ein Gesamtkonzept erschaffen.

Im Rahmen dieses Vertrages ist vorgesehen, dass der LG dieses Knowhow im Rahmen seiner Dienstleistung mit dem LN und dessen Unterlizenznehmern teilt.

#### **E.1.15. Kundenaccount**

Endkunden können einen eigenen Kundenaccount innerhalb des Kundenportals des LN registrieren, um ihre (Ring-)Tauschanliegen, respektive ihr Tauschprofil, Gesuch und/oder (Tausch-)Angebot und die eigenen Profilinformationen und weitere Anliegen zu verwalten.

Mit einem Kundenaccount geht üblicherweise auch eine Vereinbarung einher, eine erfolgsabhängige Vergütung an das betreuende Unternehmen zu zahlen, wenn ein Kaufvertrag zu Stande kommt.

#### **E.1.16. Kundenportal**

Ein Kundenportal ist eine Art Website oder Webanwendung, die sich auf den Informationsaustausch zwischen einem Unternehmen und seinen Kunden konzentriert.

Ein Portal bietet die Möglichkeit, effizienter, d.h. produktiver und direkter zu kommunizieren. Das Kundenportal der LN stellt den Teil der Software dar, über den Endkunden einen eigenen Online-Zugang zur Software im Rahmen eines Kundenaccounts erhalten.

#### **E.1.17. Kundenprinzip**

Beim Immobilietausch oder Ringtausch sind die jeweiligen Provisionen und Honorare vom eigenen Kunden einzufordern.

Jeder bekommt die Käuferprovision und die Verkäuferprovision seines Kunden.

Bei (Tausch-)Angeboten, die nur für den Käufer eine Provisionspflicht vorsehen, teilen die beiden Makler, welche Käufer und Verkäufer betreuen, diese Käuferprovision bzw. die Gesamtprovision, sofern auch der Verkäufer eine Provision oder einen Mehrerlösbonus zahlt.

#### **E.1.18. Kunde-wirbt-Kunde**

Lizenznehmer erhalten einen Weiterempfehlungsbonus (siehe Weiterempfehlung oder Kundenbonus).

#### **E.1.19. Lead**

Anfragen von Interessenten für ein oder mehrere Geschäftssegmente wie z.B. Immobilienkauf, Immobilienverkauf, Immobilietausch, Finanzierung, Geldanlagen, Investitionen und Versicherung.

Für die Übermittlung eines Leads durch den LG bedarf es Kontaktdaten, welche die Kontaktaufnahme ermöglichen. Folgende Datenfelder werden unter anderem erhoben:

Nachname, PLZ, Emailadresse, Telefonnummer.

#### **E.1.20. Lizenzgeber**

Die Immotausch GmbH tritt als Lizenzgeber (LG) für die Lizenzierung der Software auf.

#### **E.1.21. Lizenznehmer**

Lizenznehmer (LN) sind Vertragspartner und ihre Mitarbeiter, die das – zunächst einfache – Recht zur Nutzung der Software zum eigenen Gebrauch oder sonstiger im Vertrag benannten Rechte erlangen.

Hat der Lizenznehmer mehrere Standorte, gelten die Regelungen zu Lizenzen aus G.1. Bei Unterlizenzierungsrecht sind die Regelungen aus G.4. zu beachten.

#### **E.1.22. Monatliche Gebühr**

Die monatliche Gebühr stellt fest definierte und/oder variable Gebühren dar, die sich nach Anzahl der registrierten (Unter-)Lizenznehmer, deren Mitarbeiter (Agents) und Kunden sowie veröffentlichter Suchanzeigen und hinterlegter (Tausch-)Angebote bemessen.

#### **E.1.23. Option**

Die Option ermöglicht dem angehenden LN, sich bei grundsätzlichem Interesse an dem Lizenzvertrag die Lizenzpartnerschaft innerhalb eines festgelegten räumlichen und inhaltlichen Geltungsbereiches zu sichern.

Während der Optionsphase nach Zahlung der Optionsgebühr und vor Ablauf der Frist kann er sich intensiv mit Einzelheiten des Rahmenlizenzvertrages beschäftigen, ggf. Erweiterungen beantragen, sich innerhalb und außerhalb seines Betriebes über die Umsetzung austauschen, um in Ruhe eine fundierte Entscheidung treffen zu können.

#### **E.1.24. Patent**

Ein Patent ist ein hoheitlich erteiltes gewerbliches Schutzrecht für eine Erfindung.

Der Inhaber des Patents ist berechtigt, anderen die Nutzung der Erfindung zu untersagen oder diese zu lizenzieren.

#### **E.1.25. Partnerportal**

Immobilienervices erhalten ein eigenes Partnerportal, das sie als Homepage oder zur Darstellung von veröffentlichten (Tausch-)Angeboten und Suchanzeigen verwenden können.

Je nach Vertragsumfang und gewünschter Weiterentwicklung kann das Partnerportal so ausgebaut werden, dass der LN eine Whitelabel-Lösung als eigenes Immobilitätsaustauschportal mit Registrierung und Abschlussstrecke für alle Cross-Selling-Produkte in Anspruch nehmen kann.

#### **E.1.26. Release**

Unter einem Release (englisch: Freigabe) versteht man in der IT das Entwicklungsstadium einer neuen, freigegebenen und veröffentlichten Version für eine Hard- oder Software. In der Regel erhält jedes Release eine Versions- oder Release-Nummer.

#### **E.1.27. Ringtauschalgorithmus**

Der Ringtauschalgorithmus offenbart mögliche Ringtauschoptionen innerhalb eines Netzwerkes, bei denen Endkunden (Tausch-)Angebote hinterlegt haben und geeignete Angebote identifizieren.

Der Patentantrag läuft unter dem Aktenzeichen 10 2022 003 714.9. Das internationale Aktenzeichen lautet PCT/DE2023/000125.

### **E.1.28. Software**

Die von Immotausch angebotene Software ist eine Webanwendung, respektive eine Cloud-basierte Software. Sie wird gegenüber Lizenznehmern als Software-as-a-Service angeboten.

### **E.1.29. Software-as-a-Service**

Bei dem Nutzungskonzept Software-as-a-Service (SaaS) wird dem Lizenznehmer, begrenzt auf einen bestimmten Zeitraum bzw. im Rahmen eines Abonnements, eine Cloud-basierte Software zur Nutzung zur Verfügung gestellt.

Zu dem „Service“ gehören Dienstleistungen, die in Anlage bzw. im Kapitel G beschrieben sind. Bei der Vergabe von Unterlizenzen nutzt der LN gegenüber Unternehmen als Unterlizenznehmer den jeweils aktuell gültigen SaaS-Lizenzvertrag der Immotausch GmbH.

Auf Nachfrage erhält der LN den jeweils aktuell gültigen Lizenzvertrag auf elektronischem Wege übermittelt.

### **E.1.30. Suchanzeige**

Endkunden und Immobilienservices können gespeicherte Suchaufträge als Suchanzeige veröffentlichen.

Diese Suchanzeigen können beispielsweise von Vermietern und Verkäufern auf der Seite <https://immotausch.net> und auf dem Partnerportal des (Unter-)Lizenznehmers selektiert und eingesehen werden.

Dabei werden nur die Daten des LN und die Daten des jeweiligen Ansprechpartners veröffentlicht. Der LN nutzt diese Möglichkeit zur Leadgenerierung von Eigentümerkontakten.

### **E.1.31. (Tausch-)Angebot**

Ein (Tausch-)Angebot ist jedes Angebot, Tauschangebot oder [Tausch-]Angebot.

Der Ringtauschalgorithmus gemäß Patentanmeldung berücksichtigt (Tausch-)Angebote aller Marktsegmente. Die aktuelle Beta-Version ist jedoch auf den Immobilienbereich ausgerichtet.

#### **E.1.31.1. Angebot**

Der Begriff Angebot steht für ein aktuelles Angebot. Der Anbieter bietet etwas an, in der Regel gegen einen einmaligen oder regelmäßigen Geldbetrag.

Im Immobilienbereich ist das aktuelle Angebot gegen einen einmaligen Geldbetrag die zum Verkauf stehende Immobilie. Der Vermarktungszeitraum beträgt hier etwa 3 – 12 Monate. Im Immobilienbereich wäre die zu vermietende Immobilie das Pendant, um als Beispiel für ein aktuelles Angebot gegen einen regelmäßigen Geldbetrag zu dienen.

#### **E.1.31.2. Tauschangebot**

Der Anbieter bietet etwas ausschließlich zum Tausch an. Der Erhalt des Wunschobjektes von einem Anbieter auf der einen Seite und die Einigung mit einem Interessenten auf der anderen Seite sind zwingende Voraussetzung für die Durchführung der Transaktion.

Erhält er nicht das gewünschte Tauschobjekt, kommt das Geschäft nicht zu Stande.

#### **E.1.31.3. [Tausch-]Angebot**

Der Anbieter bietet etwas an. Dabei hat er ein Tauschanliegen, macht das Zustandekommen des Geschäfts aber nicht davon abhängig, dass er das gewünschte Tauschobjekt erhält.

### **E.1.32. Tippprovision**

Die Tippprovision erhält der Tippgeber für die Beteiligung an der Vermittlung einer Immobilie oder eines Anlage- bzw. sonstigen Produktes.

In manchen Sparten können Lizenznehmer maximal die Tippprovision erhalten, wenn sie keine Gewerbeerlaubnis zur Ausführung der Tätigkeit bzw. zur Beratung und/oder Betreuung des Kunden haben.

### **E.1.33. Umkehrhypothek**

Bei der Umkehrhypothek erhält der Immobilieneigentümer ein Darlehen auf seine abbezahlte Immobilie.

Die Darlehensschuld wächst mit der Laufzeit. In der Buchreihe „Finanzmarkt im Wandel“ ist der Gründer der Immotausch GmbH ausführlich auf diese und weitere Produkte zum Immobilienverzehr eingegangen. Ausschnitte der Buchreihe und Links zum kostenlosen Download der einzelnen Bände befinden sich unter der Domain Immotausch.net im Bereich Eigentümer/Immobilienverzehr.

### **E.1.34. Umsatz**

Umsatz sind die Einnahmen aus einem Segment, die LG oder LN für die Ausübung Ihrer Tätigkeit vom Kunden erhalten. Bei Finanzierungen stellen Marge, Honorare und sonstige Gebühren den Umsatz dar.

Bei Anlageprodukten stellt der Umsatz die vereinnahmte Provision dar. Zur Berechnung gilt die im Konzern des LN vereinnahmte Provision/Marge. Bei Vermittlung von Leads durch den LG an den LN gilt als jeweiliger Umsatz die marktübliche Provision, die für einen LN mit der Größe, dem Netzwerk und dem Umfang des Gesamtgeschäftes üblich ist, wenn die Provisionseinnahmen geringer erscheinen.

### **E.1.35. Verzinsung bei Ratenzahlungsvereinbarungen und Capital Calls**

Bei Vereinbarung von Ratenzahlungen und/oder Capital Calls über Beträge, die bei Vereinbarung einer Einmalzahlung bereits fällig wären, entsteht ein Guthaben des LG beim LN. Der LN verzinst dieses Guthaben mit dem aktuell gültigen Zinssatz für Einlagefazilität. Die dadurch entstehenden Zinsen werden mit dem gleichen Zinssatz verzinst. Eine Negativverzinsung wird ausgeschlossen.

### **E.1.36. Vertragsbeginn mit Patentveröffentlichung**

Im Bewusstsein darüber, dass das Alleinstellungsmerkmal „Ringtauschalgorithmus“ als solches deutlicher zur Geltung kommt, wenn das Patent im Auftrag des Deutschen Patent- und Markenamtes veröffentlicht wurde, gewährt der Lizenzgeber die Möglichkeit eines Vertragsabschlusses, dessen Wirksamkeit mit der Veröffentlichung des Patentbesitzes eintritt.

### **E.1.37. YouTube-Kanal**

Die gesammelten Produkt-, Erklär- und sonstigen Videos inklusive Tutorials mit Nachweis eines erfolgreichen Ringtauschs mit 5 Teilnehmern sind auf dem Kanal des LG veröffentlicht.

Link zum Immotausch-YouTube-Kanal:

<https://www.youtube.com/@Immotausch>

## E.2. Inserate – (Super-)Agenturaccount inklusive Verkaufsbereich

Verwaltungseinheiten können ihren Bürgern den vollen Zugang und somit auch die Veröffentlichung von (Tausch-)Angeboten im Bereich Kauf und Verkauf als (Super-)Agentur ermöglichen. Während die Veröffentlichung von (Tausch-)Angeboten unbegrenzt und dauerhaft kostenlos ist, gehören Verkaufsinserate zu kostenpflichtigen Leistungen. Als Verwaltungseinheit können Sie auf diese Weise eigene Immobilien zum Verkauf veröffentlichen und/oder Bürgern oder bestimmten Zielgruppen in Ihrer Region diese Leistung zu einem von Ihnen festgelegten Preis anbieten.

Leistungsumfang	Agenturaccount Online	Superagenturaccount
<b>Inserate</b>		
<b>Aktuelle Angebote</b>		
Mietwohnungen	Kostenlos und unbegrenzt in Ihrer Region	
Häuser zur Miete		
Eigentumswohnungen	Aktueller Angebotspreis je 11,90 €/Monat bzw. 4 ITC	
Häuser zum Kauf	Aktueller Angebotspreis je 14,99 €/Jahr bzw. 5 ITC	
neue Objektarten	Nach Vereinbarung	
<b>(Tausch-)Angebote</b>		
Mietwohnungen	Kostenlos und unbegrenzt in Ihrer Region	
Häuser zur Miete		
Eigentumswohnungen	Aktueller Angebotspreis je 49 €/Jahr bzw. 19 ITC	
Häuser zum Kauf	Aktueller Angebotspreis je 59 €/Jahr bzw. 23 ITC	
neue Objektarten	Nach Vereinbarung	
<b>Suchanzeigen</b>		
Mietwohnungen	Kostenlos und unbegrenzt in Ihrer Region	
Häuser zur Miete		
Eigentumswohnungen	Nach Vereinbarung	
Häuser zum Kauf	Nach Vereinbarung	
neue Objektarten	Nach Vereinbarung	
*Begrenzung für Inserate je	1 Gigabyte Speicherplatz	20 Gigabyte Speicherplatz

Tabelle 1: Inserate

\* Die Gesamtgröße der gespeicherten Medieninhalte für die angegebenen Inserate wird durch Immutausch auf einen Bruchteil (<15 %) komprimiert. Den angegebenen Speicherplatzkontingenten liegt eine Schätzung der entstehenden Kosten zu Grunde. Diese beziehen sich neben dem Speicherplatz auch auf andere Faktoren wie Datenschutz und Gewährleistung einer stabilen und schnellen Verbindung auch bei hohem Traffic. Wird die gesamte Verwaltungsstruktur mit allen übergeordneten und lokalen Einheiten abgebildet und in einem Kollektivvertrag zusammengefasst, erfolgt die Betrachtung des genutzten Speicherplatzes und der Anzahl der Inserate der jeweiligen Rubriken in der Gesamtmasse. Eine Übersicht der genutzten Kapazitäten erhalten Sie zunächst als Ausdruck oder per Mail, später als Anzeige in der Accountverwaltung. Mehrkosten werden mit 30 % Aufschlag weitergegeben.



### E.3. Modell für Verwaltungseinheiten

Für jede Verwaltungseinheit und bundesweit tätige Organisationseinheiten wird eine Einzellizenz als Agentur (Onlineaccount ohne zusätzlichen Service) oder Superagentur (höheres Servicelevel) vergeben.

Bei Verwaltungseinheiten gilt: Die Gesamtzahl an Lizenzen für eine Region (Landkreise, Bundesländer, die Bundesrepublik Deutschland, die Europäische Union) kann in einem Vertrag gebündelt werden. Je nach Accounttyp ist eine unterschiedliche Anzahl an Mitarbeiter- bzw. Regionallizenzen zulässig.

Jeder Mitarbeiter/jede Verwaltungseinheit hat die Möglichkeit, den eigenen Kunden- bzw. Bürgerbestand bis zur angegebenen Anzahl an Kundenaccounts einzupflegen. Wird die gesamte Verwaltungsstruktur mit allen übergeordneten und lokalen zuständigen Verwaltungseinheiten abgebildet und in einem Kollektivvertrag zusammengefasst, erfolgt die Betrachtung der Kundenaccounts in der Gesamtmasse.

<b>Leistungsumfang</b>	<b>Agenturaccount</b>	<b>Superagenturaccount</b>
<b>Monatliche Kosten pro registrierte Teilnehmer</b>		
Basiskosten je registrierte Einheit*	50 € je Verwaltungseinheit	500 € je Organisationseinheit
Basiskosten je registrierter Bürger*	0,05 €/Bürger pro Monat	0,10 €/Kunde pro Monat
<b>Mitarbeiteraccounts je registrierte Verwaltungseinheit</b>		
Anzahl enthaltene Mitarbeiteraccounts	3	5
Je zusätzlicher Mitarbeiter	+ 10 €/Monat	+ 100 €/Monat
<b>Jahresbeitrag pro Inserat</b>		
Bis 100 registrierte Bürger	15 % Rabatt auf Angebotspreis	15 % Rabatt auf Angebotspreis
Ab 101 registrierte Bürger	20 % Rabatt auf Angebotspreis	20 % Rabatt auf Angebotspreis
Ab 1.000 registrierte Bürger	25 % Rabatt auf Angebotspreis	35 % Rabatt auf Angebotspreis
Ab 10.000 registrierte Bürger	40 % Rabatt auf Angebotspreis	45 % Rabatt auf Angebotspreis
Ab 100.000 registrierte Bürger	55 % Rabatt auf Angebotspreis	65 % Rabatt auf Angebotspreis
Ab 1.000.000 registrierte Bürger	70 % Rabatt auf Angebotspreis	75 % Rabatt auf Angebotspreis
Ab 10.000.000 registrierte Bürger	80 % Rabatt auf Angebotspreis	85 % Rabatt auf Angebotspreis
<b>Konditionen</b>		
Laufzeit	Mindestens 1 Jahr	Mindestens 5 Jahre
Verlängerung nach Erstlaufzeit	um 1 Jahr	um 3 Jahre
Zahlweise	Jahresbeitrag	Monats- oder Jahresbeitrag
Kündigungsfrist	3 Monate	6 Monate
Beitragserhöhung jährlich*	5 %	4 %

Tabelle 2: Beiträge und Konditionen

\*\* Gilt nicht bei Bezahlung in ITC. Bei tatsächlicher Vorauszahlung von mehr als einem Jahr entfällt die Beitragserhöhung für den Zeitraum der Vorauszahlung.

Der Willkommensbonus gilt nicht als Beitragsvorauszahlung. Vorauszahlungen gelten als unwiderrufliche Beitragszahlung für den vorhergesehenen Zeitraum.

#### E.4. Modell für bundesweit tätige Unternehmen ohne Filialnetz

Bundesweit tätige Unternehmen können optional dieses Modell statt dem Agenturmodell wählen. Dabei wird eine Einzellizenz als Agentur (Onlineaccount ohne zusätzlichen Service) oder Superagentur (höheres Servicelevel) gewählt, die als Grundlage für die weitere Bepreisung gemäß Tabelle dient.

Bundesweit tätige Unternehmen ohne Filialnetz können einen Superagenturaccount abschließen, der ein Endkundenportal enthält und dazu Mitarbeiteraccounts auf Agenturlevel registrieren.

<b>Leistungsumfang</b>	<b>Agenturaccount</b>	<b>Superagenturaccount</b>
<b>Monatliche Kosten pro registrierte Teilnehmer</b>		
Basiskosten für Konzernzentrale	4.000 € pro Monat	30.000 € pro Monat
Grundgebühr je registrierter Kunde (A)	0,10 €/Kunde pro Monat	0,10 €/Kunde pro Monat
<b>Mitarbeiteraccounts je registrierte Verwaltungseinheit</b>		
Anzahl enthaltene Mitarbeiteraccounts	3	20
Je zusätzlicher Mitarbeiter	+ 10,00 €/Monat	+ 300 €/Monat
<b>Rabattstaffel auf Verkaufsinserte</b>		
Bis 2.000 registrierte Kunden	20 % Rabatt auf Angebotspreis	
Ab 2.000 registrierte Kunden	40 % Rabatt auf Angebotspreis	
Ab 20.000 registrierte Kunden	55 % Rabatt auf Angebotspreis	
Ab 50.000 registrierte Kunden	65 % Rabatt auf Angebotspreis	
Ab 200.000 registrierte Kunden	75 % Rabatt auf Angebotspreis	
<b>Konditionen</b>		
Laufzeit	Mindestens 1 Jahr	Mindestens 5 Jahre
Verlängerung nach Erstlaufzeit	um 1 Jahr	um 3 Jahre
Zahlweise	Jahresbeitrag	Monats- oder Jahresbeitrag
Kündigungsfrist	3 Monate	6 Monate
Beitragserhöhung jährlich*	5 %	4 %

Tabelle 3: Beiträge und Konditionen

\* Gilt nicht bei Bezahlung in ITC. Bei tatsächlicher Vorauszahlung von mehr als einem Jahr entfällt die Beitragserhöhung für den Zeitraum der Vorauszahlung.

Der Willkommensbonus gilt nicht als Beitragsvorauszahlung. Vorauszahlungen gelten als unwiderrufliche Beitragszahlung für den vorhergesehenen Zeitraum.

## E.5. Agenturmodell - Inserate

Stellen Sie sich eine Kombination von Bauspar- oder Versicherungsprodukten mit einer integrierten Mitgliedschaft im Kundenportal Ihres Agenturaccounts vor. Als Immobilienportal, Makler, Versicherer, Bank oder Bausparkasse mit Immotausch-Lizenz dürfen Sie die Inseratkontingente im Rahmen der Kontingente für Kundenaccounts als beitragsfreie, beitragspflichtige oder mit anderen Produkten kombinierte Leistung anbieten. Bei Zusatzbuchung erhöht sich das Kontingent um eine Suchanzeige und ein (Tausch-)Angebot in der jeweiligen Wunschkategorie für jeden zusätzlichen Kundenaccount.

Leistungsumfang	Agenturaccount Online	Superagenturaccount
<b>Inserate</b>		
<b>Aktuelle Angebote</b>		
Mietwohnungen	30	500
Häuser zur Miete	30	500
Eigentumswohnungen	30	500
Häuser zum Kauf	30	500
neue Objektarten	-	500
<b>(Tausch-)Angebote</b>		
Mietwohnungen	30	500
Häuser zur Miete	30	500
Eigentumswohnungen	30	500
Häuser zum Kauf	30	500
neue Objektarten	-	insg. 500
<b>Suchanzeigen</b>		
Mietwohnungen	30	500
Häuser zur Miete	30	500
Eigentumswohnungen	50	500
Häuser zum Kauf	50	500
neue Objektarten	-	insg. 500
*Begrenzung für Inserate	1 Gigabyte Speicherplatz	20 Gigabyte Speicherplatz

Tabelle 4: Inserate

\* Die Gesamtgröße der gespeicherten Medieninhalte für die angegebenen Inserate wird durch Immotausch auf einen Bruchteil (<15 %) komprimiert. Den angegebenen Speicherplatzkontingenten liegt eine Schätzung der entstehenden Kosten zu Grunde. Diese beziehen sich neben dem Speicherplatz auch auf andere Faktoren wie Datenschutz und Gewährleistung einer stabilen und schnellen Verbindung auch bei hohem Traffic. Wird die gesamte Unternehmensstruktur mit allen übergeordneten und lokalen Büros abgebildet und in einem Kollektivvertrag zusammengefasst, erfolgt die Betrachtung des genutzten Speicherplatzes und der Anzahl der Inserate der jeweiligen Rubriken in der Gesamtmasse. Eine Übersicht der genutzten Kapazitäten erhalten Sie zunächst als Ausdruck oder per Mail, später als Anzeige in der Accountverwaltung. Mehrkosten werden mit 30 % Aufschlag weitergegeben.

## E.6. Agenturmodell - Lizenzen, Beiträge, Konditionen

Für jede Agentur (Zweigstelle, Zweigniederlassung, lokales Büro, Agentur, Servicebüro) und jede Superagentur (in der Struktur übergeordnete Organisationseinheit, z.B. Zentrale, Hauptniederlassung, [Landes-]Geschäftsstelle) wird eine Einzellizenz vergeben. Die Gesamtzahl an Lizenzen kann in einem gemeinsamen Vertrag gebündelt werden. Je nach Accounttyp ist eine unterschiedliche Anzahl an Mitarbeiterlizenzen zulässig. Jeder Mitarbeiter hat die Möglichkeit, seinen Kundenbestand bis zur angegebenen Anzahl an Kundenaccounts einzupflegen. Wird die gesamte Unternehmensstruktur mit allen übergeordneten und lokalen Büros abgebildet und in einem Kollektivvertrag zusammengefasst, erfolgt die Betrachtung der Kundenaccounts in der Gesamtmasse.

Tabelle 5: Beiträge und Konditionen

<b>Anzahl Lizenzen je Account</b>		
Agenturen/Filialen	1	1
<b>Enthaltene Mitarbeiteraccounts</b>		
Vertragsbeginn ab Patentveröffentlichung	5	20
Vertragsbeginn vor Rechtskraft Patent	3	10
Je zusätzlicher Mitarbeiter	+ 50 €/Monat	+ 300 €/Monat
<b>zulässige Zahl an Kundenaccounts je Mitarbeiter</b>		
Vertragsbeginn ab Patentveröffentlichung	25	250
Vertragsbeginn vor Rechtskraft Patent	50	200
Zusatzpaket Kundenaccounts	2 €/Kunde und Monat	1.000 €/1.000 Kunden pro Monat
<b>Beitrag pro Lizenz</b>		
Bis 30 Lizenzen der gleichen Art	250 € oder 10 ITC/Monat	4.000 € oder 80 ITC/Monat
Ab 30 Lizenzen der gleichen Art	225 € oder 9 ITC/Monat	3.600 € oder 72 ITC/Monat
Ab 50 Lizenzen der gleichen Art	220 € oder 8 ITC/Monat	3.000 € oder 60 ITC/Monat
Ab 100 Lizenzen der gleichen Art	200 € oder 8 ITC/Monat	2.600 € oder 52 ITC/Monat
Ab 150 Lizenzen der gleichen Art	185 € oder 7 ITC/Monat	2.000 € oder 40 ITC/Monat
Ab 207 Lizenzen der gleichen Art	175 € oder 6 ITC/Monat	1.850 € oder 30 ITC/Monat
Ab 1.450 Lizenzen der gleichen Art	125 € oder 5 ITC/Monat	1.500 € oder 20 ITC/Monat
<b>Konditionen</b>		
Laufzeit	Mindestens 1 Jahr	Mindestens 5 Jahre
Verlängerung nach Erstlaufzeit	um 1 Jahr	um 3 Jahre
Zahlweise	Jahresbeitrag	Monats- oder Jahresbeitrag
Kündigungsfrist	3 Monate	6 Monate
Beitragserhöhung jährlich*	5 %	4 %

- \* Gilt nicht bei Bezahlung in ITC. Bei tatsächlicher Vorauszahlung von mehr als einem Jahr entfällt die Beitragserhöhung für den Zeitraum der Vorauszahlung. Der Willkommensbonus gilt nicht als Beitragsvorauszahlung. Vorauszahlungen gelten als unwiderrufliche Beitragszahlung für den vorhergesehenen Zeitraum.

## F. Ersteinrichtung – Setup

Die Registrierung eines Agenturaccounts erfolgt zunächst über die Registrierung eines Mitgliedsaccounts. Auf einer noch zu optimierenden Partnerseite entscheiden Sie sich für einen Test-, Agentur- oder Superagenturaccount. Ihre Auswahl wird uns in der User-Übersicht angezeigt. Der Wechsel von einem User-Account, der für Privatkunden vorgesehen ist, zu einem (Super-)Agenturaccount erfolgt über ein Upgrade. Dieses erfordert weitere Schritte von unserer Seite. Dabei hinterlegen wir beispielsweise Unternehmensinformationen und Kontaktdaten für Sie. Die Einrichtung von Mitarbeiteraccounts gemäß Ihrer Strukturangaben ist inbegriffen. Sie können diese allerdings auch selbst hinterlegen. Die Ersteinrichtung Ihres (Super-)Agenturaccounts übernehmen wir kostenlos, wenn Sie sich für einen frühen Vertragsbeginn entscheiden. Sie erfolgt innerhalb von einer Woche nach Vertragsabschluss, Zahlung der Set-Up-Gebühr und Vorauszahlung des Beitrags.

<b>Setup-Gebühr</b>		
Vertragsbeginn vor Patentveröffentlichung	entfällt	entfällt
Vertragsbeginn ab Patentveröffentlichung	250 €	500 €
Vertragsbeginn vor Rechtskraft Patent	500 €	1.000 €

Tabelle 6: Set-Up-Gebühr

## G. Willkommensbonus

Für das Eingehen des Lizenzvertrages zu einem frühen Zeitpunkt und für lange Laufzeiten belohnen wir Sie mit einem Willkommensbonus. Der Willkommensbonus kann ausschließlich auf zu zahlende Beiträge angerechnet werden. Ergibt sich ein negativer Beitragswert unter Anrechnung des kumulierten Willkommensbonus, wird für die Berechnung des ersten Beitrags auch die nachfolgende Beitragsperiode berücksichtigt. Bei einem Upgrade von Agenturaccount auf Superagenturaccount wird der bereits gewährte Willkommensbonus mit dem Superagenturwillkommensbonus verrechnet.

<b>Willkommensbonus (kumulativ)</b>		
Vertragsabschluss vor Patentveröffentlichung	500 €	2.500 €
Bei 5-Jahresvorauszahlung*	1.000 €	2.500 €
Bei Erstvertragslaufzeit 10 Jahre**	1.000 €	5.000 €
Bei Erstvertragslaufzeit 20 Jahre**	1.500 €	10.000 €

Tabelle 7: Willkommensbonus

- \* Bei tatsächlicher Beitragsvorauszahlung von fünf Jahresbeiträgen. Der Willkommensbonus wird hierbei nicht berücksichtigt.
- \*\* Diese Boni sind nur für institutionelle Partner möglich.

## H. Beta-Version

Auch bei Zahlung des Beitrags vor und nach Vertragsbeginn akzeptiert der Partner, dass es sich zunächst um eine Beta-Phase handelt, in der die Funktionen von Immotausch gemeinsam getestet und entsprechend den Bedürfnissen der Partner weiterentwickelt werden. Um die hohen Sicherheitsstandards einzuhalten, muss vor dem Einpflegen von personenbezogenen Daten und der Registrierung von Kundenaccounts die Freigabe aller Administratoren und zuständigen Abteilungen abgewartet werden. Der Partner haftet für eigenes Verschulden und für das Verschulden seiner Mitarbeiter.

### Testphase

Gerne können Sie eine Testphase für maximal 3 Monate nutzen, um die Funktionen von Immotausch auszuprobieren. Die Registrierung eines Accounts für eine Testphase gilt nicht als Vertragsannahme. Eventuell garantierte Vorteile für einen frühzeitigen Vertragsbeginn gelten nicht für die Testphase, sondern ausschließlich bei Vertragsbeginn und Beitragszahlung vor Fristablauf.

## I. Schulungen und Webinare

Immotausch wird innerhalb von 3 Monaten nach Vertragsbeginn mit der Erstellung von Tutorials für die zur Verfügung stehenden Funktionen beginnen. Die vorherige Zeit wird zum Teamaufbau, für Absprachen unter den Geschäftsleitungen, für eventuelle Anpassungen und Produktintegrationen genutzt. Auf diese Weise kann zunächst eine Weiterentwicklung erfolgen, auf deren Grundlage dann die Tutorials erstellt werden, um eine Mehrfachschulung zu vermeiden. Bei Weiterentwicklungswünschen verschiebt sich die Erstellung der Tutorials um die Zeit der Weiterentwicklung.

Auf Wunsch werden Webinare eingerichtet, an denen eine Vielzahl von Mitarbeitern teilnehmen kann. Immotausch ist für die Durchführung dieser Webinare zuständig. Die Anzahl und Termine für Webinare werden nach Vertragsabschluss vereinbart. Tutorials sind Webinaren grundsätzlich vorzuziehen. Für alle Superagenturaccounts und deren registrierte Mitarbeiter wird spätestens vier Wochen nach Vertragsbeginn ein wöchentliches Webinar eingerichtet (z.B. über „Cisco Webex“), in welchem schrittweise die Funktionen vorgeführt werden, bis entsprechende Tutorials und Lernvideos erstellt und veröffentlicht worden sind. Die Webinare werden mit einer Dauer von 1 – 2 Stunden angesetzt. Alle zusätzlichen Webinare werden als Beratungsaufwand abgerechnet.

Schulungen werden mit einer Teilnehmerzahl von maximal 50 Teilnehmern durchgeführt und im Rahmen des angefragten Beratungskontingentes berechnet. Die Kosten für Raummiete, Verpflegung und weitere im Zusammenhang mit Schulungsmaßnahmen entstehenden Kosten trägt der Partner.

## J. Servicelevel

### J.1. Allgemein

Die Preise sind Grundpreise für die Nutzung der Lizenzen. Der LN trägt sämtliche Kosten für die Nutzung der Software und/oder der Marke. Fragen der Mitarbeiter und Unterlizenznehmer des LN werden insbesondere in der Einarbeitungsphase der ersten sechs Monate nach Vertragsbeginn gesammelt und in einer FAQ-Liste auf der Website dargestellt. Telefonische Auskünfte werden nur an Super-Agenturen erteilt. Es besteht keinerlei Kürzungsrecht für Beitragszahlungen bei Nichterfüllung. Je nach Gesamtbeitrag, Investitionssumme, Kooperationsbereitschaft und Beziehung mit dem Partner wird im Rahmen von individuellen Verhandlungen über Inklusivleistungen und Zusatzkosten entschieden. Die Parteien werden sich nach Vertragsabschluss während der folgenden 24 Monate über einen Dienstleistungskatalog und Preise für Zusatzleistungen verständigen und einen Vertrag über Outsourcing-Dienstleistungen vereinbaren. Während dieser Phase werden zusätzliche Leistungen als zusätzlicher Beratungsaufwand abgerechnet. Aufgrund von Wartungsarbeiten oder allgemeinen Störungen kann es zu Unterbrechungen der Leistungen kommen. Aus diesem Grund besteht allgemein keine Garantie, dass die Services rund um die Uhr aufrechterhalten werden. Immotausch ist berechtigt, jährlich bis zu 6 Wochen Betriebsferien einzurichten. Während dieser Zeit bleiben die Onlinefunktionen aufrechterhalten. Bei Höherer Gewalt akzeptiert der LN erhebliche Serviceeinbußen ohne Kürzungsrecht.

### J.2. Servicelevel II

Immotausch wird nach besten Kräften eine umgehende Beantwortung/Rückruf innerhalb von 24 Stunden bzw. bis zum Ende des nächsten Werktages gewährleisten. Eine eventuell notwendige Bearbeitung erfolgt, je nach Aufwand, innerhalb von ca. 3 Werktagen (ausgenommen Entwicklungsanforderungen). Die Bürozeiten werden auf eine Zeit von 8 – 18 Uhr aufgebaut. Bei Abbildung Ihrer vollständigen Organisationsstruktur mit mehr als 50 Superagenturaccounts innerhalb des eigenen Gebietsschutzes werden erweiterte Service- und Erreichbarkeitszeiten von 7 – 20 Uhr ausgebaut. Während der Aufbauphase der Unternehmens- und Mitarbeiterstruktur akzeptiert der Partner längere Antwortfristen. Gleichartige Anfragen werden insbesondere in dieser Phase gesammelt und in einer FAQ-Liste sowie in Tutorials und Schulungsvideos auf der Webseite dargestellt. Hierzu wird ein interner Bereich aufgebaut.

<b>Besondere Leistungen</b>		
Partnerportal	Auf Immotausch.net*	Auf Ihrer Wunschdomain**
Servicelevel	Allgemein	Allgemein + Level II
Schulung	Onlinevideos	Schulung oder Webinar

Abb. 1: Besondere Leistungen

### J.3. Zusätzliche Kosten

\*\* Eigene oder freie Wunschdomain/Konnektierung auf eigene IP-Adresse mit eigenem Nameserver: Nicht mehr Immotausch.net, sondern Ihr eigener Domainname wird in der Adressleiste des Browsers angezeigt. Die Kosten für die Konnektierung und das Betreiben des Partnerportals auf einer Wunschdomain trägt der jeweilige Partner. Auf Anfrage erstellt Immotausch ein Angebot entsprechend den Anforderungen des Partners. Die Kosten für die Erstellung des Angebotes übernimmt der Partner.

### J.4. Kosten für Änderungen und Erweiterungen

Jegliche Änderungen und Erweiterungen, die auf Verlangen eines Partners durchgeführt werden, erfolgen auf dessen Kosten. Immotausch wird dazu die voraussichtlich anfallenden Kosten

schätzen und als unverbindliches Angebot übermitteln. Die Kosten für die Erstellung des Angebotes trägt der Partner. Jegliches Brainstorming, Ideen- und Lösungsfindung sowie sonstiger Planungs- und Besprechungsaufwand vor und während der Angebotserstellung wird als zusätzliche Beratungsleistung berechnet. Jegliche in Auftrag gegebenen Änderungen und Erweiterungen werden durch einen im Voraus zu leistenden Entwicklungskostenzuschuss des Partners durchgeführt. Der Beginn der Planungs- und Entwicklungsarbeiten erfolgt frühestens innerhalb von 5 Tagen nach Erhalt des jeweiligen Entwicklungskostenzuschusses. Nach Abschluss der Weiterentwicklungsarbeiten erfolgt eine Abrechnung. Mehrkosten werden sofort fällig und zahlbar. Immutausch ist berechtigt, Anpassungen des Angebots während der jeweiligen Entwicklungsphase durchzuführen, wenn das notwendige Budget unterschätzt wurde. Minderkosten werden als Entwicklungskostenrücklage für den Partner zurückgestellt. Immutausch behält das geistige Eigentum an der Weiterentwicklung. Bei grundsätzlichem Entwicklungsbedarf im Interesse des Partners wird ein Mindestentwicklungskostenzuschuss in Höhe von 250.000 € pro Kalenderjahr und als erste Vorauszahlung für den Entwicklungskostenzuschuss innerhalb von 6 Wochen nach Vertragsunterzeichnung fällig.

## **J.5. Zusätzlicher Beratungsaufwand sowie Schulungsmaßnahmen vor Ort**

Immutausch bietet Beratungsleistungen rund um die Anwendungsmöglichkeiten des Portals und für die Entwicklung eigener bzw. gemeinsamer Produkte an. Für Beratungsleistungen erhält Immutausch eine Honorarvergütung: Die telefonische Betreuung durch Mitarbeiter wird anteilig mit einem Stundensatz von 180,00 €, telefonische Betreuung durch Geschäftsleitung mit einem Stundensatz von 250,00 € berechnet. Sonstige Hilfs- und Unterstützungsarbeiten durch Mitarbeiter von Immutausch werden stundenweise mit 250,00 € pro Stunde abgerechnet.

Das abrechnungsfähige Honorar liegt bei 1.800 € Tagessatz für Mitarbeiter, bzw. 2.500 € für die Geschäftsleitung und wenn die Beratung durch Führungskräfte, Experten, oder vor Ort durchgeführt wird; für Knowhow-Transfer liegt der Tagessatz bei 8.000 €. Beginn und Ende werden dabei durch die Anwesenheit am Unternehmenssitz des Partners begründet. Vorbereitende Maßnahmen für Beratungsleistungen oder für gewünschte Schulungsmaßnahmen werden auch im Rahmen von Büro- und Heimarbeiten begründet und mit dem gleichen Satz berechnet. Es bedarf für deren Berechnung keiner Anwesenheit am Unternehmenssitz des Partners.

Honorar- und Zeittafel

Zeiteinheiten Abrechnung (je angefangene Zeiteinheit):

Accountgebühren*:	Monat oder Jahr
Beratung durch Mitarbeiter (Vor Ort):	Tag
Telefonische Betreuung:	Viertelstunde
Beratung durch die Geschäftsleitung:	Stunde
Sonstige Hilfs- und Unterstützungsarbeiten durch Mitarbeiter:	Stunde
Reisekosten	
PKW-Fahrtkosten:	0,90 € pro gefahrenen Kilometer
Sonstige Reisekosten (Bahn, Flugzeug, Taxi):	nach Beleg
Übernachtung:	nach Beleg
zzgl. Spesen pro Tag:	300,00 €
sonstige Nebenkosten	
Nebenkosten und Auslagen soweit vereinbart:	nach Beleg

\* In der Erstvertragslaufzeit wird der Willkommensbonus auf die Beiträge angerechnet. Verteilt sich der Willkommensbonus aufgrund der Beitragssituation bei mehr als 30 (Super-)Agenturen auf einen Zeitraum von mehr als einem Jahr, erfolgt eine Sonderaufteilung des sich ergebenden Erstbeitrages. Die Sonderaufteilung erfolgt je nach Verteilungszeitraum des Willkommensbonus



gemäß Rechnungserstellung nach Ermessen der Immotausch GmbH. In ein bis zwei Raten werden ca. 88 % des sich ergebenden Erstbeitrages für die Erstvertragslaufzeit als sofort fällige Vorauszahlung, der übrige Betrag gleichmäßig in Jahresraten fällig.

## **J.6. Zahlweise allgemein und bei Beratungen und anderen Zusatzleistungen**

Alle Zahlungen erfolgen frei von Kosten für die Immotausch GmbH per Überweisung mit Eingang spätestens zum Fälligkeitstermin. Der Partner übermittelt frühzeitig eine Einschätzung des geplanten Bedarfs und leistet pro Quartal im Voraus. Es erfolgt eine quartalsweise Abrechnung. Mehrkosten sind innerhalb von 14 Tagen nach Abrechnung auszugleichen. Minderkosten werden als Gutschrift auf das übernächste Quartal angerechnet. Ab einer Accountzahl von 50 Superagenturaccounts wird eine Mindestvorauszahlung in Höhe von 200.000 € für das erste Jahr vorausgesetzt, um notwendige Schulungsmaßnahmen durchführen zu können.

## **J.7. Marketing, Onlinemarketing als SEM und in Social-Media-Kanälen**

Die untenstehenden Regelungen gelten für alle Segmente, die zum Geschäftsmodell des LG gehören und nicht bereits zuvor vom LN beworben wurden. Allerdings gelten die Regelungen bedingungslos für den Immobilitätsaustausch mit Ringtauschalgorithmus und damit zusammenhängende SEM-Maßnahmen und die zugehörigen Begriffe, die sich auf den Immobilitätsaustausch, den Immobilienwechsel oder sonstige Immobilientransaktionen außer Kauf, Verkauf, Miete und Vermietung beziehen.

Lizenznehmer müssen diese Vereinbarung auch gegenüber Unterlizenznehmern durchsetzen.

### **J.7.1. Steuerung der Marketingmaßnahmen**

Immotausch steuert die weltweiten Marketingmaßnahmen, unter anderem im Bereich Search Engine Marketing (SEM) und Social-Media-Marketing zur Generierung von Leads und Neukunden sowie Fernseh-, Radio-, Presse- und Onlinewerbung für alle Segmente.

### **J.7.2. Ziel der zentralen Marketingsteuerung – geringe Kosten**

Auf diese Weise soll ein Überblick für den LG möglich sein und verhindert werden, dass die Lizenznehmer gegenseitig die Marketingkonditionen in die Höhe treiben. Ziel ist es, in einem Netzwerk zu arbeiten, bei denen die Marktteilnehmer keine selbstschädigenden Maßnahmen durchführen, sondern die Leadpreise niedrig sind.

### **J.7.3. Ziel der zentralen Marketingsteuerung – hohe Qualität**

Zur Sicherstellung eines gemeinsamen, hohen Qualitätslevels steuert Immotausch auch die Erstellung von Templates und die ggf. individuelle Finalisierung für sonstige Werbemaßnahmen, die im Zusammenhang mit dem Immobilitätsaustausch oder dem Ringtausch und den weiteren Segmenten des Gesamtkonzeptes stehen.

### **J.7.4. Umfang der zentralen Marketingsteuerung**

Dazu gehören neben den oben erwähnten Maßnahmen auch Broschüren, Flyer, Aufsteller, Plakate, sonstiges Druckmaterial, Memes, Werbebanner, Werbegeschenke und Erklärvideos.

Die LN beauftragen Immotausch bei jeder gewünschten Marketingmaßnahme außer bei im eigenen Haus auszuführendem Inbound Marketing, Newslettern, Insertion von Immobilienangeboten und Suchanzeigen sowie dem eigenen Webauftritt auf eigener Webseite oder eigenen Landingpages. Die LN tragen die anteiligen Kosten für Marketingmaßnahmen im Rahmen der zusätzlichen Kosten.

#### **J.7.5. Beteiligung an gemeinsamen, überregionalen Marketingmaßnahmen**

Bei regionalen oder überregionalen Marketingmaßnahmen, die auch das Gebiet des LN betreffen, beteiligt sich der LN jährlich mit 0,5 % der vollen, angepassten Eintrittsgebühr.

#### **J.7.6. Planung und Durchführung der Marketingmaßnahmen**

Die ImmoTausch GmbH führt die Steuerung und Durchführung der Marketingmaßnahmen durch Drittanbieter oder selbst zu marktüblichen Konditionen durch.

#### **J.7.7. Regionale Landingpages**

Der LG plant regionale Landingpages mit Darstellung der regionalen Lizenznehmer. Die regionalen Landingpages werden zur Generierung von Leads verwendet. Der LN erhält diese Leads gegen die vereinbarte Leadgebühr oder übernimmt auf ausdrücklichen Wunsch die Kosten gemäß dieser Vereinbarung, um selbst Leads zu generieren.

#### **J.7.8. Deckelung der Marketingkosten für LN mit direkter Beteiligung ab 500.000 €**

Lizenznehmer, die gleichzeitig Gesellschafter mit einer Mindestbeteiligung von 500.000 € sind, erhalten eine Deckelung der Preise auf „entstandene Kosten (Personal-, Anzeigen-, Erstellung des Werbematerials, sonstige entstandene Kosten) + 15 % Marge“.

#### **J.7.9. Deckelung der Marketingkosten für LN mit direkter Beteiligung ab 2 Mio. Euro**

Lizenznehmer, die gleichzeitig Gesellschafter mit einer Mindestbeteiligung von 2 Mio. Euro sind, erhalten eine Deckelung der Preise auf „entstandene Kosten (Personal-, Anzeigen-, Erstellung des Werbematerials, sonstige entstandene Kosten) + 10 % Marge“.

#### **J.8. Leadgenerierung des LG für den LN**

Der LG generiert im Immobilienbereich Leads für die LN in Form von Such-, Verkaufs- oder Tauschtaufträgen in den jeweiligen Regionen gegen eine Leadgebühr in Höhe von 0,08 % des Angebotspreises bzw. des Preisbudgets.

#### **J.9. Gemeinschaftsgeschäft**

In Einzelfällen kann auch ein Gemeinschaftsgeschäft auf Erfolgsbasis vereinbart werden, bei dem der LG 15 % - 50 % der vereinnahmten Provision vom LN erhält, respektive der LN 50 % - 85 % der durch den LG vereinnahmten Provision erhält.

Die folgenden Werte gelten zwischen LG und LN vereinbart, wenn ein Gemeinschaftsgeschäft gewünscht ist, aber keine Einzelregelung getroffen wurde:

##### **J.9.1. Tipp Provision für den reinen Lead**

Für die Weiterleitung eines Tipps erhält der LG einen Anteil in Höhe von 15 % der vereinnahmten Provision vom LN.

##### **J.9.2. Provisionsanteil bei Weiterleitung von Such-, Verkaufs- oder Tauschtaufträgen**

Bei Weiterleitung eines Such-, Verkaufs- oder Tauschauftrages erhält der LG einen Anteil in Höhe von 30 % der vereinnahmten Provision vom LN.

##### **J.9.3. In übrigen Fällen**

In den übrigen Fällen gilt das Kundenprinzip bzw. 50 % der vereinnahmten Provision für den Lizenzgeber.

### **J.10. Konsequenzen bei Ablehnung von Leads**

Lehnt der LN mit Gebietsschutz ab, kann der LG das Kundenanliegen selbst betreuen oder trotz Gebietsschutz an einen Partner weiterleiten, der das Kundenanliegen betreut.

### **J.11. Verpflichtung zur Betreuung von Kundenanliegen**

Bei Gemeinschaftsgeschäften ist der LN verpflichtet, das Kundenanliegen mit der zur Verfügung stehenden Kapazität und nach bestem Wissen und Gewissen zu betreuen.

### **J.12. Verpflichtung zur Dokumentation der Betreuung**

Der LN ist zur Dokumentation der Betreuung und zur Herausgabe der Dokumentation auf Verlangen des LG verpflichtet.

## **K. Qualitäts- und Verhaltenskodex (für Immobilienmakler)**

Alle Beteiligten haben ein Interesse an einem hohen Qualitätsstandard für den Immobilienmarkt rund um den Ringtausch. Aus diesem Grund verpflichten sich alle LN freiwillig zur Einhaltung des Qualitäts- und Verhaltenskodex in Ihrer Funktion als Immobilienmakler.

### **K.1. Aus- und Weiterbildung**

#### **K.1.1. Regionale Kenntnis**

Alle (Unter-)Lizenznehmer müssen mit den einschlägigen Gesetzen (insbesondere das UWG), Verordnungen, Bestimmungen, Sitten, Gepflogenheiten, Normen und Praktiken vertraut sein, die das Immobiliengeschäft in ihrer Gemeinde, Stadt, ihrem Kreis oder Land betreffen.

#### **K.1.2. Weiterbildung**

Alle (Unter-)Lizenznehmer verpflichten sich, im gesetzlich vorgeschriebenen Weiterbildungsumfang an Schulungs- und Weiterbildungsmaßnahmen teilnehmen.

### **K.2. Verhalten gegenüber Dritten**

#### **K.2.1. Öffentliche Wahrnehmung**

Alle (Unter-)Lizenznehmer verpflichten sich, solche Praktiken bei Immobiliengeschäften in ihrer Gemeinde zu unterbinden, die der Öffentlichkeit schaden oder den Immobilienbereich in Misskredit bringen können. In diesem Zusammenhang sollen Rechtsstreitigkeiten von (Unter-)Lizenznehmer nur geführt werden, wenn sie unbedingt nötig und unvermeidbar und andere Mittel der Streitbeilegung fehlgeschlagen sind.

#### **K.2.2. Anti-Diskriminierungs-Schutz**

Kein (Unter-)Lizenznehmer darf jemandem aufgrund von Rasse, Hautfarbe, Religion, Geschlecht, Behinderung, Familienstatus oder Herkunft die gleichen beruflichen Dienstleistungen verweigern. Kein (Unter-)Lizenznehmer darf sich an Maßnahmen oder Vereinbarungen beteiligen, deren Zweck es ist, Personen aufgrund von Rasse, Hautfarbe, Religion, Geschlecht, Behinderung, Familienstatus oder Herkunft zu diskriminieren.

#### **K.2.3. Unterlassung von rufschädigendem Verhalten**

Kein (Unter-)Lizenznehmer darf öffentlich die Geschäftspraktiken eines anderen im Immobilienbereich Tätigen in Verruf bringen, noch von sich aus seine Meinung zu Geschäftstätigkeiten eines anderen im Immobilienbereich Tätigen äußern. Wird ein (Unter-)Lizenznehmer um seine Meinung gebeten und hält dieser (Unter-)Lizenznehmer es für angemessen, sich zu äußern, so ist diese Meinung mit standesgemäßer Zurückhaltung und Höflichkeit zu äußern.

#### **K.2.4. Verpflichtung zur Wahrung der Kundeninteressen**

(Unter-)Lizenznehmer dienen den Interessen ihrer Kunden und schützen sie, wobei sie gleichzeitig alle an einem Geschäftsvorgang beteiligten Parteien fair behandeln.

#### **K.2.5. Anspruch an die Qualität der Dienstleistung und Beratung**

Jedes (Unter-)Lizenznehmer ist dazu angehalten, mindestens ein solches Maß an kompetenten Dienstleistungen zu erbringen, wie es gewöhnlich von der Öffentlichkeit bei Geschäften mit einem im Immobilienbereich Tätigen erwartet wird. Kein (Unter-)Lizenznehmer darf in Angelegenheiten beraten, die über sein Fachwissen hinausgehen.

### **K.3. Ge- und Verbote**

#### **K.3.1. Verbot von Täuschung und betrügerischen Praktiken**

Kein (Unter-)Lizenznehmer darf einen Verkäufer, einen Käufer, einen im Immobilienbereich Tätigen oder eine an einem Geschäftsvorgang beteiligte Partei täuschen oder bei der Ausübung seiner Tätigkeit betrügerische Praktiken anwenden.

#### **K.3.2. Wahrheitsgehalt**

Kein (Unter-)Lizenznehmer darf übertreiben, unzutreffende Aussagen machen oder einschlägige Tatsachen preisgeben, die sich auf eine Eigentumsübertragung beziehen. Dabei muss der Lizenznehmer auf ihm bekannte Mängel hinweisen, die den Wert einer Immobilie oder deren beabsichtigte Nutzung erheblich beeinträchtigen. Allerdings sind (Unter-)Lizenznehmer nicht verpflichtet, verborgene Mängel an den Immobilien aufzudecken oder hinsichtlich solcher Angelegenheiten zu beraten, die über ihre Sachkenntnis hinausgehen.

Alle (Unter-)Lizenznehmer sind dazu angehalten, in ihrer Werbung oder in öffentlich gemachten Angaben zutreffende und genaue Informationen zu liefern und die Öffentlichkeit in keiner Weise zu täuschen.

#### **K.3.3. Verbot von Direktkontakt zum Eigentümer bei Verhandlungen**

Verhandlungen hinsichtlich einer Immobilie, mit der ein im Immobilienbereich Tätiger exklusiv beauftragt ist, sind mit diesem zu führen und nicht mit dem Eigentümer der Immobilie, es sei denn, der im Immobilienbereich Tätige erteilt hierzu seine Zustimmung.

### **K.4. Offenlegung**

#### **K.4.1. Offenlegung der Verhältnisse**

Kein (Unter-)Lizenznehmer soll – für sich, ein Familienmitglied, seine Firma oder deren Mitarbeiter oder ein Unternehmen, an dem es wesentliches Eigentumsrecht hat – ein Recht an Immobilien erwerben, mit deren Verkauf oder Kauf es beauftragt ist, ohne dem Verkäufer seine wahre Position mitzuteilen. Beim Verkauf von Immobilien, die Eigentum des (Unter-)Lizenznehmers sind oder an denen es ein Eigentumsrecht besitzt, hat er dies dem Käufer mitzuteilen.

#### **K.4.2. Offenlegung von Beteiligungen**

Kein (Unter-)Lizenznehmer darf einem Kunden raten, sich einer Organisation oder einem Unternehmen zuzuwenden, an dem er über eine finanzielle Beteiligung verfügt, ohne dem Kunden zum Zeitpunkt der Empfehlung diese Beteiligung mitzuteilen.

#### **K.4.3. Offenlegung der Position**

Jeder (Unter-)Lizenznehmer ist dazu angehalten, die Auftragsverhältnisse und seine Position innerhalb der Beziehungen zwischen LG, LN, Käufer und Verkäufer bei der ersten sich bietenden Möglichkeit anzuzeigen.

#### **K.4.4. Offenlegung der Angebote und Ringtauschoptionen**

Bis zum Abschluss eines Geschäfts sind alle (Unter-)Lizenznehmer dazu angehalten, alle Vermietungs- und Verkaufsangebote sowie alle Ringtauschoptionen dem Käufer so schnell wie möglich (ggf. mit Hilfe der Immutausch-Software) und in einer objektiven und unvoreingenommenen Weise zukommen zu lassen.

#### **K.4.5. Offenlegung bei Gemeinschaftsgeschäften**

(Unter-)Lizenznehmer sind dazu angehalten, ein angenommenes Angebot einem Makler oder Verkäufer, der die Zusammenarbeit sucht, mitzuteilen.

#### **K.4.6. Offenlegung der Vergütungsstruktur**

(Unter-)Lizenznehmer sollen keine Abreden treffen, wonach sie Vergütungen beim jeweiligen Geschäft von mehr als einer Partei erhalten, wenn nicht alle anderen Parteien davon Kenntnis haben.

### **K.5. Werbung und Marketing**

#### **K.5.1. Einholung der Zustimmung bei Werbeschildern**

Schilder, die darauf hinweisen, dass eine Immobilie zum Verkauf, Leasen, Tausch oder zur Vermietung steht, dürfen nicht ohne die Zustimmung des Eigentümers angebracht werden.

#### **K.5.2. Werbung mit Erfolgsaussagen**

Nur wenn der (Unter-)Lizenznehmer der beauftragte Makler oder Verkäufer war, darf er angeben, die Immobilie „verkauft“ zu haben, auch wenn der Verkauf durch die Mitwirkung eines anderen im Immobilienbereich Tätigen zustande gekommen ist. Nach Abschluss des Geschäfts allerdings darf der beauftragte Makler oder Verkäufer es den mitwirkenden Maklern oder Verkäufern nicht untersagen, ihre „Mitarbeit“, „Beteiligung“ oder „Unterstützung“ an dem Geschäft anzuzeigen oder ähnliche Aussagen zu machen.

#### **K.5.3. Cross-, Up- und Downselling im Sinne des Gesamtkonzeptes**

Immotausch darf Kontakt mit Kunden von (Unter-)Lizenznehmern aufnehmen, um Dienstleistungen, die sich von der zu diesem Zeitpunkt von dem (Unter-)Lizenznehmer erbrachten Dienstleistung unterscheiden, anzubieten oder um Verträge über eine solche Dienstleistung abzuschließen. Bei gegenseitiger Beteiligung erhält der Lizenznehmer den entsprechenden Gewinnanteil.

### **K.6. Verhalten in Rechtsangelegenheiten**

#### **K.6.1. Qualität von Inhalt und Aufzeichnung von Vereinbarungen mit Kunden**

(Unter-)Lizenznehmer haben, soweit möglich, dafür Sorge zu tragen, dass alle finanziellen Verbindlichkeiten und Verpflichtungen zwischen Lizenznehmern und deren Kunden bei Immobiliengeschäften und Unterlizenznehmern hinsichtlich (Unter-)Lizenzvereinbarungen schriftlich oder falls rechtlich möglich elektronisch abgefasst werden, dass die genaue Abrede zwischen den Parteien zum Ausdruck gebracht wird und dass die Abrede auch im Übrigen den gesetzlichen Bestimmungen entspricht.

#### **K.6.2. Aushändigung von Ausfertigungen für alle Vertragsparteien**

Wenn eine an einem Geschäft beteiligte Partei eine Urkunde unterzeichnet oder abzeichnet, so sind die (Unter-)Lizenznehmer dazu angehalten, sicherzustellen, dass die Parteien eine Abschrift einer solchen unterzeichneten oder abgezeichneten Urkunde erhalten.

#### **K.6.3. Empfehlung zur Inanspruchnahme einer Rechtsberatung**

Alle (Unter-)Lizenznehmer sind dazu angehalten, ihren Kunden zu empfehlen, sich einen Rechtsberater zu nehmen, wenn das Interesse des Kunden dies erfordert.

## **K.7. Verhalten untereinander**

### **K.7.1. Harmonie**

Bei der Ausübung ihrer Geschäfte sind – ungeachtet XV.3 – alle (Unter-)Lizenznehmer bemüht, Auseinandersetzungen mit anderen im Immobilienbereich Tätigen zu vermeiden.

### **K.7.2. Einholung von Informationen vor Beauftragung**

Vor einer Beauftragung haben (Unter-)Lizenznehmer die ausdrückliche Verpflichtung festzustellen, ob hinsichtlich der betreffenden Immobilie gegenwärtig eine andere wirksame Alleinbeauftragung vorliegt.

### **K.7.3. Wahrung der Interessen des beauftragten Maklers**

Ein (Unter-)Lizenznehmer, der von einem beauftragten Makler oder vom Verkäufer Informationen erhält, dass eine Immobilie zum Verkauf angeboten wird, darf diese Informationen ohne die Zustimmung des beauftragten Maklers oder Verkäufers weder an einen dritten Makler, Käufer oder Verkäufer weitergeben noch einem solchen die Mitarbeit anbieten.

### **K.7.4. Gemeinschaftsgeschäfte bei einem Immobilitätsaustausch**

(Unter-)Lizenznehmer verpflichten sich, bei einem möglichen Immobilitätsaustausch oder Immobilienringtausch mit den übrigen (Unter-)Lizenznehmern und Immotausch zusammenzuarbeiten. Alle (Unter-)Lizenznehmer akzeptieren dabei folgende Regelung: Jede Partei betreut dabei den oder die eigenen Kunden und erhält die Käuferprovision und/oder Verkäuferprovision seines Kunden in der jeweiligen Stellung als Käufer oder Verkäufer.

### **K.7.5. Selbstverständnis-Ausschluss für Anteilsprovision bei Käufervermittlung**

(Unter-)Lizenznehmer, die als ausschließliche Vertreter eines Käufers auftreten, sind dazu angehalten, die Bedingungen für Angebote zur Zusammenarbeit klar festzulegen. Mitarbeitende Makler und Verkäufer können nicht davon ausgehen, dass ein Angebot zur Mitarbeit auch eine Vergütung beinhaltet. Der beauftragte oder mitarbeitende Makler oder Verkäufer muss seine Vergütung aushandeln, ehe die Immobilie zum Verkauf angeboten wird.

### **K.7.6. Unlauterer Wettbewerb**

Kein (Unter-)Lizenznehmer verschafft sich einen unlauteren Vorteil gegenüber einem anderen im Immobilienbereich Tätigen.

### **K.7.7. Ausschluss von Zahlungen an Mitarbeiter**

Bei Geschäften, die mittels Zusammenarbeit abgewickelt worden sind, ist die gesamte Vergütung, die aufgrund des Geschäfts zu zahlen ist, an das Büro zu leisten, für das der im Immobilienbereich Tätige arbeitet, und nicht an den einzelnen im Immobilienbereich Tätigen.

### **K.7.8. Abwerben von Allein- und Tauschaufträgen durch Eigeninitiative**

Kein (Unter-)Lizenznehmer soll sich um eine Beauftragung bemühen, wenn zu diesem Zeitpunkt mit der entsprechenden Immobilie ein anderer im Immobilienbereich Tätiger allein beauftragt ist. Dies hindert einen (Unter-)Lizenznehmer nicht, sich um eine solche Beauftragung zu bemühen, nachdem der ursprüngliche Auftrag abgelaufen ist. Darüber hinaus darf ein (Unter-)Lizenznehmer Kontakt mit dem Verkäufer aufnehmen, wenn der beauftragte Makler oder Verkäufer sich weigert, die Art und/oder das Enddatum der Beauftragung mitzuteilen, um diese Informationen zu erhalten, und es kann die Bedingungen

aushandeln, zu denen in der Zukunft eine Beauftragung stattfinden kann, oder es kann eine Beauftragung vereinbaren, die mit Ablauf der bestehenden Alleinbeauftragung wirksam wird.

#### **K.7.9. Abwerben von Aufträgen durch Initiative des Auftraggebers**

Nimmt ein Eigentümer für den Verkauf seiner Immobilie, mit deren Verkauf er bereits einen anderen Immobilienmakler allein beauftragt hat, mit einem (Unter-)Lizenznehmer Kontakt auf und hat der (Unter-)Lizenznehmer weder direkt noch indirekt die Initiative dazu ergriffen, so kann der (Unter-) Lizenznehmer die Bedingungen aushandeln, zu denen ein Auftrag später stattfinden kann, oder einen Auftrag vereinbaren, der mit Ablauf des bestehenden Alleinauftrages wirksam wird.

#### **K.7.10. Abwerben von Eigentümern als Kunden**

Kein (Unter-)Lizenznehmer darf persönlich, elektronisch oder am Telefon Immobilieneigentümer als Kunden anwerben, von denen er weiß, dass sie mit dem Verkauf ihrer Immobilie einen anderen im Immobilienbereich Tätigen beauftragt haben.



## **L. Allgemeine Hinweise zu Angeboten und Produkten**

### **L.1. Allgemeiner Hinweis zu den Preisen**

Alle Preise, Vergütungen und Kosten in diesem Angebot sind Nettoangaben zzgl. der zum Zeitpunkt der Bezahlung gültigen MwSt. und unterliegen einer Progression von 5 % pro Jahr, wenn nichts anderes angegeben ist. Reicht diese Progression zum Ausgleich der Kostensteigerungen aufgrund von Preissteigerungen und Lohnentwicklungen nicht aus, ist Immotausch berechtigt, den Preis mit entsprechender Begründung auch oberhalb dieses Wertes für die jeweils nächste Beitragsperiode zu erhöhen.

### **L.2. Urheberrechtsschutz**

Der Lizenznehmer erkennt an, dass es sich bei der Software um ein schutzfähiges Computerprogramm im Sinne von § 2 Abs. 1 Nr. 1, § 69 a UrhG handelt und dass der Lizenzgeber Urheber im Sinne der §§ 7, 69 b UrhG ist. Es ist ausdrücklich untersagt, die Software sowie das schriftliche Material ganz oder teilweise zu kopieren oder zu vervielfältigen, sei es in ursprünglicher oder abgeänderter Form oder in einer mit anderer Software vermischten oder in anderer Software enthaltenen Form.

### **L.3. Besondere Beschränkungen**

Dem Lizenznehmer ist untersagt, ohne vorherige schriftliche Einwilligung des Lizenzgebers die Software abzuändern, zu übersetzen oder von der Software abgeleitete Werke zu erstellen. Der Lizenznehmer ist nicht berechtigt, die Software zurückzuentwickeln (Reverse Engineering), zu dekompileieren oder zu disassemblieren oder auf andere Weise zu versuchen, den Quellcode der Software zugänglich zu machen. Ein Anspruch auf Herausgabe des Quellcodes ist ausgeschlossen.

### **L.4. Umfang der Benutzung**

Der Lizenznehmer erkennt an, dass ihm die Lizenzen ausschließlich zu den Bedingungen dieses Vertrages zur Verfügung gestellt werden. Jede weitere Nutzung ist nicht gestattet.

### **L.5. Verhaltenskodex**

Der Lizenznehmer muss dem Verhaltenskodex (Code-of-Conduct) von Immotausch jährlich schriftlich zustimmen, entsprechend handeln und dies gegenüber Mitarbeitern durchsetzen. Der LN stimmt der Teilnahme an Gemeinschaftsgeschäft, dem Verhaltenskodex unter Lizenznehmern und Immobilienservices und dem Kundenprinzip zu. Der Code-of-Conduct kann über die Domain Immotausch.net eingesehen und heruntergeladen werden. Der Link zur aktuellen Version (Stand Juni 2023) lautet: [https://immotausch.net/Content/newpage/pdf/CodeOfConduct\\_IT020723.pdf](https://immotausch.net/Content/newpage/pdf/CodeOfConduct_IT020723.pdf)

### **L.6. Inhaberschaft an Rechten und Geistiges Eigentum**

Der Lizenznehmer erhält das in diesem Lizenzvertrag vereinbarte Nutzungsrecht. Der Erwerb weiterer Rechte an der Software ist ausgeschlossen. Der Lizenzgeber behält sich insbesondere das eigene Nutzungsrecht sowie alle Veröffentlichungs-, Vervielfältigungs-, Bearbeitungs- und Verwertungsrechte an der Software vor. Der LG haftet nicht bei Rechteüberschneidungen.

Immotausch bleibt Eigentümer des gesamten geistigen Eigentums, das unter anderem die aktuellen und zukünftigen Versionen der Software, den Quellcode, das Logo und die Marke sowie die Patente umfasst. Der Lizenznehmer kann sich auf eigene Kosten ein Logo erstellen lassen, welches das Immotausch-Haus und einen eigenen Schriftzug enthält, der den Namen des Gebiets oder den individuellen Firmennamen enthält. Die Farben müssen die Immotausch-Firmenfarben enthalten. Bei gegenseitigem Konsens können auch die typischen Farben der jeweiligen Region

(z.B. die Farben, die auch in der jeweiligen Landesflagge enthalten sind) verwendet werden. Lizenzgeber und Lizenznehmer können eine individuelle Vereinbarung treffen.

#### **L.7. Weitergabe von Vertragsbedingungen an Mitarbeiter und Erfüllungsgehilfen**

Alle Bestimmungen sind auch gegenüber Mitarbeiter und Erfüllungsgehilfen durchzusetzen.

#### **L.8. Erlangen und Aufrechterhalten von Marke und Patent**

Der LG wird bereits erhaltene Marken- und Patentrechte aufrechterhalten und nach bestem Wissen und Gewissen die Erlangung der angestrebten Patentrechte auch weltweit verfolgen.

#### **L.9. Nichtangriff und Verteidigung der Rechte an Software, Marke und Patenten**

Der LN darf weder direkt noch indirekt den LG und die Rechte aus diesem Vertrag angreifen, sonst entsteht ein Sonderkündigungsrecht für den LG und eine Verpflichtung zur Übernahme des wirtschaftlichen Schadens durch den LN. Bei Angriffen auf die in diesem Vertrag benannten Rechte durch Dritte hat der LN den LG bei der Verteidigung der Rechte durch die ihm zur Verfügung stehenden Mittel zu unterstützen und einen anteiligen Kostenbeitrag zu leisten.

#### **L.10. Angebotsvorbehalt**

Das Angebot erfolgt unter Vorbehalt, da der Lizenzgeber parallel mit anderen Parteien über das Angebot verhandelt. Erst nach Eingang der vollständigen Optionsgebühr und Bestätigung der Option innerhalb von 4 Werktagen ist das Angebot verbindlich. Immutausch hat das Recht, Teile der angefragten Gebiete zu bestätigen. Gegenangebote gelten nicht automatisch als angenommen, wenn sie innerhalb einer angemessenen Frist nicht abgelehnt werden.

#### **L.11. Zustandekommen des Lizenzvertrages**

Mit Absenden des unterzeichneten und ausgefüllten Vertrages beantragt der LN den Abschluss eines Lizenzvertrages. Mit der Annahme des Antrages durch den LG entsteht ein rechtskräftiger Lizenzvertrag.

#### **L.12. Vertraulichkeit und Geheimhaltung**

LG und LN werden die gegenseitig gewonnen Informationen vertraulich behandeln. Die Parteien vereinbaren Geheimhaltung hinsichtlich der genauen Preise und aller Individualvereinbarungen gegenüber der Öffentlichkeit und anderen Marktteilnehmern, die zur Zielgruppe (Unter-)Lizenznehmer gehören.

#### **L.13. Salvatorische Klausel**

Sollten einzelne Bestimmungen dieses Vertrages unwirksam oder undurchführbar sein oder nach Vertragsschluss unwirksam oder undurchführbar werden, bleibt davon die Wirksamkeit des Vertrages im Übrigen unberührt. An die Stelle der unwirksamen oder undurchführbaren Bestimmung soll diejenige wirksame und durchführbare Regelung treten, deren Wirkungen der wirtschaftlichen Zielsetzung am nächsten kommen, die die Vertragsparteien mit der unwirksamen bzw. undurchführbaren Bestimmung verfolgt haben. Die vorstehenden Bestimmungen gelten entsprechend für den Fall, dass sich der Vertrag als lückenhaft erweist.

#### **L.14. Gerichtsstand**

Für alle Streitigkeiten aus diesem Vertrag (Verträge, die sich aus dem Angebot für strategische Partnerschaft und aus dem Beteiligungsexposé ergeben) ist, soweit nicht gesetzlich zwingend etwas anderes bestimmt ist, der Gerichtsstand Wiesbaden vereinbart.

**Unternehmensanschrift:**

Immotausch GmbH  
Am Stegskreuz 8  
65719 Hofheim a. Ts.

**Ihr Ansprechpartner:**

Name	Patrick Riehl
Mobil	01525 - 76 25 122
Mail	Riehl@immotausch.net



Versichern | Finanzieren | Investieren

## Bestellschein zum Angebot über (Super-)Agenturaccount

Wir haben uns für die Annahme zu folgenden Bedingungen entschieden.  
 Mit meiner Unterschrift hafte ich persönlich, falls ich nicht befugt bin, das Angebot anzunehmen.

Accounttyp	Anzahl der jeweiligen Accounts		gewünschte Erstvertragslaufzeit	
<b>Superagenturen</b>	Alle Organisationseinheiten	( )	5 Jahre	( )
	Alle (über-)geordneten Organisationseinheiten	( )	10 Jahre	( )
	Anzahl:		20 Jahre	( )
Wir möchten die gesamte Organisationsstruktur abbilden. Eine Übersicht erhalten Sie innerhalb von 10 Tagen per E-Mail.			( )	Bitte oben und unten Laufzeit ankreuzen
<b>Agenturen</b>	Alle Organisationseinheiten	( )	2 Jahre ( )	5 Jahre ( )
	Alle lokalen Organisationseinheiten	( )	10 Jahre	( )
	Anzahl:		20 Jahre	( )
Gewünschter Vertragsbeginn				

### Partnerdaten

#### Bitte Legitimationsdokumente in Form von Gewerbeerlaubnis, Handelsregisterauszug (falls eingetragen)

Bitte nennen Sie uns einen zentralen Ansprechpartner und senden uns eine Liste mit der Aufstellung der einzelnen Standorte inklusive Anschrift des Geschäftssitzes, Ansprechpartner mit Kontaktdaten, gewünschter Accounttyp für den Standort und eventuellen weiteren Hinweisen.

Name des Unternehmens	
Anschrift des Unternehmens (Straße, Hausnummer, PLZ, Ort)	
Registergericht und Nummer:	

### Ansprechpartner

#### Bitte Legitimationsdokumente in Form von Ausweisdokument als Kopie beifügen

Erster Ansprechpartner (Anrede, Vor- und Zuname)		
Vertretung (Anrede, Vor- und Zuname)		
	Telefon mit direkter Durchwahl, ggf. Mobilnummer	Durchwahl Fax
Kontaktdaten		
E-Mail-Adresse	1.	2.
Ort, Datum, Unterschrift		