

Allgemeine Geschäftsbedingungen

der IMBS GmbH für ihre Marke Social Partner Deutschland

IMBS GmbH, vertreten durch den Geschäftsführer Andreas Eckardt, Carl-von-Ossietzky-Str. 15, 59368 Werne, E-Mail: kontakt@socialpartner-deutschland.de, Web: www.socialpartner-deutschland.de (nachfolgend „Auftragnehmer“)

gegenüber ihren Geschäftskunden (nachfolgend „Auftraggeber“)

Version 2.2 · Stand 03.10.2026

Teil 1: Allgemeine Bestimmungen

§ 1 Geltungsbereich

(1) Diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) gelten für alle Verträge, die der Auftragnehmer unter der Marke Social Partner Deutschland mit dem Auftraggeber schließt. Sie betreffen insbesondere Leistungen in den Bereichen Social Media Marketing, Werbeanzeigen, digitale Anfragekanäle, Websites, Hosting, Printprodukte, Texte, Grafik und Suchmaschinenmarketing.

(2) Der Auftragnehmer schließt Verträge ausschließlich mit Unternehmern im Sinne des § 14 BGB, juristischen Personen des öffentlichen Rechts und öffentlich-rechtlichen Sondervermögen. Verträge mit Verbrauchern (§ 13 BGB) sind ausgeschlossen. Der Auftraggeber gibt bei Vertragsschluss seine Firma und, soweit vorhanden, seine USt-IdNr. an. Macht der Auftraggeber falsche Angaben zu seiner Unternehmereigenschaft, ist der Auftragnehmer berechtigt, vom Vertrag zurückzutreten und den Ersatz der entstandenen Aufwendungen zu verlangen.

(3) Es gelten ausschließlich diese AGB. Abweichende, entgegenstehende oder ergänzende Geschäftsbedingungen des Auftraggebers werden nur Vertragsbestandteil, wenn der Auftragnehmer ihrer Geltung ausdrücklich in Textform zustimmt. Das gilt auch dann, wenn der Auftragnehmer in Kenntnis solcher Bedingungen Leistungen vorbehaltlos erbringt.

(4) Maßgeblich ist die Fassung dieser AGB, die zum Zeitpunkt des Angebots gilt. Für bestehende Verträge gilt § 28.

(5) Vertragssprache ist Deutsch.

§ 2 Vertragsschluss und Vertragsbestandteile

(1) Darstellungen von Leistungen auf Websites, in Präsentationen, auf Angebotsseiten oder in Werbematerialien des Auftragnehmers sind unverbindlich und kein Angebot im rechtlichen Sinn. Beworbene Rabatt- oder Aktionsangebote sind zeitlich oder mengenmäßig begrenzt. Ein Anspruch darauf besteht nicht.

(2) Der Vertrag kommt in der Regel wie folgt zustande: Der Auftraggeber stellt eine Anfrage. Nach einem Gespräch sendet der Auftragnehmer ein Angebot per E-Mail. Der Auftraggeber nimmt das Angebot in Textform an, zum Beispiel per E-Mail, durch Unterzeichnung oder über eine im Angebot vorgesehene Online-Bestätigung. Mit Zugang der Annahme beim Auftragnehmer ist der Vertrag geschlossen. Der Auftragnehmer bestätigt den Vertragsschluss per E-Mail.

(3) Der Auftragnehmer ist an sein Angebot bis zu dem darin genannten Datum gebunden. Nennt das Angebot kein Datum, gilt eine Bindefrist von 14 Tagen ab Versand. Eine verspätete oder abgeänderte Annahme gilt als neues Angebot des Auftraggebers.

(4) Das Angebot legt die wesentlichen Vertragsinhalte fest, insbesondere Leistungen, Mengen, Vergütung, Zahlungsweise, Laufzeit, Kündigungsfristen und gegebenenfalls das Freigabemodell nach § 8 Abs. 4. Bei Widersprüchen gilt folgende Rangfolge:

- a)** Individuelle Vereinbarungen in Textform,
- b)** das angenommene Angebot,
- c)** Anlagen zum Angebot, insbesondere eine Leistungsbeschreibung,
- d)** der Vertrag zur Auftragsverarbeitung, soweit es um die Verarbeitung personenbezogener Daten geht,
- e)** diese AGB,
- f)** die gesetzlichen Vorschriften.

(5) Anpassungen des Leistungsumfangs nach Vertragsschluss werden Vertragsbestandteil, wenn beide Parteien in Textform zustimmen.

§ 3 Leistungsgegenstand und Leistungserbringung

(1) Der Auftragnehmer erbringt seine Leistungen als selbständiger Unternehmer. Art und Umfang der Leistungen ergeben sich aus dem Angebot. Leistungen, die dort nicht genannt sind, schuldet der Auftragnehmer nicht.

(2) Der Auftragnehmer erbringt insbesondere folgende Leistungen, soweit das Angebot sie vorsieht:

- a)** Erstellung von Social-Media-Inhalten (Beiträge, Grafiken, Kurzvideos, Texte) und deren Veröffentlichung sowie laufende Betreuung von Social-Media-Kanälen (§ 8),
- b)** Konzeption, Schaltung und Betreuung von Werbeanzeigen (§ 9),
- c)** Werbeplätze auf den regionalen Werbeportalen des Auftragnehmers unter der Marke wirbt.online (§ 10),
- d)** Einrichtung und Betrieb digitaler Anfragekanäle, insbesondere Anfrage-Strecken („Check“) und Lead-Portale (§ 11), einschließlich Auswertungen (§ 12),
- e)** Entwicklung und Einsatz von KI-Charakteren (§ 7),
- f)** Erstellung, Pflege und Hosting von Websites und Online-Shops (§§ 13, 14),
- g)** Gestaltung von Printprodukten und Abwicklung von Druckaufträgen (§ 15),
- h)** Texterstellung, Grafik- und Logodesign (§ 16),
- i)** Suchmaschinenoptimierung und Suchmaschinenwerbung (§ 17).

(3) Laufende Betreuungs-, Content-, Anzeigen- und Betriebsleistungen sind Dienstleistungen im Sinne der §§ 611 ff. BGB. Ein bestimmter wirtschaftlicher Erfolg, etwa Reichweite, Follower, Klicks, Anfragen, Bewerbungen, Teilnehmer oder Umsatz, ist nicht geschuldet, es sei denn, er wurde im Angebot ausdrücklich zugesichert. Die Erstellung von Websites, die Einrichtung von Anfragekanälen sowie Design- und Printleistungen sind Werkleistungen im Sinne der §§ 631 ff. BGB, soweit das Angebot nichts anderes bestimmt.

(4) Der Auftragnehmer erbringt seine Leistungen sorgfältig und nach dem jeweils anerkannten Stand der Technik. Ort, Zeit und Art der Leistungserbringung bestimmt er selbst. Er stimmt sich dabei mit dem Auftraggeber ab, soweit der Vertragszweck das erfordert. Im Rahmen der vereinbarten Leistung hat der Auftragnehmer gestalterische Freiheit.

(5) Der Auftragnehmer darf Subunternehmer einsetzen. Er bleibt alleiniger Vertragspartner des Auftraggebers. Der Einsatz unterbleibt, wenn für den Auftragnehmer erkennbar ist, dass er berechtigten Interessen des Auftraggebers zuwiderläuft. Für die Verarbeitung personenbezogener Daten gelten zusätzlich die Regeln zu Unterauftragsverarbeitern im Vertrag zur Auftragsverarbeitung.

(6) Viele Leistungen hängen von Plattformen Dritter ab, etwa Meta (Facebook, Instagram), TikTok, YouTube, Google oder LinkedIn. Deren Funktionen, Algorithmen, Werberichtlinien und Schnittstellen können sich jederzeit ändern. Schränkt eine Plattform eine Funktion ein oder stellt sie ein, passt der Auftragnehmer die betroffene Leistung angemessen an. Das ist keine Pflichtverletzung. Der Auftragnehmer informiert den Auftraggeber über wesentliche Einschränkungen. Ist eine wesentliche Leistung dauerhaft nicht mehr möglich und bietet der Auftragnehmer keinen gleichwertigen Ersatz an, vereinbaren die Parteien eine Anpassung der Vergütung. Kommt keine Einigung zustande, kann jede Partei den betroffenen Leistungsteil mit einer Frist von einem Monat in Textform kündigen.

§ 4 Mitwirkungspflichten des Auftraggebers

(1) Der Auftraggeber stellt dem Auftragnehmer alle Informationen, Materialien und Zugänge, die für die Leistung erforderlich sind, vollständig, richtig und rechtzeitig zur Verfügung. Dazu gehören insbesondere Texte, Bilder, Videos, Logos, Preise, Angaben zu Produkten und Dienstleistungen, Standorte, Teilnahmevoraussetzungen sowie Zugänge zu Social-Media-Konten, Werbekonten, Domains und Systemen. Termine und Fristen für die Zulieferung stehen im Angebot. Fehlt eine Regelung, liefert der Auftraggeber Material für wiederkehrende Leistungen spätestens am Donnerstag vor der betreffenden Kalenderwoche.

(2) Materialien übermittelt der Auftraggeber in gängigen Formaten, insbesondere:

a) Texte: PDF, DOCX, TXT, RTF,

b) Bilder und Grafiken: JPG, PNG, SVG, PDF, für Printprodukte mit mindestens 300 dpi,

c) Videos: MP4, MOV oder andere gängige Formate,

d) Logos: bevorzugt als Vektordatei (SVG, EPS, AI), sonst als PNG in hoher Auflösung.

(3) Der Auftraggeber benennt eine erreichbare Ansprechperson, die verbindlich entscheiden darf. Er informiert den Auftragnehmer unverzüglich, wenn sich Angaben ändern, die für die Leistung wichtig sind, etwa Preise, Standorte, Ansprechpartner oder Öffnungszeiten.

(4) Stellt der Auftraggeber keine Materialien bereit und macht er keine Vorgaben, darf der Auftragnehmer lizenziertes Bildmaterial gängiger Anbieter (zum Beispiel Stockfotos) oder eigene, auch mit KI erstellte Motive verwenden oder Platzhalter einsetzen.

(5) Verzögert sich die Leistung, weil der Auftraggeber nicht oder verspätet mitwirkt, hat der Auftragnehmer das nicht zu vertreten. Vereinbarte Termine verschieben sich angemessen. Können dadurch einzelne Beiträge nicht zum vorgesehenen Zeitpunkt erscheinen, entfallen sie ohne Ersatzanspruch, soweit ein Nachholen nicht sinnvoll möglich ist. Der Vergütungsanspruch des Auftragnehmers bleibt bestehen. Entsteht durch fehlende, verspätete oder fehlerhafte Mitwirkung Mehraufwand, kann der Auftragnehmer ihn nach den im Angebot genannten Stundensätzen, hilfsweise nach seiner aktuellen Preisliste, berechnen.

(6) Kommt der Auftraggeber seinen Mitwirkungspflichten trotz Aufforderung und angemessener Nachfrist dauerhaft nicht nach, kann der Auftragnehmer den Vertrag aus wichtigem Grund kündigen.

§ 5 Inhalte des Auftraggebers und Rechte Dritter

(1) Der Auftraggeber versichert, dass er an allen Materialien, die er dem Auftragnehmer überlässt, die erforderlichen Rechte hält oder rechtswirksam erworben hat. Das umfasst insbesondere Urheber-, Leistungsschutz-, Marken- und Persönlichkeitsrechte sowie die nach der DSGVO und dem Kunsturhebergesetz (KUG) erforderlichen Einwilligungen abgebildeter oder hörbarer Personen. Er teilt dem Auftragnehmer mit, ob und wie Urheber zu nennen sind. Das gilt auch für Material, das bereits veröffentlicht wurde und nun neu geschnitten, vertont oder in anderen Kanälen oder Anzeigen verwendet werden soll. Eine frühere Veröffentlichung allein belegt nicht, dass die Rechte für jede weitere Nutzung vorliegen.

(2) Übermittelt der Auftraggeber Videos zur Verwendung mit Originalton, versichert er zusätzlich, dass die Tonspur nur Inhalte enthält, an denen er die erforderlichen Rechte hält. Das gilt insbesondere für:

- a)** Hintergrundmusik aus Radio-, Streaming- oder Fernsehprogrammen, die bei der Aufnahme hörbar war,
- b)** Werbung, Filmausschnitte oder andere geschützte Tonaufnahmen Dritter,
- c)** Stimmen Dritter, für deren Aufnahme und Veröffentlichung keine Einwilligung nach DSGVO und KUG vorliegt.

(3) Teilt der Auftraggeber mit, dass für bestimmtes Videomaterial die Rechte an der Tonspur fehlen, oder hat der Auftragnehmer begründete Zweifel, entfernt der Auftragnehmer den Originalton vollständig. Er ersetzt ihn durch Musik aus lizenzierten Bibliotheken oder durch eine eigene Tonspur. Die Zusicherung nach Absatz 2 gilt dann für dieses Material nicht.

(4) Der Auftraggeber räumt dem Auftragnehmer an seinen Materialien die Nutzungsrechte ein, die für die vereinbarte Leistung erforderlich sind. Die Rechte sind einfach, zeitlich und räumlich unbeschränkt und auf den Vertragszweck begrenzt. Der Auftragnehmer darf die Materialien insbesondere schneiden, kürzen, in andere Formate bringen, mit Text, Untertiteln, Grafik und Musik versehen, mit anderen Materialien kombinieren und mit KI-Verfahren nach § 6 bearbeiten. Das gilt auch für bestehendes Material des Auftraggebers, etwa ältere Videos, Imagefilme oder Beiträge, das der Auftragnehmer sichtet und für neue Inhalte aufbereitet.

(5) Der Auftraggeber ist für die inhaltliche Richtigkeit der Angaben verantwortlich, die er liefert oder freigibt, insbesondere zu Preisen, Voraussetzungen, Standorten, Abschlüssen und Leistungsversprechen.

(6) Der Auftragnehmer prüft Materialien und Vorgaben des Auftraggebers nur in zumutbarem Umfang auf offensichtliche Rechtsverstöße. Eine rechtliche Prüfung, zum Beispiel auf Wettbewerbs-, Marken-, Urheber-, Kennzeichnungs- oder Datenschutzrecht, schuldet der Auftragnehmer nicht. Er erbringt keine Rechtsdienstleistungen im Sinne des Rechtsdienstleistungsgesetzes. Erkennt der Auftragnehmer, dass Inhalte oder Weisungen gegen geltendes Recht verstoßen, kann er ihre Verwendung verweigern. Er informiert den Auftraggeber darüber.

(7) Erteilt der Auftraggeber Weisungen zu Inhalt oder Gestaltung, trägt er dafür die Verantwortung.

§ 6 Einsatz von Künstlicher Intelligenz (KI)

(1) Der Auftragnehmer darf bei der Leistungserbringung KI-Systeme einsetzen, um Texte, Bilder, Stimmen, Videos und andere Inhalte zu erstellen oder zu bearbeiten. Der Einsatz unterbleibt, wenn für den Auftragnehmer erkennbar ist, dass er berechtigten Interessen des Auftraggebers zuwiderläuft. Will der Auftraggeber den KI-Einsatz für bestimmte Leistungen oder Materialien ausschließen, teilt er das in Textform mit.

(2) Inhalte, die mit KI erstellt oder wesentlich bearbeitet wurden, prüft eine Person des Auftragnehmers vor der Veröffentlichung oder Übergabe und passt sie bei Bedarf an.

(3) Für Inhalte, die ganz oder überwiegend durch KI erzeugt werden, besteht nach geltendem Recht möglicherweise kein oder nur eingeschränkter urheberrechtlicher Schutz. Der Auftraggeber darf solche Inhalte im vereinbarten Umfang nutzen (§ 23). Ein ausschließliches Recht, das Dritte von der Nutzung gleicher oder ähnlicher Inhalte ausschließt, kann der Auftragnehmer an rein KI-erzeugten Inhalten nicht verschaffen. Soll der Auftraggeber ausschließliche Rechte erhalten, vereinbaren die Parteien das im Angebot. Der Auftragnehmer sorgt dann durch eigene schöpferische Bearbeitung dafür, dass eine Rechteübertragung möglich ist, soweit das technisch und rechtlich erreichbar ist.

(4) Der Auftragnehmer wählt KI-Systeme sorgfältig aus und beachtet deren Nutzungsbedingungen. Er setzt KI-Inhalte nicht ein, wenn für ihn erkennbar ist, dass sie Rechte Dritter verletzen, etwa weil sie geschützte Werke, Marken oder reale Personen erkennbar nachbilden.

(5) Einige KI-Systeme werden von Anbietern mit Sitz außerhalb der Europäischen Union betrieben, insbesondere in den USA. Enthalten die übermittelten Materialien personenbezogene Daten, etwa Abbildungen oder Stimmen erkennbarer Personen, liegt eine Übermittlung in ein Drittland nach Art. 44 ff. DSGVO vor. Der Auftragnehmer nutzt dafür nur Anbieter, für die ein Angemessenheitsbeschluss, geeignete Garantien oder eine andere Grundlage nach Art. 44 ff. DSGVO besteht. Die eingesetzten Anbieter nennt der Vertrag zur Auftragsverarbeitung.

(6) Der Auftraggeber versichert, dass für alle Personen auf Materialien, die er zur KI-Bearbeitung bereitstellt, die erforderlichen Einwilligungen nach Art. 6 DSGVO und §§ 22, 23 KUG vorliegen. Die Einwilligung muss ausdrücklich umfassen:

- a)** die Bearbeitung des Bild-, Ton- oder Videomaterials mit KI-Verfahren,
- b)** die Übermittlung an Dienstleister außerhalb der Europäischen Union,
- c)** die Veröffentlichung des bearbeiteten Materials auf den vereinbarten Kanälen.

(7) Fehlen diese Einwilligungen für bestimmte Materialien, teilt der Auftraggeber das bei der Übergabe ausdrücklich mit. Der Auftragnehmer schließt diese Materialien dann von der KI-Verarbeitung aus. Das gilt auch für Materialien, die später hinzukommen.

(8) Der Auftragnehmer kennzeichnet Inhalte, die er mit KI erzeugt oder wesentlich bearbeitet hat und selbst veröffentlicht, soweit das rechtlich oder nach den Regeln der jeweiligen Plattform erforderlich ist, insbesondere nach der Verordnung (EU) 2024/1689 (KI-Verordnung) und dem UWG. Die Form der Kennzeichnung legt der Auftragnehmer fest und passt sie an die rechtliche Entwicklung an. Veröffentlicht oder verwendet der Auftraggeber solche Inhalte selbst oder in anderem Zusammenhang weiter, ist er selbst dafür verantwortlich, die Kennzeichnung beizubehalten und eine etwaige Kennzeichnungspflicht zu prüfen.

(9) Stockmaterial, Musik, Schriften und andere Bestandteile Dritter, die der Auftragnehmer selbst auswählt, lizenziert er in dem Umfang, den die vereinbarte Nutzung erfordert. Er prüft dabei auch, ob die Lizenz bezahlte Anzeigen und alle vereinbarten Kanäle abdeckt. Beschränkt eine Lizenz die Nutzung durch den Auftraggeber, teilt der Auftragnehmer das vor der Verwendung mit.

§ 7 KI-Charaktere

(1) Ist das im Angebot vereinbart, entwickelt der Auftragnehmer für den Auftraggeber einen oder mehrere KI-Charaktere. Ein KI-Charakter ist eine mit KI erzeugte, fiktive Figur mit eigenem Aussehen, Namen, Stimme und Rolle, die in Beiträgen, Anzeigen, Anfragekanälen und anderen Inhalten für den Auftraggeber auftritt.

(2) Alle Rechte an den KI-Charakteren verbleiben beim Auftragnehmer, soweit solche Rechte bestehen. Das betrifft insbesondere Gestaltung, Referenzbilder, Stimmprofil, Namen in Verbindung mit der Figur, Prompts, Einstellungen und Arbeitsdateien. Die im Angebot ausgewiesene Vergütung für die Entwicklung eines KI-Charakters deckt dessen Entwicklung und seinen Einsatz für den Auftraggeber während der Vertragslaufzeit ab. Sie ist kein Entgelt für eine Übertragung von Rechten am Charakter.

(3) Während der Vertragslaufzeit setzt der Auftragnehmer die KI-Charaktere in den Inhalten ein, die er für den Auftraggeber erstellt. Ob und in welchem Umfang der Auftragnehmer einen KI-Charakter für andere Kunden nutzen darf, regelt das Angebot. Fehlt eine Regelung, nutzt der Auftragnehmer den Charakter während der Vertragslaufzeit nicht für Wettbewerber des Auftraggebers.

(4) Nach Vertragsende gilt:

a) Inhalte mit KI-Charakteren, die bereits veröffentlicht oder übergeben wurden, darf der Auftraggeber in der übergebenen Form im Rahmen des § 23 weiter nutzen. Veröffentlichte Beiträge müssen nicht entfernt werden. Technische Formatänderungen und Kürzungen sind zulässig, solange dadurch keine neuen Aussagen der Figur entstehen.

b) Der Auftraggeber darf keine neuen Inhalte mit den KI-Charakteren erstellen oder erstellen lassen. Er darf die Charaktere nicht nachbilden, auch nicht mit eigenen KI-Werkzeugen, und bestehende Inhalte nicht so bearbeiten, dass neue Aussagen der Figur entstehen.

c) Die Parteien können in Textform vereinbaren, dass der Auftraggeber einen KI-Charakter gegen eine gesonderte Vergütung übernimmt.

(5) KI-Charaktere werden als solche gekennzeichnet (§ 6 Abs. 8). Sie geben sich nicht als reale Personen, Mitarbeiter, Teilnehmer oder Kunden des Auftraggebers aus. Der Auftraggeber verwendet die Charaktere nicht in einer Weise, die diesen Eindruck erweckt. Aussagen der Charaktere zu Fakten, etwa zu Erfolgsgeschichten, Kundenfeedback, Produktbeschreibungen, Förderungen, Abschlüssen oder Verdienstmöglichkeiten, beruhen auf den Angaben des Auftraggebers (§ 5 Abs. 5).

(6) Stimmen und Darstellungen der KI-Charaktere entstehen mit Diensten Dritter. Der Einsatz erfolgt im Rahmen der Nutzungsbedingungen dieser Dienste. Ändern die Dienste ihre Bedingungen oder stellen sie Funktionen ein, darf der Auftragnehmer einen gleichwertigen Dienst nutzen. Dabei kann sich die Darstellung oder Stimme eines Charakters geringfügig ändern.

(7) Sagt das Angebot die Übergabe von Referenzbildern, Figurenleitfäden oder anderen Unterlagen zu einem KI-Charakter zu, liefert der Auftragnehmer diese. Die Unterlagen dienen der Abstimmung und Dokumentation. Sie räumen kein Recht ein, mit dem Charakter neue Inhalte herzustellen oder herstellen zu lassen, soweit das Angebot nichts anderes bestimmt.

Teil 2: Leistungsbereiche

§ 8 Social-Media-Betreuung und Content-Erstellung

(1) Der Auftragnehmer erstellt Inhalte für die im Angebot genannten Kanäle und veröffentlicht sie, soweit vereinbart, im Namen des Auftraggebers. Anzahl, Formate und Kanäle ergeben sich aus dem Angebot. Werden Mengen je Monat vereinbart, verfallen nicht abgerufene oder wegen fehlender Mitwirkung nicht umsetzbare Beiträge am Monatsende, soweit das Angebot nichts anderes vorsieht.

(2) Für die Veröffentlichung gewährt der Auftraggeber dem Auftragnehmer Zugang zu seinen Kanälen, vorzugsweise über Rollen- oder Partnerzugänge der Plattformen (zum Beispiel Meta Business Suite). Die Konten bleiben Eigentum des Auftraggebers. Er bleibt gegenüber der Plattform Kontoinhaber und für die Einhaltung ihrer Nutzungsbedingungen verantwortlich, soweit sie nicht die Handlungen des Auftragnehmers betreffen.

(3) Der Auftragnehmer erstellt einen Redaktionsplan. Der Auftraggeber kann ihn jederzeit einsehen, soweit das Angebot das vorsieht.

(4) Das Angebot legt fest, welches Freigabemodell gilt:

a) Modell A, Veröffentlichung im abgestimmten Rahmen: Vor dem Start stimmen die Parteien den Rahmen ab, insbesondere Themen, fachliche Aussagen, Tonalität, Gestaltung, Kanäle und Budget. Innerhalb dieses Rahmens prüft und veröffentlicht der Auftragnehmer die Inhalte ohne Einzelfreigabe. Wesentliche Abweichungen vom Rahmen stimmt er vorher mit dem Auftraggeber ab. Der Auftraggeber kann einzelnen geplanten Inhalten jederzeit vor der Veröffentlichung widersprechen und für künftige Inhalte Änderungen des Rahmens verlangen. Der Auftragnehmer veröffentlicht dann nicht oder ändert den Inhalt.

b) Modell B, Freigabe mit Frist: Der Auftragnehmer legt jeden Inhalt in Textform zur Freigabe vor, spätestens 24 Stunden vor dem geplanten Veröffentlichungstermin. Widerspricht der Auftraggeber nicht innerhalb von 24 Stunden nach Zugang der Vorlage, gilt der Inhalt als freigegeben. Endet die Frist an einem Samstag, Sonntag oder gesetzlichen Feiertag in Nordrhein-Westfalen, läuft sie bis zum nächsten Werktag, 12 Uhr. Auf die Frist und die Folge seines Schweigens weist der Auftragnehmer bei jeder Vorlage hin.

Legt das Angebot kein Modell fest, gilt Modell A.

(5) Unabhängig vom Freigabemodell bleibt der Auftraggeber für die Richtigkeit seiner sachlichen Angaben verantwortlich (§ 5 Abs. 5). Eine Freigabe, auch eine nach Absatz 4 b) fingierte, entbindet den Auftragnehmer nicht von seiner Verantwortung für die eigene Gestaltung, für Fehler, die er erkennen konnte, und für Material, das er selbst beschafft hat.

(6) Der Auftragnehmer kennzeichnet Werbung als solche, soweit das erforderlich ist. Er setzt keine verdeckten Werbelinks.

(7) Auf Verlangen des Auftraggebers entfernt der Auftragnehmer veröffentlichte Beiträge aus den betreuten Kanälen, soweit technisch möglich. Weiterverbreitungen durch Dritte, etwa geteilte Beiträge oder Kopien, kann der Auftragnehmer nicht entfernen.

(8) Die Beantwortung von Kommentaren und Nachrichten (Community Management) schuldet der Auftragnehmer nur, wenn das Angebot sie vorsieht. Fachliche Anfragen von Interessenten leitet er an den Auftraggeber weiter.

§ 9 Werbeanzeigen und Werbebudget

(1) Der Auftragnehmer konzipiert Werbeanzeigen, erstellt die Anzeigenmotive und schaltet und betreut die Kampagnen auf den im Angebot genannten Plattformen. Er testet Varianten, wertet die Ergebnisse aus und verteilt das Budget innerhalb des vereinbarten Rahmens auf die Anzeigen, die am besten funktionieren.

(2) Das Werbebudget, also die Kosten, die die Plattform für die Ausspielung berechnet, ist nicht Teil der Vergütung des Auftragnehmers, soweit das Angebot nichts anderes bestimmt. Das Angebot legt eine der folgenden Varianten fest:

- a)** Weiterberechnung (Standard): Der Auftragnehmer zahlt das Werbebudget an die Plattform und berechnet es dem Auftraggeber in nachgewiesener Höhe ohne Aufschlag weiter, getrennt von seiner Vergütung. Der Auftragnehmer kann dafür eine Vorauszahlung verlangen.
- b)** Werbekonto des Auftraggebers: Die Anzeigen laufen über ein Werbekonto des Auftraggebers. Der Auftraggeber hinterlegt dort sein Zahlungsmittel und zahlt das Werbebudget direkt an die Plattform. Der Auftragnehmer erhält einen Zugang zur Verwaltung.
- c)** Inklusivbudget: Das Angebot weist ein Budget aus, das in der Vergütung enthalten ist. Der Auftragnehmer setzt es im Sinne der Kampagnenziele ein. Nicht verbrauchtes Budget wird nicht in Folgemonate übertragen und nicht erstattet, soweit das Angebot nichts anderes bestimmt.

Legt das Angebot keine Variante fest, gilt Variante a).

(3) Der Auftragnehmer überschreitet das vereinbarte Budget nicht ohne Zustimmung des Auftraggebers in Textform. Geringe Abweichungen, die durch die Abrechnungslogik der Plattform entstehen, sind keine Überschreitung.

(4) Die Plattformen entscheiden selbst über Zulassung, Ausspielung, Preise und Reichweite von Anzeigen. Anzeigen zu Beschäftigung, Aus- und Weiterbildung, Krediten, Wohnen oder politischen Themen unterliegen dort besonderen Regeln, etwa einer eingeschränkten Zielgruppenauswahl. Der Auftragnehmer beachtet diese Regeln. Er haftet nicht dafür, dass eine Plattform Anzeigen ablehnt, einschränkt oder Konten sperrt, es sei denn, er hat dies durch eine eigene Pflichtverletzung verursacht.

(5) Der Auftragnehmer richtet Anzeigen nicht auf eine Auswahl nach Merkmalen aus, die gegen Diskriminierungsverbote verstoßen, insbesondere nach dem Allgemeinen Gleichbehandlungsgesetz. Vorgaben des Auftraggebers zur Zielgruppe setzt er nur um, soweit sie damit vereinbar sind.

(6) Anzeigeninhalte, die der Auftraggeber vorgibt, prüft der Auftragnehmer nicht rechtlich (§ 5 Abs. 6). § 8 Abs. 4 und 5 gelten für Anzeigen entsprechend.

(7) Antworten aus Anfrage-Checks, Freitextangaben und Kontaktdaten von Interessenten übermittelt der Auftragnehmer nur dann an Werbeplattformen, etwa zur Erfolgsmessung oder zum Abgleich von Zielgruppen, wenn die Parteien das Verfahren gesondert festgelegt haben und dafür eine Rechtsgrundlage besteht. Die Beauftragung von Anzeigen oder Tracking allein genügt dafür nicht.

§ 10 Regionale Werbeportale (wirbt.online)

(1) Der Auftragnehmer betreibt unter der Marke wirbt.online regionale Werbeportale auf eigenen Social-Media-Kanälen. Buht der Auftraggeber dort Werbeplätze, veröffentlicht der Auftragnehmer Beiträge über den Auftraggeber auf diesen Kanälen. Eigene Social-Media-Kanäle braucht der Auftraggeber dafür nicht.

(2) Die Portalkanäle gehören dem Auftragnehmer. Er entscheidet über Gestaltung, Reihenfolge und Umfeld der Beiträge im Rahmen des Angebots. Ein Anspruch auf eine bestimmte Platzierung, Reichweite oder Followerzahl der Portale besteht nicht.

(3) Den Namen des Portals, auf dem er erscheint, darf der Auftraggeber für eigene Werbung nur verwenden, wenn das Angebot das ausdrücklich vorsieht. Weitere Rechte an Namen, Logos oder Marken der Portale erhält er nicht.

(4) Der Auftragnehmer darf Beiträge auf den Portalen ablehnen oder entfernen, wenn sie gegen geltendes Recht, Rechte Dritter oder die Richtlinien der Plattform verstoßen oder den Ruf der Portale erheblich gefährden. Er informiert den Auftraggeber darüber.

§ 11 Digitaler Anfragekanal (Anfrage-Check und Lead-Portal)

(1) Ist das im Angebot vereinbart, richtet der Auftragnehmer für den Auftraggeber einen digitalen Anfragekanal ein und betreibt ihn. Er besteht in der Regel aus:

- a)** einer Anfrage-Strecke („Check“), auf der Interessenten Fragen beantworten und ihre Kontaktdaten hinterlassen,
- b)** einem Lead-Portal, in dem der Auftraggeber die Anfragen einsieht, bearbeitet und ihren Stand festhält,
- c)** Benachrichtigungen per E-Mail und Exportfunktionen.

(2) Die Einrichtung ist eine Werkleistung. Sie umfasst die im Angebot beschriebene Konzeption, Gestaltung, technische Umsetzung und Anbindung. Fragen, Texte, Einwilligungs- und Datenschutzhinweise stimmen die Parteien vor dem Start ab. Mit der Freigabe zum Start (Livegang) gilt die Einrichtung als abgenommen, soweit der Auftraggeber sie nicht wegen eines wesentlichen Mangels verweigert. Im Übrigen gilt § 18.

(3) Der Betrieb nach dem Livegang ist eine laufende Leistung. Er umfasst Hosting, technische Pflege, Sicherheitsaktualisierungen und die Beseitigung von Störungen, die im Verantwortungsbereich des Auftragnehmers liegen. Inhaltliche Änderungen, neue Fragen, neue Strecken oder zusätzliche Funktionen sind nur geschuldet, soweit das Angebot sie vorsieht. Sonst werden sie gesondert vereinbart und vergütet.

(4) Der Auftragnehmer betreibt den Anfragekanal auf Servern, die er selbst auswählt, innerhalb der Europäischen Union. Soll der Check unter einer Domain des Auftraggebers erreichbar sein, stellt der Auftraggeber die dafür nötigen DNS-Einträge oder Zugänge bereit. Die Domain bleibt Eigentum des Auftraggebers.

(5) Der Auftragnehmer räumt dem Auftraggeber für die Vertragslaufzeit das einfache, nicht übertragbare Recht ein, das Lead-Portal für eigene Geschäftszwecke durch seine Mitarbeiter zu nutzen. Die Software, der Programmcode, die technische Struktur des Checks und des Portals sowie Vorlagen bleiben Eigentum des Auftragnehmers. Die im Angebot ausgewiesene Vergütung für die Einrichtung vergütet Konzeption, Anpassung und Inbetriebnahme für den Auftraggeber. Sie ist kein Kaufpreis für die Software, soweit das Angebot nichts anderes bestimmt. Einen Anspruch auf Herausgabe des Quellcodes hat der Auftraggeber nicht.

(6) Jede Person erhält ein eigenes Benutzerkonto. Die im Angebot vorgesehene Leitungsrolle legt Benutzer an und ordnet ihnen Standorte oder Bereiche zu, soweit diese Funktion vereinbart ist. Der Auftraggeber sorgt dafür, dass Zugangsdaten geheim bleiben, nicht geteilt werden und nur Personen

Zugriff haben, die ihn für ihre Arbeit brauchen. Er entfernt Zugänge ausgeschiedener Mitarbeiter unverzüglich. Bei Verdacht auf Missbrauch informiert er den Auftragnehmer sofort. Der Auftragnehmer darf Zugänge vorübergehend sperren, wenn ein Missbrauch zu befürchten ist.

(7) Der Auftraggeber bearbeitet die eingehenden Anfragen selbst und pflegt ihren Status im Portal zeitnah. Diese Mitwirkung ist Voraussetzung für die Auswertungen nach § 12. Die Kontaktaufnahme mit Interessenten, deren Beratung und alle weiteren Entscheidungen liegen allein beim Auftraggeber.

(8) Soll der Check Anfragen nach Kriterien zuordnen oder vorprüfen, etwa nach Standort oder Fördervoraussetzungen, legt der Auftraggeber die fachlichen Kriterien fest. Er ist dafür verantwortlich, dass sie rechtlich zulässig sind, insbesondere nicht gegen das Allgemeine Gleichbehandlungsgesetz verstoßen. Der Auftragnehmer setzt die Kriterien technisch um. Die Vorprüfung unterstützt den Auftraggeber. Entscheidungen über Beratung, Zulassung oder Förderung trifft er selbst. Eine Absage allein durch den Check oder eine andere ausschließlich automatisierte Entscheidung mit rechtlicher oder ähnlich erheblicher Wirkung im Sinne von Art. 22 DSGVO ist nicht beauftragt. Sie bedarf einer gesonderten Vereinbarung und der gesetzlichen Voraussetzungen.

(9) Der Auftragnehmer bemüht sich um eine hohe Verfügbarkeit des Anfragekanals. Eine bestimmte Verfügbarkeit oder Reaktionszeit ist nur geschuldet, wenn das Angebot sie ausdrücklich zusagt. Wartungsarbeiten führt der Auftragnehmer möglichst zu nutzungsarmen Zeiten durch. Störungen meldet der Auftraggeber in Textform.

(10) Die im Portal gespeicherten Anfragen sind Daten des Auftraggebers. Der Auftraggeber kann sie während der Laufzeit jederzeit exportieren, soweit die Exportfunktion vereinbart ist. Für die Verarbeitung gilt der Vertrag zur Auftragsverarbeitung (§ 27). Die Folgen der Vertragsbeendigung regelt § 22.

§ 12 Auswertungen und Berichte

(1) Ist das im Angebot vereinbart, erstellt der Auftragnehmer regelmäßige Auswertungen, etwa einen Monatsbericht mit Kennzahlen zu Werbeausgaben, Anfragen, erreichten Interessenten, Terminen und Starts.

(2) Die Kennzahlen beruhen auf Daten der Plattformen und auf den Angaben, die der Auftraggeber im Lead-Portal pflegt. Plattformdaten sind naturgemäß unvollständig, etwa weil Nutzer der Messung nicht zustimmen. Pflegt der Auftraggeber den Status von Anfragen nicht, weist der Bericht diese Werte als unbekannt aus. Der Auftragnehmer haftet nicht für die Richtigkeit von Plattformdaten oder von Angaben des Auftraggebers.

(3) Auswertungen und Empfehlungen sind Entscheidungshilfen. Sie begründen keine Zusage für künftige Ergebnisse.

§ 13 Websites und Online-Shops

(1) Gegenstand von Website-Verträgen ist die Entwicklung neuer oder die Erweiterung bestehender Websites und Online-Shops nach den gestalterischen und technischen Vorgaben des Auftraggebers. Die geschuldeten Funktionen und Inhalte ergeben sich aus dem Angebot.

(2) Die Parteien vereinbaren im Angebot eines der folgenden Vorgehen:

a) Agiles Vorgehen (Standard): Der Auftraggeber kann während des Projekts Wünsche einbringen, soweit sie vom vereinbarten Umfang gedeckt sind. Darüber hinausgehende Leistungen werden gesondert vereinbart und vergütet.

b) Lasten- und Pflichtenheft: Der Auftraggeber beschreibt seine Anforderungen in einem Lastenheft. Der Auftragnehmer prüft es auf Vollständigkeit, Eindeutigkeit und Umsetzbarkeit, nicht aber auf rechtliche Eignung, und erstellt darauf ein Pflichtenheft mit Zeitplan. Nach Freigabe des Pflichtenhefts durch den Auftraggeber sind die dort beschriebenen Leistungen verbindlich vereinbart. Lehnt der Auftraggeber das Pflichtenheft ab, legt der Auftragnehmer bis zu zwei überarbeitete Fassungen vor. Kommt danach keine Einigung zustande, kann jede Partei den Vertrag kündigen. Der Auftraggeber vergütet dann die bis dahin erbrachten Leistungen.

(3) Der Auftragnehmer beginnt mit der Umsetzung, sobald der Auftraggeber die erforderlichen Inhalte, Zugänge (etwa zu Hosting, Domain oder bestehendem CMS) und Freigaben geliefert hat.

(4) Soweit nichts anderes vereinbart ist, sind Websites für die aktuellen Versionen von Chrome, Safari, Firefox und Edge optimiert, jeweils in den letzten zwei Hauptversionen. Suchmaschinenoptimierung, Plugins, Zertifikate, externe Dienste sowie die Prüfung und Beschaffung von Rechten an Drittkomponenten sind nur geschuldet, wenn das Angebot sie ausdrücklich vorsieht.

(5) Ein Anspruch auf Herausgabe von Quellcode, Entwicklungsdokumentation, Datenbankauszügen oder offenen Grafikdateien besteht nur, wenn das vereinbart ist.

(6) Impressum, Datenschutzerklärung, Cookie-Einwilligung und andere Rechtstexte stellt der Auftraggeber bereit, soweit nichts anderes vereinbart ist. Der Auftragnehmer berät nicht zu wettbewerbs-, verbraucher-, kennzeichnungs- oder datenschutzrechtlichen Fragen (§ 5 Abs. 6).

(7) Nach der Abnahme ist der Auftraggeber für technische Instandhaltung und Aktualisierung verantwortlich, soweit kein Wartungsvertrag nach § 14 besteht. Für Sicherheitslücken, die durch nicht aktualisierte Software entstehen und von Dritten ausgenutzt werden, haftet der Auftragnehmer dann nicht.

§ 14 Webhosting und Wartung

(1) Hosting: Der Auftragnehmer betreibt Websites des Auftraggebers auf Servern, die er selbst auswählt und bei Drittunternehmen anmietet. Den Umfang (Speicherplatz, Domains, E-Mail-Postfächer, Zertifikate) legt das Angebot fest. Eine bestimmte Verfügbarkeit ist nur geschuldet, wenn das Angebot sie ausdrücklich zusagt.

(2) Wartung: Ist ein Wartungsvertrag vereinbart, beseitigt der Auftragnehmer Funktionsstörungen und aktualisiert Software und Erweiterungen anlassbezogen. Regelmäßige Wartungsintervalle, inhaltliche Änderungen sowie die Aktualisierung von Impressum und Datenschutzerklärung sind nur geschuldet, wenn das Angebot sie vorsieht. Für Störungen durch eigenmächtige Änderungen des Auftraggebers oder Dritter haftet der Auftragnehmer nicht.

(3) Datensicherung: Soweit das Angebot keine Datensicherung durch den Auftragnehmer vorsieht, sichert der Auftraggeber seine Daten selbst regelmäßig oder beauftragt damit einen geeigneten Dritten.

(4) Unzulässige Inhalte: Der Auftraggeber speichert und veröffentlicht keine Inhalte, die gegen geltendes Recht, Rechte Dritter oder die guten Sitten verstoßen oder Schadsoftware enthalten. Insbesondere sind beleidigende, gewaltverherrlichende, volksverhetzende, diskriminierende, jugendgefährdende oder pornografische Inhalte unzulässig.

(5) Hinweise auf unzulässige Inhalte: Der Auftragnehmer prüft gespeicherte Inhalte nicht von sich aus. Erhält er einen Hinweis oder erkennt er selbst einen möglicherweise unzulässigen Inhalt, geht er so vor:

a) Er prüft den Hinweis zügig. Kann er einen Verstoß nicht ausschließen, darf er den Inhalt vorläufig sperren und fordert den Auftraggeber mit angemessener Frist zur Stellungnahme auf.

b) Nach Eingang der Stellungnahme oder Ablauf der Frist entscheidet er nach sachlicher Abwägung, insbesondere von Schwere, Häufigkeit und Verschulden. Mögliche Maßnahmen sind Verwarnung, Sperrung oder Löschung des Inhalts, vorübergehende Sperrung des Zugangs oder Kündigung.

c) Er teilt dem Auftraggeber seine Entscheidung und deren Gründe mit, soweit rechtlich zulässig.

Hinweise kann jeder über die Kontaktdaten im Impressum des Auftragnehmers senden. Gesetzliche Meldepflichten bleiben unberührt.

§ 15 Printprodukte und Druckabwicklung

(1) Der Auftragnehmer gestaltet Printprodukte wie Flyer, Broschüren, Plakate, Schilder, Roll-Ups, Visitenkarten oder Beschriftungen. Soweit nicht anders vereinbart, schuldet er eine druckfähige Datei (zum Beispiel PDF). Offene Arbeitsdateien schuldet er nicht.

(2) Dem Auftraggeber stehen zwei Korrekturschleifen zu, soweit nicht anders vereinbart. Weitere Änderungen werden gesondert berechnet. Nach der zweiten Korrekturschleife sind Beanstandungen der künstlerischen Gestaltung ausgeschlossen. Ansprüche wegen Mängeln bleiben unberührt.

(3) Übernimmt der Auftragnehmer die Druckabwicklung, legt das Angebot fest, ob es sich handelt um:

a) ein Direktgeschäft: Der Auftragnehmer beauftragt den Druckdienstleister im eigenen Namen und auf eigene Rechnung. Vertragspartner des Auftraggebers ist allein der Auftragnehmer, oder

b) ein Vermittlungsgeschäft: Der Auftragnehmer schließt den Druckvertrag im Namen und auf Rechnung des Auftraggebers oder vermittelt ihn. Vertragspartner wird allein der Druckdienstleister. Es gelten dessen Bedingungen, der Auftraggeber zahlt direkt an ihn, und Mängelansprüche richtet er an ihn. Der Auftragnehmer haftet nicht für die Druckleistung. Er stellt dem Auftraggeber im Streitfall die ihm vorliegenden Informationen zur Verfügung.

(4) Gedruckt wird erst nach Druckfreigabe des Auftraggebers in Textform. Der Auftraggeber prüft die Druckdaten vor der Freigabe auf inhaltliche Richtigkeit und Vollständigkeit. Für Fehler, die in einer freigegebenen Druckdatei enthalten sind, haftet der Auftragnehmer nicht, soweit sie für den Auftraggeber erkennbar waren.

§ 16 Texte, Grafiken und Logos

(1) Der Auftragnehmer erstellt Texte (etwa Werbetexte, Website-Inhalte, Pressemitteilungen) sowie Grafiken und Logos (Designs) auf Grundlage des vereinbarten Briefings.

(2) Dem Auftraggeber stehen je Text oder Design zwei Korrekturschleifen zu, soweit nicht anders vereinbart. Weitere Änderungen werden gesondert berechnet. Nach der zweiten Korrekturschleife sind Beanstandungen von Stil und Gestaltung sowie die Einarbeitung neuer Informationen ausgeschlossen. Ansprüche wegen Mängeln bleiben unberührt.

(3) Die Freigabe eines Textes oder Designs gilt als Abnahme. Veröffentlicht der Auftraggeber einen Text oder ein Design vor der Freigabe, gilt die Veröffentlichung als Abnahme.

(4) Designs übergibt der Auftragnehmer in gängigen Dateiformaten (zum Beispiel PDF, PNG, JPG, SVG). Offene Arbeitsdateien schuldet er nur, wenn das vereinbart ist.

(5) Entwürfe, die der Auftragnehmer während der Korrekturschleifen vorlegt und die nicht ausgewählt werden, darf der Auftraggeber weder im Original noch verändert nutzen oder weitergeben.

(6) Die Prüfung von Texten, Logos und Designs auf Marken- und andere Schutzrechte Dritter schuldet der Auftragnehmer nicht. Vor der Anmeldung oder Nutzung eines Logos als Marke sollte der Auftraggeber eine Recherche durchführen lassen.

§ 17 Suchmaschinenoptimierung und Suchmaschinenwerbung

(1) Suchmaschinenoptimierung (SEO): Der Auftragnehmer führt Maßnahmen durch, die nach seiner Erfahrung das Ranking positiv beeinflussen können oder die der Auftraggeber anordnet. Ein bestimmtes Ranking oder eine bestimmte Sichtbarkeit ist nicht geschuldet, es sei denn, das Angebot sichert sie ausdrücklich zu.

(2) Suchmaschinenwerbung (SEA): Der Auftragnehmer schlägt Keywords und Anzeigentexte vor und schaltet die Kampagnen nach Freigabe durch den Auftraggeber. Die Prüfung der Keywords und Anzeigen auf Marken- und andere Rechte Dritter obliegt dem Auftraggeber vor der Freigabe. Für das Werbebudget gilt § 9 Abs. 2 und 3 entsprechend.

Teil 3: Abwicklung und Vergütung

§ 18 Abnahme von Werkleistungen

(1) Ist eine Werkleistung fertiggestellt, fordert der Auftragnehmer den Auftraggeber in Textform zur Abnahme auf.

(2) Der Auftraggeber prüft das Werk innerhalb von zwei Wochen nach der Aufforderung. Erklärt er in dieser Frist nicht die Abnahme und verweigert er sie auch nicht unter Angabe mindestens eines Mangels, gilt das Werk als abgenommen (§ 640 Abs. 2 BGB). Auf diese Folge weist der Auftragnehmer in der Aufforderung hin.

(3) Unwesentliche Mängel berechtigen nicht zur Verweigerung der Abnahme. Sie werden im Rahmen der Mängelhaftung beseitigt.

(4) Nutzt der Auftraggeber das Werk produktiv, etwa durch Livegang einer Website oder eines Anfragekanals, gilt das als Abnahme, soweit er nicht zugleich einen wesentlichen Mangel rügt.

(5) Zwischenstände und vorläufige Lösungen, die der Auftragnehmer zur Beschleunigung bereitstellt, sind keine Abnahme des endgültigen Werks.

(6) Bei Mängeln wählt der Auftragnehmer die Art der Nacherfüllung.

§ 19 Vergütung und Zahlungsbedingungen

(1) Die Vergütung ergibt sich aus dem Angebot. Alle Preise sind Nettopreise zuzüglich der gesetzlichen Umsatzsteuer.

(2) Soweit das Angebot nichts anderes bestimmt, gilt:

a) Einmalige Leistungen sind sieben Tage nach Zugang der Rechnung fällig. Bei Einrichtungsleistungen kann das Angebot Abschlagszahlungen vorsehen, zum Beispiel 50 Prozent bei Auftrag und 50 Prozent beim Livegang.

b) Laufende Leistungen sind monatlich im Voraus fällig und werden per SEPA-Firmenlastschrift eingezogen (§ 20).

c) Der Auftragnehmer kann den Beginn einer Leistung vom Eingang einer vereinbarten Anzahlung abhängig machen.

(3) Fremdkosten, etwa für Druck, Lizenzen, Stockmaterial, kostenpflichtige Werkzeuge oder Werbebudget, sind nicht in der Vergütung enthalten, soweit das Angebot sie nicht ausdrücklich einschließt. Der Auftragnehmer löst Fremdkosten über 100 EUR netto im Einzelfall nur nach Zustimmung des Auftraggebers in Textform aus.

(4) Der Auftragnehmer stellt Rechnungen elektronisch aus und übermittelt sie per E-Mail oder auf einem anderen elektronischen Weg, soweit gesetzlich vorgeschrieben in einem strukturierten Format (zum Beispiel XRechnung oder ZUGFeRD). Ein Anspruch auf Papierrechnungen besteht nicht. Korrigiert der Auftragnehmer Rechnungen, weil der Auftraggeber falsche Rechnungsdaten angegeben hat, kann er den Aufwand angemessen berechnen.

(5) Gerät der Auftraggeber in Zahlungsverzug, schuldet er Verzugszinsen in Höhe von neun Prozentpunkten über dem Basiszinssatz (§ 288 Abs. 2 BGB) und eine Pauschale von 40 EUR (§ 288 Abs. 5 BGB). Weitergehende Ansprüche bleiben vorbehalten. Der Auftragnehmer kann offene Forderungen an einen Rechtsanwalt oder ein Inkassounternehmen übergeben. Die dadurch entstehenden erforderlichen Kosten trägt der Auftraggeber, soweit sie rechtlich erstattungsfähig sind.

(6) Ist der Auftraggeber in Verzug, mahnt der Auftragnehmer ihn und weist darauf hin, dass er die Leistungen bei fortdauerndem Verzug vorübergehend einstellen kann. Zahlt der Auftraggeber nicht innerhalb von 14 Tagen nach Zugang der Mahnung, darf der Auftragnehmer seine Leistungen für die Dauer des Verzugs einstellen, etwa keine Beiträge mehr veröffentlichen, Anzeigen pausieren oder den Zugang zum Lead-Portal sperren. Der Anfrage-Check nimmt in dieser Zeit weiter Anfragen entgegen, soweit das technisch möglich ist, damit keine Interessentendaten verloren gehen. Nach vollständigem Zahlungsausgleich nimmt der Auftragnehmer die Leistungen wieder auf. Die Pflicht zur Zahlung der Vergütung bleibt während der Einstellung bestehen. Das Recht zur außerordentlichen Kündigung bleibt unberührt.

(7) Der Auftraggeber darf nur mit unbestrittenen oder rechtskräftig festgestellten Forderungen sowie mit Gegenforderungen aus demselben Vertragsverhältnis aufrechnen, die mit der Vergütungsforderung in einem Gegenseitigkeitsverhältnis stehen, insbesondere wegen Mängeln oder nicht erbrachter Leistungen. Ein Zurückbehaltungsrecht steht ihm nur zu, soweit es auf Ansprüchen aus demselben Vertragsverhältnis beruht.

(8) Der Auftragnehmer kann laufende Vergütungen einmal im Kalenderjahr, frühestens zwölf Monate nach Vertragsbeginn, entsprechend der Veränderung des Verbraucherpreisindex für Deutschland (VPI) des Statistischen Bundesamts seit der letzten Festlegung anpassen. Er kündigt die Anpassung mindestens sechs Wochen vorher in Textform an und gibt die Berechnung an. Sinkt der Index, senkt der Auftragnehmer die Vergütung entsprechend. Beträgt die Erhöhung mehr als fünf Prozent, kann der Auftraggeber den betroffenen Vertrag bis zum Wirksamwerden der Erhöhung in Textform außerordentlich kündigen.

§ 20 SEPA-Firmenlastschrift

(1) Für laufende Leistungen erteilt der Auftraggeber dem Auftragnehmer ein SEPA-Firmenlastschriftmandat und reicht die Mandatsbestätigung bei seiner Bank ein. Einmalige Leistungen kann er per Lastschrift oder Überweisung bezahlen. Der Einzug erfolgt zu dem im Angebot genannten Tag des Leistungsmonats, sonst zum 1. eines Monats, oder am nächsten Bankarbeitstag.

(2) Der Auftragnehmer kündigt jeden Einzug mindestens drei Bankarbeitstage vorher an (Pre-Notification). Als Ankündigung genügen insbesondere:

- a)** das angenommene Angebot oder die Auftragsbestätigung mit Angabe des monatlichen Betrags und des Einzugstags,
- b)** eine Dauerrechnung, die der Auftraggeber zu Beginn der Laufzeit erhält,
- c)** das Mandatsformular mit Angabe von Betrag und Einzugstag.

Bei gleichbleibenden Beträgen genügt eine einmalige Ankündigung zu Vertragsbeginn. Ändert sich der Betrag, etwa nach § 19 Abs. 8, kündigt der Auftragnehmer den neuen Betrag erneut an.

(3) Der Auftraggeber sorgt für ausreichende Deckung. Wird eine Lastschrift mangels Deckung oder aus einem anderen vom Auftraggeber zu vertretenden Grund zurückgegeben, trägt er die entstandenen Bankgebühren. Nach wiederholten Rücklastschriften kann der Auftragnehmer Vorauszahlung per Überweisung verlangen.

§ 21 Vertragslaufzeit und Kündigung

(1) Einmalige Aufträge enden mit vollständiger Erbringung der Leistung. Einer Kündigung bedarf es nicht.

(2) Für laufende Verträge gelten Mindestlaufzeit, Verlängerung und Kündigungsfrist aus dem Angebot. Fehlt dort eine Regelung, gilt:

- a)** Mindestlaufzeit: zwölf Monate ab Leistungsbeginn,
- b)** Verlängerung: jeweils um zwölf Monate, wenn nicht fristgerecht gekündigt wird,
- c)** Kündigungsfrist: drei Monate zum Ende der Mindestlaufzeit oder eines Verlängerungszeitraums.

Für Verträge, die das Angebot ausdrücklich als Halbjahresabonnement bezeichnet, betragen Mindestlaufzeit und Verlängerungszeitraum abweichend jeweils sechs Monate.

(3) Leistungsbeginn ist, soweit das Angebot kein Datum nennt:

- a)** bei Werbeplätzen auf den Portalen nach § 10 der Tag der Veröffentlichung des ersten Beitrags, spätestens ein Monat nach Vertragsschluss,
- b)** bei laufenden Leistungen, denen eine Einrichtung vorausgeht (etwa Content-Betreuung mit Anfragekanal), der Livegang, spätestens zwei Monate nach Vertragsschluss, es sei denn, der Auftragnehmer hat die Verzögerung zu vertreten,
- c)** im Übrigen der Tag des Vertragsschlusses.

(4) Kündigungen bedürfen der Textform. Eine E-Mail an kontakt@socialpartner-deutschland.de genügt.

(5) Das Recht beider Parteien zur außerordentlichen Kündigung aus wichtigem Grund bleibt unberührt. Ein wichtiger Grund für den Auftragnehmer liegt insbesondere vor, wenn der Auftraggeber

- a)** mit Zahlungen in Höhe von mindestens zwei monatlichen Vergütungen in Verzug ist oder innerhalb von zwölf Monaten mehr als zweimal in Zahlungsverzug gerät,
- b)** seine Mitwirkungspflichten trotz Nachfrist dauerhaft nicht erfüllt (§ 4 Abs. 6),
- c)** trotz Aufforderung rechtswidrige Inhalte bereitstellt oder deren Verwendung verlangt,
- d)** vorsätzlich gegen wesentliche Bestimmungen dieser AGB verstößt oder das Vertrauensverhältnis durch sein Verhalten nachhaltig zerstört.

(6) Bis zum Vertragsende erbrachte Leistungen sind zu vergüten. Endet ein Vertrag durch außerordentliche Kündigung des Auftragnehmers aus einem vom Auftraggeber zu vertretenden Grund, kann der Auftragnehmer als Schadensersatz die Vergütung bis zum nächstmöglichen ordentlichen

Vertragsende verlangen, abzüglich ersparter Aufwendungen. Dem Auftraggeber bleibt der Nachweis vorbehalten, dass kein oder ein wesentlich geringerer Schaden entstanden ist. Bereits fällige oder bezahlte Vergütungen für Einrichtungsleistungen bleiben von einer Kündigung der laufenden Leistungen unberührt.

§ 22 Folgen der Vertragsbeendigung

(1) Nach Vertragsende gibt der Auftragnehmer die ihm überlassenen Zugangsdaten zurück und entfernt seine eigenen Zugänge zu Konten und Systemen des Auftraggebers. Der Auftraggeber sollte danach die Passwörter ändern.

(2) Geplante, noch nicht veröffentlichte Beiträge und laufende Anzeigen beendet der Auftragnehmer zum Vertragsende. Veröffentlichte Beiträge bleiben auf den Kanälen des Auftraggebers. Bei Werbeplätzen nach § 10 entscheidet der Auftragnehmer, ob Beiträge auf den Portalen bestehen bleiben. Auf Verlangen entfernt er sie.

(3) Anfragekanal: Der Auftragnehmer schaltet den Check und das Lead-Portal zum Vertragsende ab. Auf Verlangen, das bis spätestens 30 Tage nach Vertragsende in Textform zu stellen ist, stellt er dem Auftraggeber die gespeicherten Anfragen in einem gängigen Format (zum Beispiel CSV oder XLSX) bereit. Danach löscht er die Daten nach den Regeln des Vertrags zur Auftragsverarbeitung, soweit keine gesetzliche Pflicht zur Aufbewahrung besteht.

(4) Hosting: Auf Verlangen überträgt der Auftragnehmer die Dateien und Datenbanken einer gehosteten Website an den Auftraggeber oder einen von ihm benannten Anbieter. Den Aufwand vergütet der Auftraggeber nach Stundensatz, soweit das Angebot keinen Umzug einschließt.

(5) Der Auftragnehmer gibt dem Auftraggeber überlassene Unterlagen nach dessen Wahl zurück oder vernichtet sie und löscht elektronische Kopien. Ausgenommen sind Unterlagen, für die eine gesetzliche Aufbewahrungspflicht besteht, bis zum Ende dieser Pflicht, sowie Arbeitsergebnisse, die der Auftragnehmer nach § 23 Abs. 5 für Eigenwerbung nutzen darf. Auf Verlangen bestätigt der Auftragnehmer die Löschung in Textform.

(6) Für KI-Charaktere gilt § 7 Abs. 4.

Teil 4: Rechte, Haftung und Vertraulichkeit

§ 23 Nutzungsrechte und Eigenwerbung

(1) Der Auftragnehmer räumt dem Auftraggeber an den Arbeitsergebnissen, die er für ihn erstellt, die Nutzungsrechte ein, die für den Vertragszweck erforderlich sind. Soweit das Angebot nichts anderes bestimmt, ist das Nutzungsrecht einfach, nicht übertragbar sowie zeitlich und räumlich unbeschränkt. Es gilt für die im Angebot genannten Kanäle sowie für Website und Werbung des Auftraggebers. Bei laufenden Leistungen entstehen die Rechte an den Ergebnissen eines Monats mit Zahlung der Vergütung für diesen Monat, bei einmaligen Leistungen mit vollständiger Zahlung.

(2) Arbeitsergebnisse, die für Werbeplätze auf den Portalen nach § 10 erstellt wurden, darf der Auftraggeber nicht auf Portalen oder Kanälen einsetzen, die mit den Portalen des Auftragnehmers im Wettbewerb stehen.

(3) Setzt der Auftragnehmer lizenziertes Material Dritter ein, etwa Stockfotos, Stockvideos oder Musik, erhält der Auftraggeber kein Recht am Material selbst. Er darf das fertige Arbeitsergebnis, in dem das Material enthalten ist, im Umfang nach Absatz 1 nutzen. Hat der Auftragnehmer eine

Lizenzbeschränkung nach § 6 Abs. 9 vorher mitgeteilt, gilt diese Beschränkung. Eine Herauslösung und gesonderte Nutzung des Materials ist nicht gestattet.

(4) Bei Logos räumt der Auftragnehmer ein ausschließliches, zeitlich, räumlich und inhaltlich unbeschränktes Nutzungsrecht ein, soweit nichts anderes vereinbart ist. Einzelne grafische Elemente darf der Auftragnehmer für andere Werke verwenden, solange keine Verwechslungsgefahr entsteht. Die Übertragung von Nutzungsrechten an Dritte bedarf der Zustimmung des Auftragnehmers in Textform.

(5) Der Auftragnehmer darf Arbeitsergebnisse und den Namen des Auftraggebers als Referenz in angemessener Form für Eigenwerbung nutzen, etwa auf seiner Website, in Präsentationen und sozialen Medien. Der Auftraggeber kann dem jederzeit in Textform widersprechen. Personenbezogene Daten Dritter, etwa aus Anfragen, verwendet der Auftragnehmer dafür nie.

(6) Der Auftragnehmer darf seinen Namen mit Verlinkung in angemessener Weise im Footer der von ihm erstellten Websites platzieren, soweit der Auftraggeber nicht widerspricht.

(7) Für KI-erzeugte Inhalte gilt ergänzend § 6 Abs. 3, für KI-Charaktere § 7.

§ 24 Haftung

(1) Der Auftragnehmer haftet unbeschränkt bei Vorsatz und grober Fahrlässigkeit, bei Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit, bei Übernahme einer Garantie, bei arglistigem Verschweigen eines Mangels sowie nach dem Produkthaftungsgesetz.

(2) Bei leichter Fahrlässigkeit haftet der Auftragnehmer nur bei Verletzung einer wesentlichen Vertragspflicht. Wesentliche Vertragspflichten sind Pflichten, deren Erfüllung die ordnungsgemäße Durchführung des Vertrags überhaupt erst ermöglicht und auf deren Einhaltung der Auftraggeber regelmäßig vertrauen darf. Die Haftung ist in diesem Fall auf den vertragstypischen, bei Vertragsschluss vorhersehbaren Schaden begrenzt.

(3) In den Fällen des Absatzes 2 ist die Haftung zusätzlich der Höhe nach begrenzt:

a) bei laufenden Verträgen je Vertragsjahr auf die für dieses Vertragsjahr vereinbarte Nettovergütung, mindestens jedoch auf 25.000 EUR. Werbebudget und durchlaufende Fremdkosten zählen nicht zur Nettovergütung. Bei monatlicher Vergütung wird der Monatsbetrag auf zwölf Monate hochgerechnet,

b) bei einmaligen Aufträgen auf die Nettovergütung des betreffenden Auftrags.

(4) Der Auftragnehmer haftet nicht für den Eintritt wirtschaftlicher Ergebnisse (§ 3 Abs. 3) und nicht für Entscheidungen, Ausfälle, Sperrungen oder Änderungen von Plattformen Dritter (§ 3 Abs. 6, § 9 Abs. 4), soweit er sie nicht durch eine eigene Pflichtverletzung verursacht hat.

(5) Für Datenverlust haftet der Auftragnehmer nur in Höhe des Aufwands, der bei ordnungsgemäßer Datensicherung für die Wiederherstellung angefallen wäre. Das gilt nicht, soweit die Datensicherung nach dem Angebot Aufgabe des Auftragnehmers ist.

(6) Soweit der Auftragnehmer Software, Speicherplatz oder das Lead-Portal zur Nutzung überlässt, ist die verschuldensunabhängige Haftung für Mängel, die bereits bei Vertragsschluss vorhanden waren (§ 536a Abs. 1 Alt. 1 BGB), ausgeschlossen.

(7) Für Schäden an Unterlagen und Materialien, die der Auftraggeber überlassen hat, haftet der Auftragnehmer bei leichter Fahrlässigkeit nur bis zu deren Materialwert.

(8) Ansprüche des Auftraggebers wegen Mängeln verjähren in einem Jahr ab Abnahme oder, wo keine Abnahme stattfindet, ab Ablieferung. Das gilt nicht in den Fällen des Absatzes 1. Die Nacherfüllung setzt keine neue Verjährungsfrist in Gang.

(9) Die Haftungsregeln gelten auch zugunsten der gesetzlichen Vertreter, Mitarbeiter und Erfüllungsgehilfen des Auftragnehmers.

§ 25 Freistellung

(1) Der Auftraggeber stellt den Auftragnehmer von Ansprüchen Dritter frei, die gegen den Auftragnehmer geltend gemacht werden, weil

- a)** Materialien oder Angaben des Auftraggebers Rechte Dritter oder geltendes Recht verletzen (§ 5),
- b)** der Auftraggeber seine Zusicherungen zu Tonspuren, Einwilligungen oder KI-Verarbeitung verletzt hat (§ 5 Abs. 2, § 6 Abs. 6 und 7),
- c)** Weisungen oder Vorsortierungskriterien des Auftraggebers rechtswidrig sind (§ 5 Abs. 7, § 11 Abs. 8),
- d)** der Auftraggeber Inhalte nach Vertragsende oder außerhalb des vereinbarten Umfangs nutzt.

Das gilt nicht, soweit der Auftraggeber die Rechtsverletzung nicht zu vertreten hat.

(2) Die Freistellung umfasst insbesondere:

- a)** die angemessenen Kosten der Rechtsverteidigung, einschließlich gesetzlicher Anwalts- und Gerichtskosten,
- b)** Schadensersatz, Lizenzgebühren und Kosten für Auskünfte an Rechteinhaber,
- c)** nachgewiesene wirtschaftliche Schäden aus Sperrungen, Content-ID-Beanstandungen oder anderen Maßnahmen von Plattformbetreibern wie Meta, TikTok, YouTube, Google oder LinkedIn.

(3) Der Auftragnehmer informiert den Auftraggeber unverzüglich über geltend gemachte Ansprüche. Die Parteien stimmen die Verteidigung ab. Der Auftragnehmer gibt ohne Zustimmung des Auftraggebers keine Anerkenntnisse ab und schließt keine Vergleiche.

§ 26 Vertraulichkeit und Know-how-Schutz

(1) Beide Parteien behandeln vertrauliche Informationen der anderen Partei vertraulich und nutzen sie nur für die Durchführung des Vertrags. Vertraulich sind insbesondere Geschäftsgeheimnisse, Kundendaten, Preise, Strategien, Zugangsdaten, technische Informationen sowie alle Informationen, die als vertraulich gekennzeichnet oder erkennbar nicht für die Öffentlichkeit bestimmt sind.

(2) Zum Know-how des Auftragnehmers gehören insbesondere seine Konzepte, Arbeitsabläufe, Prompts, Vorlagen, Automatisierungen, der Aufbau von Anfragekanälen und KI-Charakteren sowie seine Kalkulationen. Der Auftraggeber gibt dieses Know-how nicht an Dritte weiter, insbesondere nicht an Wettbewerber des Auftragnehmers, und nutzt es nicht, um vergleichbare Leistungen selbst nachzubauen oder nachbauen zu lassen.

(3) Die Pflichten gelten nicht für Informationen, die

- a)** allgemein bekannt sind oder ohne Pflichtverletzung bekannt werden,
- b)** der empfangenden Partei bereits vorher bekannt waren oder von ihr unabhängig entwickelt wurden,
- c)** ihr von einem berechtigten Dritten ohne Geheimhaltungspflicht mitgeteilt werden,
- d)** aufgrund Gesetz, Gerichts- oder Behördenentscheidung offengelegt werden müssen. Die offenlegende Partei informiert die andere Partei darüber, soweit zulässig.

(4) Beide Parteien verpflichten Mitarbeiter und Subunternehmer, die Zugang zu vertraulichen Informationen haben, entsprechend.

(5) Die Pflichten gelten während der Vertragslaufzeit und fünf Jahre darüber hinaus. Für Geschäftsgeheimnisse gelten sie, solange diese Geheimnisse sind.

(6) Der Auftraggeber darf über die Zusammenarbeit öffentlich berichten, etwa als Referenz, soweit die Parteien das vorher in Textform abgestimmt haben.

§ 27 Datenschutz und Auftragsverarbeitung

(1) Beide Parteien beachten die geltenden Datenschutzvorschriften, insbesondere die DSGVO und das BDSG.

(2) Verarbeitet der Auftragnehmer im Auftrag des Auftraggebers personenbezogene Daten, handelt er als Auftragsverarbeiter nach Art. 28 DSGVO. Das betrifft insbesondere die Betreuung von Social-Media-Kanälen und Werbekonten, den Betrieb von Anfragekanälen und Lead-Portalen, das Hosting sowie die Bearbeitung von Material mit abgebildeten Personen. Die Parteien schließen dafür vor Leistungsbeginn einen Vertrag zur Auftragsverarbeitung, den der Auftragnehmer stellt. Er nennt die eingesetzten Unterauftragsverarbeiter, einschließlich der KI-Dienstleister nach § 6 Abs. 5. Daten aus Anfragekanälen nutzt der Auftragnehmer weder für eigene Werbung noch zum Training von KI-Modellen.

(3) Verantwortlicher für die Daten in seinen Kanälen, Anfragekanälen und Websites bleibt der Auftraggeber. Er ist insbesondere verantwortlich für:

- a)** die Rechtsgrundlagen der Verarbeitung, etwa Einwilligungen von Interessenten,
- b)** die Datenschutzhinweise gegenüber Interessenten und Nutzern; der Auftragnehmer setzt die vom Auftraggeber bereitgestellten oder gemeinsam abgestimmten Texte technisch um,
- c)** Vereinbarungen mit Plattformbetreibern, etwa zur gemeinsamen Verantwortlichkeit mit Meta bei Unternehmensseiten und Messwerkzeugen,
- d)** die Bearbeitung von Anfragen betroffener Personen; der Auftragnehmer unterstützt ihn dabei nach dem Vertrag zur Auftragsverarbeitung.

(4) Für die Abwicklung des Vertrags verarbeitet der Auftragnehmer als eigener Verantwortlicher Kontakt-, Vertrags- und Zahlungsdaten des Auftraggebers und seiner Ansprechpartner. Einzelheiten stehen in der Datenschutzerklärung des Auftragnehmers. Änderungen seiner Angaben, insbesondere der E-Mail-Adresse und Rechnungsanschrift, teilt der Auftraggeber unverzüglich mit.

(5) Einwilligungsbedürftige Tracking- und Retargeting-Verfahren (§ 25 TDDDG) setzt der Auftragnehmer erst ein, wenn eine wirksame Einwilligungsverwaltung eingerichtet ist. Das Angebot legt fest, wer Einwilligungstexte, Einwilligungsverwaltung und technische Umsetzung verantwortet. Für eine technische Umsetzung, die er übernommen hat, bleibt der Auftragnehmer verantwortlich.

Teil 5: Schlussbestimmungen

§ 28 Änderung dieser AGB

(1) Der Auftragnehmer kann diese AGB mit Wirkung für bestehende Verträge ändern, wenn dafür ein sachlicher Grund besteht und die Änderung für den Auftraggeber zumutbar ist. Sachliche Gründe sind insbesondere Änderungen der Rechtslage oder Rechtsprechung, technische Entwicklungen, geänderte Bedingungen von Plattformen oder das Schließen nachträglich entstandener Regelungslücken.

(2) Änderungen der Hauptleistungspflichten und der Vergütung sind nach diesem Paragraphen ausgeschlossen. Dafür gilt § 19 Abs. 8 oder es bedarf einer Vereinbarung.

(3) Der Auftragnehmer teilt Änderungen mindestens sechs Wochen vor ihrem Inkrafttreten in Textform mit und stellt die geänderten Bestimmungen gegenüber.

(4) Widerspricht der Auftraggeber nicht innerhalb von sechs Wochen nach Zugang der Mitteilung in Textform, gelten die Änderungen als angenommen. Auf diese Folge und die Frist weist der Auftragnehmer in der Mitteilung gesondert hin.

(5) Widerspricht der Auftraggeber fristgerecht, gilt der Vertrag unverändert zu den bisherigen Bedingungen fort. Die Mitteilung einer Änderung, die Änderung selbst oder ein Widerspruch berechtigen keine Partei zu einer vorzeitigen Kündigung. Vereinbarte Laufzeiten und Kündigungsfristen bleiben unberührt. Das gesetzliche Recht zur außerordentlichen Kündigung aus wichtigem Grund bleibt bestehen.

§ 29 Schlussbestimmungen

(1) Es gilt das Recht der Bundesrepublik Deutschland unter Ausschluss des UN-Kaufrechts (CISG).

(2) Erfüllungsort ist der Sitz des Auftragnehmers in Werne.

(3) Ist der Auftraggeber Kaufmann, juristische Person des öffentlichen Rechts oder öffentlich-rechtliches Sondervermögen oder hat er keinen allgemeinen Gerichtsstand in Deutschland, ist ausschließlicher Gerichtsstand für alle Streitigkeiten aus diesem Vertragsverhältnis der Sitz des Auftragnehmers in Werne. Der Auftragnehmer darf auch am allgemeinen Gerichtsstand des Auftraggebers klagen. Ausschließliche gesetzliche Gerichtsstände bleiben unberührt.

(4) Änderungen und Ergänzungen des Vertrags bedürfen der Textform. Individuelle Vereinbarungen haben Vorrang vor diesen AGB (§ 305b BGB), auch wenn sie mündlich getroffen werden.

(5) Sind einzelne Bestimmungen dieser AGB unwirksam oder undurchführbar, bleibt der Vertrag im Übrigen wirksam. An die Stelle der unwirksamen Bestimmung treten die gesetzlichen Vorschriften (§ 306 Abs. 2 BGB).

§ 30 Verbraucherschlichtung

Der Auftragnehmer schließt Verträge nur mit Unternehmern. Er ist nicht bereit und nicht verpflichtet, an Streitbeilegungsverfahren vor einer Verbraucherschlichtungsstelle teilzunehmen.

Version 2.2 · Stand 03.10.2026