Allgemeine Geschäftsbedingungen

der SEMFLOW GmbH, Martinstraße 25, 90411 Nürnberg

§ 1 Geltungsbereich

(1) Die nachstehenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) gelten für alle Rechtsgeschäfte zwischen der SEMFLOW GmbH (nachfolgend „Agentur“) und ihren Kunden (nachfolgend „Kunde“ oder „Auftraggeber“).

(2) Abweichende, entgegenstehende oder ergänzende Bedingungen des Kunden werden nicht Vertragsbestandteil, es sei denn, die Agentur hat ihrer Geltung ausdrücklich schriftlich zugestimmt.

(3) Diese AGB gelten auch für alle zukünftigen Geschäftsbeziehungen, auch wenn sie nicht nochmals ausdrücklich vereinbart werden.

(4) Regelungen im jeweiligen Einzelvertrag oder Angebot gehen diesen AGB vor.

(5) Die Leistungen der Agentur richten sich ausschließlich an Unternehmer im Sinne von § 14 BGB, juristische Personen des öffentlichen Rechts und öffentlich-rechtliche Sondervermögen. Verträge mit Verbrauchern werden nicht geschlossen.

§ 2 Vertragsgegenstand

(1) Die Agentur erbringt Dienstleistungen im Bereich des digitalen Marketings. Hierzu gehören insbesondere:

a) Suchmaschinenoptimierung (SEO) einschließlich technischer, inhaltlicher und strategischer Maßnahmen,

b) Suchmaschinenwerbung (SEA), insbesondere die Einrichtung und Betreuung von Google-Ads-Kampagnen,

c) Konzeption, Gestaltung und Entwicklung von Websites, insbesondere auf Basis von WordPress,

d) Social-Media-Marketing einschließlich Content-Erstellung und Kampagnenmanagement,

e) Webanalyse, Tracking und laufendes Reporting,

f) strategische Beratung im Bereich Online-Marketing,

g) Optimierung der Sichtbarkeit in KI-Suchsystemen (GEO) und Werbung in KI-Systemen (z. B. ChatGPT Ads),

h) Local Listing und Pflege von Unternehmensprofilen.

(2) Der konkrete Leistungsumfang ergibt sich aus dem jeweiligen Angebot, dem Einzelvertrag oder der Leistungsbeschreibung.

§ 3 Vertragsschluss und Einzelaufträge

(1) Vor der Erbringung von Einzelaufträgen unterbreitet die Agentur dem Kunden einen schriftlichen Vorschlag, der insbesondere eine Leistungsbeschreibung und eine Kostenschätzung enthält.

(2) Der Kunde hat innerhalb einer angemessenen Frist, in der Regel nicht mehr als fünf Werktage, der Agentur mitzuteilen, ob er den Einzelauftrag mit oder ohne Änderungen annimmt oder ablehnt.

(3) Einzelaufträge werden wirksam durch schriftliche Annahme des Kunden. Die schriftliche Annahme kann auch per E-Mail erfolgen.

(4) Nimmt der Kunde den von der Agentur vorgeschlagenen Entwurf an, gilt dies als Genehmigung des mit dem Einzelauftrag verbundenen Kostenvoranschlags.

(5) Diese AGB werden Vertragsbestandteil, wenn die Agentur bei Vertragsschluss oder im Angebot auf sie hinweist und der Kunde die Möglichkeit hat, von ihrem Inhalt Kenntnis zu nehmen. Die AGB sind jederzeit unter www.semflow.de/agb abrufbar.

§ 4 Mitwirkungspflichten des Kunden

(1) Der Kunde stellt der Agentur alle für die Durchführung des Auftrags benötigten Daten, Zugänge, Informationen und Unterlagen rechtzeitig und unentgeltlich zur Verfügung. Dies umfasst insbesondere Zugangsdaten zu Content-Management-Systemen, Werbekonten, Analyse-Tools und Hosting-Accounts.

(2) Kommt der Kunde seinen Mitwirkungspflichten trotz Aufforderung und angemessener Fristsetzung nicht nach, ist die Agentur von der Leistungspflicht befreit. Den durch die Verzögerung entstandenen Mehraufwand kann die Agentur nach dem vereinbarten Stundensatz in Rechnung stellen.

(3) Der Kunde stellt sicher, dass das von ihm gelieferte Material (Texte, Bilder, Logos, Daten) frei von Rechten Dritter ist und nicht gegen geltendes Recht verstößt. Der Kunde stellt die Agentur von sämtlichen Ansprüchen Dritter frei, die aus einer Verletzung dieser Pflicht resultieren.

(4) Der Kunde verpflichtet sich, die Agentur unverzüglich auf Umstände hinzuweisen, die für die Leistungserbringung relevant sein können, insbesondere wenn einzelne Maßnahmen wegen gesetzlicher Vorschriften oder Rechte Dritter einzustellen oder zu ändern sind.

(5) Der Kunde ist für die Einrichtung und Aufrechterhaltung seiner eigenen IT-Infrastruktur selbst verantwortlich. Die Agentur übernimmt keine Systemverantwortung für die IT-Umgebung des Kunden.

(6) Die Agentur erbringt laufende Leistungen eigenständig und nach fachlichem Ermessen; eine Freigabe holt sie nur ein, wo dies sinnvoll oder vereinbart ist. Legt die Agentur Entwürfe, Texte, Designs oder Kampagnen zur Freigabe vor und äußert sich der Kunde nicht innerhalb von zwei Wochen, gilt die vorgelegte Arbeit als freigegeben. Die Agentur weist bei der Vorlage auf diese Frist hin.

(7) Kommt es durch verspätete Zulieferung, ausbleibende Freigaben oder sonstige vom Kunden zu vertretende Verzögerungen zu einer wesentlichen Verschiebung der vereinbarten Zeitplanung, ist die Agentur berechtigt, den Projektumfang und die Vergütung auf Basis des vereinbarten Stundensatzes neu zu kalkulieren. Die Agentur teilt dem Kunden die Neuberechnung vor Fortführung der Arbeiten mit.

(8) Der Kunde trägt die inhaltliche Verantwortung für alle von ihm gelieferten oder freigegebenen Inhalte, insbesondere für die Richtigkeit von Produktbeschreibungen, Preisangaben, Heilversprechen und rechtlich relevanten Aussagen. Die Agentur ist nicht verpflichtet, vom Kunden gelieferte Inhalte auf ihre rechtliche Zulässigkeit oder sachliche Richtigkeit zu überprüfen.

(9) Der Kunde ist für die sichere Verwahrung seiner Zugangsdaten selbst verantwortlich. Die Agentur haftet nicht für Schäden, die durch Verlust, Weitergabe oder Missbrauch von Zugangsdaten entstehen, die sich im Verantwortungsbereich des Kunden befinden.

§ 5 Vertragslaufzeit und Kündigung

(1) Die Vertragslaufzeit ergibt sich aus dem jeweiligen Einzelvertrag. Sofern nicht anders vereinbart, beträgt die Mindestlaufzeit für laufende Leistungen (SEO, SEA, Social Media) zwölf Monate.

(2) Verträge mit Mindestlaufzeit verlängern sich nach Ablauf automatisch um jeweils drei Monate, sofern sie nicht mit einer Frist von drei Monaten zum Ende der jeweiligen Laufzeit in Textform gekündigt werden.

(3) Projektbezogene Einzelaufträge (z. B. Website-Erstellung) enden mit der vollständigen Leistungserbringung und Abnahme durch den Kunden.

(4) Das Recht zur außerordentlichen Kündigung aus wichtigem Grund bleibt unberührt. Ein wichtiger Grund liegt insbesondere vor, wenn der Kunde mit der Zahlung von mindestens zwei Monatsrechnungen trotz Mahnung in Verzug ist.

(5) Kündigungen bedürfen der Textform (z. B. E-Mail).

§ 6 Vergütung und Zahlungsbedingungen

(1) Die Vergütung ergibt sich aus dem jeweiligen Angebot oder Einzelvertrag. Sie kann als monatliche Pauschale (Retainer), Projektpauschale oder auf Stundenbasis vereinbart werden.

(2) Monatliche Pauschalen sind jeweils zum Ersten eines Monats im Voraus fällig. Rechnungen für Projektleistungen und Stundenabrechnungen sind innerhalb von vierzehn Tagen nach Rechnungsstellung ohne Abzug zur Zahlung fällig.

(3) Alle genannten Preise verstehen sich zuzüglich der jeweils geltenden gesetzlichen Umsatzsteuer.

(4) Bei Zahlungsverzug ist die Agentur berechtigt, Verzugszinsen in Höhe von 9 Prozentpunkten über dem Basiszinssatz zu berechnen. Die Geltendmachung eines weitergehenden Verzugsschadens bleibt vorbehalten.

(5) Gerät der Kunde mit der Zahlung in Verzug, ist die Agentur berechtigt, laufende Leistungen nach vorheriger Ankündigung und angemessener Nachfrist auszusetzen. Laufende Werbekampagnen werden dabei nicht pausiert, aber nicht weiter betreut; Wartungsleistungen können eingeschränkt werden. Die Vergütungspflicht des Kunden bleibt hiervon unberührt.

(6) Eine Aufrechnung durch den Kunden ist nur mit unbestrittenen oder rechtskräftig festgestellten Gegenforderungen zulässig.

(7) Bei monatlichen Pauschalen (Retainern) ist der vereinbarte Leistungsumfang auf den jeweiligen Kalendermonat bezogen. Nicht abgerufene Leistungen innerhalb eines Monats verfallen und können nicht in Folgemonate übertragen werden, sofern nicht individuell anders vereinbart.

(8) Pausiert der Kunde Kampagnen oder andere laufende Leistungen, bleibt die vereinbarte Vergütung bestehen, sofern nicht in Textform etwas anderes vereinbart ist.

§ 7 Werbebudgets und durchlaufende Posten

(1) Werbebudgets, die der Kunde für Kampagnen bei Drittanbietern (z. B. Google, Meta, Microsoft) bereitstellt, sind durchlaufende Posten und nicht Bestandteil der Vergütung der Agentur.

(2) Die Agentur verwaltet die Werbekonten des Kunden im Auftrag des Kunden. Die Konten sind und bleiben Eigentum des Kunden. Die Agentur richtet die Konten nach Möglichkeit direkt auf den Kunden ein, sodass dieser jederzeit Zugang hat.

(3) Die Agentur haftet nicht für Preisänderungen, Richtlinienänderungen oder Kontosperrungen durch die jeweiligen Plattformbetreiber.

(4) Die Plattformen können an einzelnen Tagen mehr als das eingestellte Tagesbudget ausgeben (bei Google bis zum Doppelten); dies wird über den Monat ausgeglichen und stellt keine Pflichtverletzung der Agentur dar.

§ 8 Nutzungsrechte und geistiges Eigentum

(1) Die Agentur räumt dem Kunden mit vollständiger Zahlung der vereinbarten Vergütung die ausschließlichen, räumlich, zeitlich und inhaltlich unbeschränkten Nutzungsrechte an den im Rahmen des Vertrags individuell für ihn erstellten Werken ein. Dies umfasst alle zum Zeitpunkt des Vertragsschlusses bekannten und zukünftig bekannt werdenden Nutzungsarten. Ausgenommen sind allgemeine Vorlagen, Methoden, Skripte, Tools, Prompts, Know-how und sonstige nicht kundenspezifische Arbeitsmittel der Agentur; diese verbleiben bei der Agentur. Soweit sie in Arbeitsergebnissen enthalten sind, erhält der Kunde daran ein einfaches Nutzungsrecht im Rahmen des Vertragszwecks.

(2) Die Rechteeinräumung umfasst insbesondere das Vervielfältigungs-, Verbreitungs- und Bearbeitungsrecht, das Recht der öffentlichen Zugänglichmachung sowie die Nutzung in digitalen und analogen Medien. Der Kunde ist zur Übertragung der eingeräumten Rechte an Dritte berechtigt.

(3) Sämtliche Nutzungsrechtübertragungen stehen unter der aufschiebenden Bedingung der vollständigen Zahlung der vertraglich vereinbarten Vergütung. Bis zur vollständigen Zahlung verbleiben alle Rechte bei der Agentur.

(4) Zieht die Agentur zur Vertragserfüllung Dritte heran, erwirbt sie deren Nutzungsrechte und überträgt sie im gleichen Umfang auf den Kunden. Die Agentur informiert den Kunden vorab über etwaige Beschränkungen.

(5) An abgelehnten oder nicht ausgeführten Entwürfen erhält der Kunde keine Nutzungsrechte.

(6) Die Mitarbeit des Kunden und/oder seiner Mitarbeiter begründet kein Miturheberrecht an den erstellten Werken.

(7) Für Social-Media-Inhalte, die die Agentur im Auftrag des Kunden erstellt und auf Kanälen des Kunden veröffentlicht, gilt: Die Nutzungsrechte gehen mit Veröffentlichung auf den Kunden über. Nach Vertragsende verbleiben bereits veröffentlichte Inhalte beim Kunden; noch unveröffentlichte Entwürfe verbleiben bei der Agentur.

(8) Die Agentur ist berechtigt, fertiggestellte Arbeitsergebnisse bis zur vollständigen Bezahlung aller fälligen Forderungen zurückzuhalten. Dies umfasst insbesondere die Herausgabe von Quelldateien, Designs und Kampagnen-Dokumentationen. Zugänge zu Konten des Kunden (§ 14) sind hiervon ausgenommen.

(9) Nutzt der Kunde Arbeitsergebnisse der Agentur ohne vollständige Zahlung oder über den vertraglich vereinbarten Umfang hinaus, ist die Agentur berechtigt, die für eine solche Nutzung übliche Vergütung zu verlangen. Die Geltendmachung eines weitergehenden Schadensersatzanspruchs bleibt unberührt.

(10) Soweit die Agentur bei der Erstellung von Websites Open-Source-Software, Themes oder Plugins einsetzt, unterliegen diese den jeweiligen Open-Source-Lizenzbedingungen. Die Agentur weist den Kunden auf bekannte Lizenzbeschränkungen hin. Lizenzgebühren für kostenpflichtige Themes, Plugins oder sonstige Drittanbieter-Software trägt der Kunde.

§ 9 Markennutzung und Referenz

(1) Die Agentur ist berechtigt, geschützte Marken, Logos, Namen oder sonstige geschäftliche Kennzeichen des Kunden für die Auftragsbearbeitung zu verwenden.

(2) Die Agentur ist berechtigt, den Kunden als Referenz zu nennen und auf ihrer Website, in Präsentationen und in Eigenwerbung aufzuführen. Dies umfasst die Verwendung von Logos und eine kurze Beschreibung der erbrachten Leistungen. Der Kunde kann der Referenznutzung jederzeit in Textform widersprechen. Fallstudien mit konkreten Kennzahlen (z. B. Anfragen, Umsätze, Werbebudgets) veröffentlicht die Agentur nur mit vorheriger Zustimmung des Kunden.

§ 10 Exklusivität und Wettbewerb

(1) Die Agentur ist berechtigt, auch für Wettbewerber des Kunden tätig zu werden. Eine Exklusivitätsvereinbarung bedarf einer gesonderten schriftlichen Vereinbarung und kann eine angepasste Vergütung begründen.

(2) Die Agentur verpflichtet sich, bei gleichzeitiger Betreuung von Wettbewerbern die Vertraulichkeitspflichten gemäß § 18 strikt einzuhalten und keine vertraulichen Informationen eines Kunden zugunsten eines anderen Kunden zu verwenden.

§ 11 Einsatz von KI-Technologien und Gesprächsaufzeichnungen

(1) Die Agentur setzt zur Leistungserbringung KI-gestützte Werkzeuge und Technologien ein. Dies umfasst insbesondere den Einsatz von KI-Systemen zur Texterstellung, Datenanalyse, Keyword-Recherche, Strategieentwicklung und Prozessautomatisierung.

(2) Die Qualitätsverantwortung für alle Arbeitsergebnisse liegt bei der Agentur. Sämtliche KI-generierten Inhalte werden vor der Auslieferung an den Kunden von qualifizierten Mitarbeitern der Agentur geprüft und freigegeben.

(3) Die Agentur stellt sicher, dass der Einsatz von KI-Technologien im Einklang mit den geltenden datenschutzrechtlichen Bestimmungen erfolgt. Der Kunde ist damit einverstanden, dass die Agentur die von ihm bereitgestellten Informationen sowie Daten aus den betreuten Konten zur Leistungserbringung in KI-Systeme eingibt. Personenbezogene Daten gibt die Agentur nur in KI-Systeme ein, die in der Vereinbarung zur Auftragsverarbeitung (§ 19) als Unterauftragsverarbeiter aufgeführt sind; in andere KI-Systeme werden ausschließlich Informationen ohne Personenbezug eingegeben.

(4) Der Einsatz von KI-Technologien hat keinen Einfluss auf die vereinbarte Vergütung.

(5) Die Agentur darf Erkenntnisse aus der Zusammenarbeit in anonymisierter und zusammengefasster Form, die keinen Rückschluss auf den Kunden zulässt, zur Weiterentwicklung ihrer Methoden, Vorlagen und Werkzeuge verwenden.

(6) Der Kunde stimmt grundsätzlich zu, dass Besprechungen und Telefonate zum Zweck der Dokumentation aufgezeichnet und, auch KI-gestützt, transkribiert und zusammengefasst werden. Die Agentur kündigt eine Aufzeichnung zu Beginn des Gesprächs an; jede teilnehmende Person kann widersprechen. Aufzeichnungen werden nur für die Zusammenarbeit genutzt, nicht an Dritte weitergegeben und spätestens zwölf Monate nach Vertragsende gelöscht, soweit keine gesetzlichen Aufbewahrungspflichten bestehen.

§ 12 Hosting, Domains und Drittanbieter-Dienste

(1) Hosting und Domain bucht der Kunde in der Regel selbst und räumt der Agentur die erforderlichen Zugänge ein. Sofern die Agentur im Auftrag des Kunden Hosting-Leistungen bei Drittanbietern einrichtet oder verwaltet, erfolgt dies als Vermittlungs- und Verwaltungsleistung. Die Agentur ist nicht selbst Hosting-Anbieter und betreibt keine eigenen Server.

(2) Die Agentur haftet nicht für Ausfälle, Datenverluste oder Leistungseinschränkungen des Hosting-Anbieters oder sonstiger Drittanbieter. Die Agentur wird den Kunden bei Störungen im Rahmen ihrer Möglichkeiten unterstützen.

(3) Domains, die im Auftrag des Kunden registriert werden, werden auf den Namen des Kunden registriert und sind dessen Eigentum. Die Agentur übernimmt die Verwaltung im Auftrag des Kunden.

(4) Die Kosten für Hosting, Domains, Lizenzen, Stock-Material und sonstige Drittanbieter-Dienste trägt der Kunde. Die Agentur kann diese Kosten verauslagen und dem Kunden weiterberechnen.

(5) Der Kunde ist für die Einhaltung der gesetzlichen Pflichtangaben auf seiner Website (insbesondere Impressum gemäß § 5 DDG und Datenschutzerklärung) selbst verantwortlich. Stellt die Agentur Rechtstexte bereit oder bindet sie ein, handelt es sich ausschließlich um Muster bzw. technische Einbindungen ohne Rechtsberatung. Die Agentur weist den Kunden auf fehlende Pflichtangaben hin, sofern diese im Rahmen der Leistungserbringung erkennbar werden, übernimmt jedoch keine Haftung für deren Vollständigkeit oder Richtigkeit.

(6) Die Agentur haftet nicht für Inhalte externer Websites, auf die von der Website des Kunden verlinkt wird. Für die Inhalte der verlinkten Seiten ist stets der jeweilige Betreiber verantwortlich.

§ 13 Wartung und Support

(1) Wartungs- und Supportleistungen nach Abschluss eines Projekts (z. B. Website-Pflege, Plugin-Updates, technischer Support) sind nicht Bestandteil des Projektauftrags und bedürfen einer gesonderten Vereinbarung.

(2) Sofern ein Wartungsvertrag besteht, umfasst dieser ausschließlich die darin vereinbarten Leistungen. Über den vereinbarten Umfang hinausgehende Maßnahmen werden nach dem geltenden Stundensatz gesondert berechnet.

(3) Die Agentur übernimmt keine Gewähr für die dauerhafte Funktionsfähigkeit einer Website oder Anwendung nach Ablauf der Gewährleistungsfrist, sofern kein Wartungsvertrag besteht.

§ 14 Zugänge, Accounts und Datenherausgabe

(1) Alle im Rahmen der Zusammenarbeit eingerichteten oder verwalteten Konten (z. B. Google Ads, Google Analytics, Google Search Console, Meta Business Suite, CMS-Zugänge) sind und bleiben Eigentum des Kunden.

(2) Bei Vertragsende übergibt die Agentur dem Kunden innerhalb von dreißig Tagen sämtliche Zugangsdaten und Accounts. Der Kunde erhält Zugang zu allen Daten, die während der Zusammenarbeit in seinem Auftrag erhoben oder verarbeitet wurden. Weitergehende Unterstützung bei der Übergabe (z. B. Dokumentation der Kampagnen, Einweisung eines Nachfolgers) erbringt die Agentur auf Wunsch nach Aufwand zum geltenden Stundensatz.

(3) Der Kunde ist verpflichtet, während der Vertragslaufzeit eigenständig regelmäßige Datensicherungen seiner Website-Inhalte vorzunehmen, sofern die Datensicherung nicht Teil eines Wartungsvertrags mit der Agentur ist. Die Agentur haftet nach Vertragsende nicht für den Verlust von Daten, die beim Kunden oder bei vom Kunden genutzten Drittanbietern gespeichert waren.

(4) Zugangsdaten, die der Kunde der Agentur zur Verfügung stellt, werden vertraulich behandelt und nach Vertragsende gelöscht. Die Agentur wird nach Beendigung des Vertragsverhältnisses ihre Zugriffsrechte auf alle Kundenkonten entfernen.

§ 15 Leistungserbringung und Erfolg

(1) Die Agentur schuldet die sorgfältige und fachgerechte Erbringung der vereinbarten Leistungen (Dienstleistung), nicht jedoch einen bestimmten Erfolg. Dies gilt insbesondere für:

a) die Erreichung bestimmter Platzierungen in Suchmaschinenergebnissen (Rankings),

b) die Erreichung bestimmter Klickzahlen, Impressionen oder Conversions bei Werbekampagnen,

c) die Steigerung von Umsätzen, Anfragen oder sonstigen Geschäftserfolgen des Kunden.

(2) Suchmaschinenergebnisse und die Performance von Werbekampagnen unterliegen externen Faktoren, die außerhalb des Einflussbereichs der Agentur liegen. Hierzu zählen insbesondere Algorithmusänderungen der Suchmaschinen- und Plattformbetreiber, Marktveränderungen sowie Aktivitäten von Wettbewerbern.

(3) Die Agentur verpflichtet sich, den Kunden regelmäßig über den Stand der Maßnahmen und deren Entwicklung zu informieren.

§ 16 Haftung

(1) Für Schäden aus der Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit sowie für sonstige Schäden, die auf vorsätzlicher oder grob fahrlässiger Pflichtverletzung beruhen, haftet die Agentur unbeschränkt. Gleiches gilt für Schäden, die von der Haftung nach zwingenden gesetzlichen Vorschriften umfasst werden.

(2) Bei einfach fahrlässiger Verletzung einer vertragswesentlichen Pflicht (Kardinalpflicht) ist die Haftung auf den vorhersehbaren, vertragstypischen Schaden begrenzt. Die Haftung ist in diesem Fall auf den höheren Betrag aus

der in den zwölf Monaten vor dem Schadensereignis gezahlten Nettovergütung und 10.000 € beschränkt. Im Übrigen ist die Haftung für einfache Fahrlässigkeit ausgeschlossen.

(3) Für Aufträge, die im Namen und auf Rechnung des Kunden an Dritte erteilt werden, übernimmt die Agentur keine Haftung. Die Agentur tritt in diesen Fällen lediglich als Vermittler auf.

(4) Die Agentur haftet nicht für die inhaltliche Richtigkeit von Sachaussagen über Produkte und Leistungen des Kunden, die der Kunde zur Verfügung gestellt oder freigegeben hat.

(5) Das Risiko der rechtlichen Zulässigkeit der von der Agentur durchgeführten Maßnahmen trägt der Kunde, insbesondere bei Verstößen gegen Wettbewerbs-, Urheber- und Werberecht. Die Agentur ist jedoch verpflichtet, auf rechtliche Risiken hinzuweisen, sobald ihr diese bei ihrer Tätigkeit bekannt werden. Der Kunde stellt die Agentur von Ansprüchen Dritter frei und übernimmt die Kosten der Rechtsverteidigung.

(6) Ein Schadensersatzanspruch des Kunden setzt voraus, dass dieser die Agentur unverzüglich in Textform über den Mangel informiert und der Agentur eine angemessene Frist zur Nachbesserung einräumt.

(7) Die Agentur haftet nicht für Schäden, die durch Änderungen an Plattformen, Algorithmen, Richtlinien oder Schnittstellen Dritter (z. B. Google, Meta, Microsoft, WordPress, Hosting-Anbieter) entstehen. Dies umfasst insbesondere Kontosperrungen, Ranking-Verluste durch Algorithmus-Updates, Einschränkungen von Werbefunktionen und Änderungen der Nutzungsbedingungen durch Plattformbetreiber.

(8) Die Agentur haftet nicht für Schäden, die durch Inhalte entstehen, die der Kunde selbst oder durch von ihm beauftragte Dritte auf der Website, in Werbekonten oder auf Social-Media-Kanälen veröffentlicht oder verändert hat, ohne vorherige Abstimmung mit der Agentur.

§ 17 Gewährleistung

(1) Für Mängel der erbrachten Leistungen haftet die Agentur nach den gesetzlichen Bestimmungen. Die Gewährleistungsfrist beträgt ein Jahr ab Abnahme. Ist das Geschäft für beide Teile ein Handelsgeschäft, gilt die Rügepflicht nach § 377 HGB.

(2) Für Websites gewährleistet die Agentur die Funktionsfähigkeit in den zum Zeitpunkt der Abnahme aktuellen Versionen der gängigen Browser (Google Chrome, Mozilla Firefox, Safari, Microsoft Edge) sowie auf mobilen Endgeräten. Eine Gewähr für die Darstellung in älteren Browserversionen wird nicht übernommen.

(3) Im Rahmen jedes Auftrags besteht eine angemessene gestalterische Freiheit der Agentur. Beanstandungen hinsichtlich der gestalterischen Umsetzung sind ausgeschlossen, sofern diese im Rahmen des Üblichen liegen. Wünscht der Kunde nach Freigabe Änderungen, trägt er die dadurch entstehenden Mehrkosten.

(4) Die Agentur haftet nicht für Funktionseinschränkungen, die durch Updates oder Änderungen von Drittanbieter-Software (z. B. WordPress-Plugins, CMS-Updates, Browser-Updates) verursacht werden, sofern die Agentur diese nicht zu vertreten hat.

(5) Bei gestalterischen Leistungen (z. B. Webdesign, Grafiken, Mockups, Social-Media-Visuals, Flyer, Logos) sind zwei Korrekturschleifen im vereinbarten Leistungsumfang enthalten. Eine Korrekturschleife umfasst die Zusammenfassung und Umsetzung aller in einem Durchgang vom Kunden mitgeteilten Änderungswünsche. Ab der dritten Korrekturschleife wird der entstehende Mehraufwand mit 130,00 EUR netto pro Stunde berechnet. Die Agentur weist den Kunden vor Beginn der kostenpflichtigen Korrekturschleife darauf hin.

§ 18 Vertraulichkeit

(1) Die Agentur verpflichtet sich, alle im Rahmen der Zusammenarbeit zur Kenntnis gelangenden Geschäftsvorgänge, Unterlagen und Informationen des Kunden streng vertraulich zu behandeln. Dies umfasst insbesondere Geschäftsstrategien, Zugangsdaten, Kundendaten, Finanzdaten, digitale Assets sowie alle sonstigen als vertraulich gekennzeichneten oder erkennbar vertraulichen Informationen.

(2) Die Agentur verpflichtet sich, die Geheimhaltungspflicht sämtlichen Mitarbeitern und gegebenenfalls beauftragten Dritten (z. B. Freelancern, Dienstleistern) aufzuerlegen.

(3) Die Geheimhaltungspflicht gilt zeitlich unbegrenzt über die Dauer des Vertragsverhältnisses hinaus.

(4) Von der Geheimhaltungspflicht ausgenommen sind Informationen, die öffentlich bekannt sind oder werden, ohne dass die Agentur dies zu vertreten hat, sowie Informationen, die die Agentur nachweislich unabhängig von der Zusammenarbeit erlangt hat.

§ 19 Datenschutz

(1) Soweit die Agentur im Rahmen der Leistungserbringung personenbezogene Daten im Auftrag des Kunden verarbeitet, schließen die Parteien eine Vereinbarung zur Auftragsverarbeitung gemäß Art. 28 DSGVO ab. Diese ist in der Regel als Anlage Bestandteil des Einzelvertrags und wird mit diesem unterzeichnet.

(2) Die Agentur verarbeitet personenbezogene Daten des Kunden und seiner Mitarbeiter ausschließlich zum Zweck der Vertragserfüllung und im Einklang mit den geltenden datenschutzrechtlichen Bestimmungen.

(3) Der Kunde ist für die Einhaltung der datenschutzrechtlichen Anforderungen auf seinen eigenen Plattformen (Website, Social-Media-Kanäle, Werbekonten) selbst verantwortlich. Die Agentur unterstützt den Kunden auf Wunsch bei der Umsetzung datenschutzrechtlicher Anforderungen im Rahmen der vereinbarten Leistungen.

§ 20 Stornierung und Projektabbruch

(1) Der Kunde kann einen laufenden Einzelauftrag jederzeit in Textform stornieren. In diesem Fall hat die Agentur Anspruch auf Vergütung aller bis zum Zeitpunkt der Stornierung erbrachten Leistungen.

(2) Bei Stornierung eines Projektauftrags nach Auftragserteilung, aber vor Abschluss, hat die Agentur zusätzlich Anspruch auf eine Stornierungsgebühr in Höhe von 25 Prozent der noch nicht erbrachten, aber bereits beauftragten Leistungen. Die Stornierungsgebühr entfällt, wenn die Agentur die Stornierung zu vertreten hat.

(3) Bei Stornierung durch den Kunden verbleiben alle bis dahin erstellten Entwürfe, Konzepte und Zwischenergebnisse bei der Agentur, sofern diese noch nicht vollständig vergütet wurden.

§ 21 Abnahme

(1) Der Kunde ist verpflichtet, fertiggestellte Leistungen innerhalb von vierzehn Tagen nach Bereitstellung abzunehmen. Die Bereitstellung kann auf einer Staging-Umgebung, per E-Mail oder über ein Projektmanagement-Tool erfolgen.

(2) Erfolgt innerhalb der Abnahmefrist keine Mängelrüge in Textform, gilt die Leistung als abgenommen. Auf diese Rechtsfolge weist die Agentur bei Bereitstellung hin.

(3) Unwesentliche Mängel berechtigen den Kunden nicht zur Verweigerung der Abnahme.

§ 22 Preisanpassung

(1) Bei Verträgen mit einer Laufzeit von mehr als zwölf Monaten oder automatischer Verlängerung ist die Agentur berechtigt, die vereinbarten Vergütungssätze jeweils zum Jahrestag des Vertragsbeginns anzupassen. Die Anpassung orientiert sich an der Entwicklung des Verbraucherpreisindex des Statistischen Bundesamts.

(2) Die Agentur teilt dem Kunden eine Preisanpassung mindestens sechs Wochen vor Inkrafttreten in Textform mit. Der Kunde hat in diesem Fall ein Sonderkündigungsrecht mit einer Frist von vier Wochen zum Zeitpunkt des Inkrafttretens der Preisanpassung.

§ 23 Einsatz von Subunternehmern

(1) Die Agentur ist berechtigt, zur Vertragserfüllung qualifizierte Dritte (z. B. Freelancer, Fachagenturen, Entwickler) einzusetzen. Die Agentur bleibt dem Kunden gegenüber für die ordnungsgemäße Leistungserbringung verantwortlich.

(2) Die Agentur stellt sicher, dass eingesetzte Dritte die in diesen AGB geregelten Vertraulichkeits- und Datenschutzpflichten einhalten.

§ 24 Abwerbeverbot

(1) Der Kunde verpflichtet sich, während der Vertragslaufzeit und für einen Zeitraum von zwölf Monaten nach Vertragsende keine Mitarbeiter oder von der Agentur eingesetzte freie Mitarbeiter aktiv abzuwerben oder direkt zu beauftragen.

(2) Bei einem schuldhaften Verstoß gegen das Abwerbeverbot hat die Agentur Anspruch auf eine Vertragsstrafe, deren Höhe die Agentur nach billigem Ermessen festsetzt und die im Streitfall vom zuständigen Gericht überprüft werden kann. Die Geltendmachung eines darüber hinausgehenden Schadens bleibt unberührt; die Vertragsstrafe wird darauf angerechnet.

§ 25 Höhere Gewalt

(1) Keine der Vertragsparteien haftet für die Nichterfüllung oder verspätete Erfüllung vertraglicher Pflichten, soweit diese auf höherer Gewalt beruht. Als höhere Gewalt gelten insbesondere Naturkatastrophen, Pandemien, behördliche Anordnungen, Cyberangriffe, großflächige Störungen der Internetinfrastruktur oder Ausfälle wesentlicher Plattformanbieter (z. B. Google, Meta, Hosting-Provider).

(2) Die betroffene Partei ist verpflichtet, die andere Partei unverzüglich über den Eintritt und die voraussichtliche Dauer der höheren Gewalt zu informieren. Dauert die höhere Gewalt länger als drei Monate, hat jede Partei das Recht, den betroffenen Vertrag außerordentlich zu kündigen.

§ 26 Archivierung und Löschung

(1) Nach Beendigung des Vertragsverhältnisses bewahrt die Agentur Projektdaten, Entwürfe und Arbeitsdateien für einen Zeitraum von sechs Monaten auf. Innerhalb dieser Frist kann der Kunde die Herausgabe der Daten verlangen.

(2) Nach Ablauf der Aufbewahrungsfrist ist die Agentur berechtigt, sämtliche projektbezogenen Daten unwiderruflich zu löschen. Die Agentur informiert den Kunden vier Wochen vor der geplanten Löschung.

(3) Gesetzliche Aufbewahrungspflichten (insbesondere steuerrechtliche) bleiben von dieser Regelung unberührt.

§ 27 Verwertungsgesellschaften

(1) Der Kunde verpflichtet sich, eventuell anfallende Gebühren an Verwertungsgesellschaften (z. B. GEMA, VG Wort) abzuführen.

(2) Werden diese Gebühren von der Agentur verauslagt, verpflichtet sich der Kunde, diese gegen Nachweis zu erstatten. Die Erstattungspflicht besteht auch nach Beendigung des Vertragsverhältnisses.

§ 28 Schlussbestimmungen

(1) Sollte eine Bestimmung dieser AGB ganz oder teilweise unwirksam sein oder werden, bleibt die Wirksamkeit der übrigen Bestimmungen unberührt. An die Stelle der unwirksamen Bestimmung tritt eine Regelung, die dem wirtschaftlichen Zweck der unwirksamen Bestimmung am nächsten kommt.

(2) Änderungen und Ergänzungen von Verträgen, die diesen AGB unterliegen, bedürfen der Textform (z. B. E-Mail).

(3) Es gilt das Recht der Bundesrepublik Deutschland.

(4) Ausschließlicher Gerichtsstand für alle Streitigkeiten aus oder im Zusammenhang mit Verträgen, die diesen AGB unterliegen, ist Nürnberg, sofern der Kunde Kaufmann, juristische Person des öffentlichen Rechts oder öffentlich-rechtliches Sondervermögen ist.

(5) Die Übertragung von Rechten und Pflichten aus den Verträgen auf Dritte bedarf der Zustimmung der jeweils anderen Partei. Die Agentur ist berechtigt, Zahlungsansprüche an Dritte abzutreten (z. B. zur Forderungsfinanzierung).

(6) Die Kommunikation zwischen den Parteien kann per E-Mail erfolgen. E-Mails gelten als zugegangen, wenn sie an die zuletzt bekannt gegebene E-Mail-Adresse der jeweiligen Partei versendet wurden und keine technische Unzustellbarkeitsmeldung eingegangen ist.

(7) Mündliche Nebenabreden bestehen nicht. Individuelle Vereinbarungen zwischen der Agentur und dem Kunden, die von diesen AGB abweichen, haben Vorrang.

(8) Verträge können auch elektronisch unterzeichnet werden; die elektronische Unterschrift steht der handschriftlichen gleich.

Stand: Oktober 2026