

Allgemeine Geschäftsbedingungen

Stand: November 2018

§ 1 Geltungsbereich

(1) Die nachfolgenden Inhalte gelten für die gesamte Geschäftsbeziehung zwischen der digital.manufaktur GmbH (im Folgenden Agentur genannt) und dem Kunden, soweit der Kunde Unternehmer im Sinne des §14 des Bürgerlichen Gesetzbuches (BGB) oder eine juristische Person des öffentlichen Rechts ist.

(2) Entgegenstehende oder von diesem Vertrag abweichende AGB erkennt die Agentur nicht an, es sei denn, der Geltung dieser AGB wird ausdrücklich und schriftlich zugestimmt. Dies gilt auch dann, wenn die Angebotsabgabe oder -annahme des Kunden unter dem Hinweis der vorrangigen Geltung der eigenen Allgemeinen Geschäftsbedingungen erfolgt.

§ 2 Angebote, Vertragsschluss

(1) Im Zuge der vorliegend geschlossenen Zusammenarbeit sind Angebote für Projektleistungen der Agentur, sofern nicht anders angegeben, freibleibend. An fixe Angebote hält sich die Agentur in Ermangelung anderweitiger Bestimmung zwei Wochen gebunden, maßgeblich ist der Zeitpunkt der Abgabe.

(2) Der Vertragsschluss findet mit Bestätigung eines Auftrages durch die Agentur statt, spätestens aber mit Durchführung der Leistung durch die Agentur.

(3) Kostenfreie Angebote werden durch die Agentur grundsätzlich nur auf Basis von detaillierten Leistungskatalogen erstellt.

Sofern kein ausführlicher technischer / konzeptioneller Leistungskatalog übersandt wurde, impliziert die

Anfrage die Beauftragung einer kostenpflichtigen Projektplanung mit einhergehender Aufwandskalkulation und Machbarkeitseinschätzung. Zielvorgaben sind keine Leistungskataloge im Sinne dieser AGB.

(4) Jede Anweisung (schriftlich / mündlich / konkludent) seitens des Kunden oder seiner Bevollmächtigten zur Leistung durch Agentur gilt als Auftragserteilung.

§ 3 Leistungsumfang und Zusammenarbeit

(1) Umfang und Details der gegenseitig geschuldeten Leistungen sowie der konkreten Rechte und Pflichten der Parteien ergeben sich aus der jeweiligen Beauftragung in Verbindung mit diesen AGB.

(2) Grundsätzlich werden Leistungen für den Kunden gem. dessen mündlicher/schriftlicher Anforderung durchgeführt. Die Agentur behält sich das Recht vor, Aufwandsfreigaben explizit einzufordern.

§ 4 Vergütung

(1) Alle Leistungen, insbesondere Konzeptionen, Beratung, Entwicklung, Gestaltung und Projektmanagement erfolgen gegen Vergütung. Ohne anderweitige Vereinbarung gelten die Honorare wie in der jeweils aktuellen Preisliste als vereinbart.

(2) Vorbehaltlich abweichender Vereinbarung sind alle Leistungen nach Zeitaufwand zu vergüten. Die Leistungen werden gegenüber dem Kunden in einer detaillierten Leistungsübersicht ausgewiesen.

(3) Eine verbindliche Kalkulation von entstehendem Aufwand und geschuldetem Leistungsumfang und damit ein Pauschalangebot abweichend von Abs. (2) erfolgt lediglich auf ausdrücklichen Wunsch und muss von Agentur ausdrücklich als solches gekennzeichnet werden. Alle übrigen Budgetauskünfte gelten lediglich als Orientierungsmarke.

Jede durch die Agentur erstellte Kalkulation bezieht sich lediglich auf die Bereiche Technik und Gestaltung. Zeiten des Projektmanagements werden nicht verbindlich kalkuliert.

Erfolgte die Kalkulation auf Grundlage eines von beiden Seiten anerkanntem Leistungskataloges, so gehen die Mehraufwände über 20% zu Lasten der Agentur, darunter zu Lasten des Kunden.

Mehraufwände im Bereich Projektmanagement / Beratung sowie Mehraufwände, die auf Grundlage weiterführender Abstimmungen zwischen Agentur und Kunde oder Agentur und Dritten entstanden sind, gehen immer zu Lasten des Kunden.

Eine Budgetfreigabe seitens des Kunden gilt nach Mitteilung des entstehenden Mehraufwandes durch die Agentur als erfolgt, sofern keine weiteren explizit andere Abstimmung (z.B. Abbruch der Arbeiten) erfolgen.

Die Agentur wählt bei der Ausführung den effizientesten und angemessensten Weg im Rahmen einer wirtschaftlichen Lösung nach dem Vorbild der 80 / 20 Regel. Wenn keine exakte Ablaufspezifikation vorliegt, also Uneinigkeit über eine Ausprägung entsteht, werden Aufgaben nach Ermessen der Agentur im Rahmen des fachlich Üblichen erledigt. Dies bedeutet, dass eine Interpretation einer Aufgabenbeschreibung bzw. das formulierte Ziel unter üblichen Umständen in das vereinbarte Zeitbudget passen muss.

Die Agentur berücksichtigt die Anpassungs- und Änderungswünsche des Kunden, die nach Annahme der Kostenkalkulation / Angebot, jedoch vor der finalen Abnahme entstehen. Je nach Umfang können zusätzliche Kosten anfallen, auf die die Agentur den Kunden hinweist.

Beispiele für kostenpflichtige Änderungen sind nicht abschließend: Technische Änderungen, die vor der Abnahme entstehen (z.B. wegen neuer Browser Up-dates); Änderungen, die sich aus neuen Geschäftsfeldern, Produkten, etc. ergeben; Geschmackliche Änderungen; Rückfragen bzw. Abstimmungen über den geschätzten Beratungsbedarf hinaus (entweder im Angebot genannte Beratungszeit oder wenn nicht angegeben, entfallen 10 % auf die Beratung); Abstimmungen mit Drittanbietern über die veranschlagte Beratungszeit hinaus.

(4) Haben die Parteien keine Vereinbarung über die Vergütung einer Leistung getroffen, deren Erbringung den Umständen nach nur gegen eine Vergütung erwartet werden durfte, so hat der Auftraggeber die dafür übliche Vergütung zu entrichten.

(5) Die Agentur ist mit einer Ankündigungsfrist von einem Monat jederzeit befugt die Preise für noch nicht beauftragte Leistungen anzupassen.

(6) Alle genannten Beträge verstehen sich zzgl. gesetzlicher Mehrwertsteuer.

(7) Die Agentur kann Rechnungen und Zahlungserinnerungen auf elektronischem Wege übermitteln.

(8) Alle vertraglich vereinbarten Vergütungen verstehen sich, soweit relevant, exklusive Verpackung und Transport.

(9) Auslagen, Spesen und Reiseaufwendungen, die der Agentur im Rahmen des Auftrags entstehen, sind vom Kunden zu tragen und werden gemäß Preisliste abgerechnet.

Kauft die Agentur Leistungen im Auftrag des Kunden ein, werden diese nach tatsächlichen Kosten zzgl. einer Bearbeitungsgebühr von 50,00 € je Transaktion weiterberechnet.

(10) Üblicherweise verlangt die Agentur eine Anzahlung von dreißig (30)% bei Aufträgen, die ein Volumen von 2500,00 € übersteigen.

(11) Die Agentur ist zu Teilleistungen berechtigt. Die Agentur ist darüber hinaus berechtigt, für in sich abgeschlossene und selbstständig nutzbare Teile der vereinbarten Leistung als Abschlagszahlungen in Rechnung zu stellen. Ebenfalls können Abschlagszahlungen in zeitlicher Abfolge vereinbart werden.

(12) Jede Rechnung muss innerhalb von 10 Tagen nach Zugang durch Kunden geprüft werden, und ggf. widersprochen werden. Andernfalls gilt die Rechnung als genehmigt.

§ 5 Supportleistungen / SLA

(1) Ohne abgeschlossenen Service-Vertrag erbringt die Agentur keine laufenden Support-, Service- und Beratungsleistungen. Ist kein erweiterter Service beauftragt, so schuldet die Agentur keine Leistung zu bzw. innerhalb eines bestimmten Zeitpunktes.

(2) Der Begriff „Support“ im Sinne der AGB beschreibt im Wesentlichen die zeitkritische Hilfe bei schnell zu behebenden Problemen und Vorfällen sowie die pro-aktive Überprüfung der Leistungsfähigkeit der Systeme. Ebenfalls erfasst sind beratende Auskünfte, z.B. zur Anwendung und Weiterentwicklung der Software.

(4) Geschäftszeiten sind Montag bis Freitag, 09:00-18:00 Uhr. Keine Geschäftszeiten sind Samstag, Sonntag, die deutschlandweiten und niedersächsischen Feiertage, Heiligabend, Sylvester. Es gilt die deutsche Zeit.

(5) Die Agentur ist verpflichtet, auf eine Supportanfrage des Kunden innerhalb der vertraglich vereinbarten Reaktionszeit, telefonisch oder per E-Mail zu reagieren und diese zu bearbeiten („Leistung“). Der Umfang der

von der Agentur im Einzelnen zu erbringenden Leistung ist nachfolgend abschließend geregelt.

(6) Supportanfragen sind auf dem individuell vereinbarten Wege an Agentur zu richten.

(7) Innerhalb der vereinbarten Reaktionszeit wird die Agentur den Kunden unter der angegebenen eMail Adresse / Telefonnummer kontaktieren, um die Aufnahme der Bearbeitung zu bestätigen, weitere lösungsrelevante Angaben einzuholen und/oder einen Lösungsvorschlag zu unterbreiten.

(8) Eine Garantie oder eine Verantwortung hinsichtlich der Lösbarkeit einer Problemstellung wird nicht gegeben. Die Mitteilung einer Lösung oder die Mitteilung, dass eine Supportanfrage nicht lösbar ist, muss nicht innerhalb der vertraglich vereinbarten Reaktionszeit erfolgen. Der Kunde hat keinen Anspruch auf die Einhaltung einer Lösungs- oder Wiederherstellungszeit.

(9) Die Leistung der Agentur beschränkt sich auf die Unterstützung bei konkreten Problemstellungen, welche sich bei der Erhaltung der Einsatzfähigkeit der unterstützten Software und der vom Kunden angegebenen Systeme ergeben.

(10) Die vertragsgegenständlichen Leistungen der Agentur sind weiterhin beschränkt auf die Unterstützung bei konkreten Problemstellungen mit den Diensten, Programmen und Paketen, die sich aus der Leistungsbeschreibung des Supportvertrages ergeben. Ausgenommen von der Leistung der Agentur sind ferner jegliche Programmierarbeiten, die über das zur Bearbeitung der Problemstellung und Systemerhaltung notwendige Maß hinausgehen, sowie die Entwicklung komplexer IT-Konzepte, Machbarkeitsstudien und ähnlichem.

(11) Die Agentur erbringt seine Leistungen in unterschiedlichen Supportlevel, die im Einzelvertrag definiert sind.

(12) Reaktionszeit ist die Zeitspanne, die zwischen dem Eingang der Anfrage, unterbrochen durch Zeiten außerhalb des vereinbarten Supportlevels und der Reaktion durch die Agentur liegt.

(13) Ein Notfall liegt vor, wenn ein produktiver Server oder andere unternehmenskritische Systeme nicht verfügbar sind und keine unmittelbare Behebung der Störung möglich ist und diese Systeme vom Supportvertrag umfasst sind. Bei hochverfügbaren Systemen liegt ein Notfall vor, wenn das Gesamtsystem nicht mehr verfügbar ist. Der Ausfall eines Einzelsystems ohne Auswirkungen auf das Gesamtsystem stellt keinen Notfall dar.

(14) Die Einhaltung der vereinbarten Reaktionszeit setzt den rechtzeitigen Eingang sämtlicher vom Kunden zu liefernden Unterlagen sowie die Einhaltung der vereinbarten Zahlungsbedingungen und sonstigen Verpflichtungen durch den Kunden voraus. Werden diese Voraussetzungen nicht rechtzeitig erfüllt, so verlängern sich die Fristen angemessen; dies gilt nicht, wenn die Agentur die Verzögerung zu vertreten hat.

(15) Ist die Nichteinhaltung der Fristen auf höhere Gewalt, z.B. Mobilmachung, Krieg, Aufruhr, oder auf ähnliche Ereignisse, z.B. Streik, Aussperrung, behördliche Eingriffe, Energie – und Rohstoffknappheit, Transportengpässe, unverschuldete Betriebsbehinderungen, z. B. durch Ausfall der Elektrizitätsversorgung, Störungen im Internet, Feuer, Wasser, Elektronikschäden, Ausfall von Telekommunikationsnetzen oder -rechnern und Maschinenschäden zurückführen, verlängern sich die Fristen angemessen.

(16) Für den Support außerhalb der Geschäftszeiten

und ohne eine entsprechende Supportvereinbarung wird ein um einhundert (100)% erhöhter Stundensatz berechnet. Die Agentur kann eine solche Leistung nach freiem Ermessen erbringen. Aus einer Kulanzleistung ergibt sich kein Wiederholungsanspruch.

§ 6 Mitwirkungsleistungen

(1) Der Kunde unterstützt die Agentur bei der Erfüllung ihrer vertraglich geschuldeten Leistungen. Dazu gehört insbesondere die rechtzeitige Bereitstellung von Informationen, Materialien, Daten („Inhalte“) sowie von Hard- und Software, soweit die Mitwirkungsleistungen des Kunden dies erfordern.

(2) Vom Kunden bereitzustellende Inhalte sind in einem gängigen, unmittelbar verwertbarem, digitalem Format zur Verfügung zu stellen. Eine Aufstellung der von der Agentur in diesem Sinne verarbeiteten Formate lautet: Microsoft Word, Microsoft Excel, RTF, TXT, Adobe Photoshop, Adobe Indesign. Ist eine Konvertierung der vom Kunden überlassenen Inhalte in ein anderes Format erforderlich, so übernimmt der Kunde die hierfür anfallenden Kosten nach den üblichen Stundensätzen der Agentur.

(3) Zugunsten der Wirtschaftlichkeit vereinbaren die Parteien, dass das Testen und Überprüfen der geleisteten Arbeit über eine grundsätzliche Grobprüfung hinaus dem Kunden obliegt. Dies gilt ebenso für die weitere Betrachtung der durchgeführten Arbeiten im Gesamtsystem.

Sofern der Kunde ein Testen, Überprüfen und im Weiteren Beobachten der geleisteten Arbeiten wünscht, ist dies gesondert zu vereinbaren und zu vergüten.

(4) Erkennt der Kunde, dass eigene Angaben, Anforderungen oder Inhalte fehlerhaft, unvollständig, nicht eindeutig oder nicht durchführbar sind, hat er dies und die ihm erkennbaren Folgen der Agentur unverzüglich mitzuteilen.

(5) Mitwirkungsleistungen des Kunden, die im Rahmen des Vertrages geschuldet sind, erfolgen ohne besondere Vergütung, es sei denn, es ist ausdrücklich etwas anderes vereinbart worden.

(6) Der Kunde hat der Agentur, soweit dies notwendig ist, alle benötigten Zugangsdaten zur Verfügung zu stellen.

(7) Der Kunden soll vor dem Beginn der Wartung durch die Agentur eine Datensicherung vornehmen, da ihm bekannt ist, dass aufgrund der Wartungsarbeiten mit einem Datenverlust gerechnet werden muss. Der Agentur wird selbstständig keine Datensicherung vornehmen.

§ 7 Leistungsänderungen

(1) Wünscht der Kunde eine Änderung des vertraglich bestimmten Umfangs der Leistungen, so teilt er dies der Agentur schriftlich mit. Diese wird den Änderungswunsch des Kunden und dessen Auswirkungen auf die bestehende Vereinbarung prüfen. Die Prüfung ist mit dem üblichen Stundensatz der Agentur zu vergüten.

(2) Die Agentur teilt dem Kunden das Ergebnis der Prüfung mit. Hierbei wird sie entweder einen detaillierten Vorschlag für die Umsetzung des Änderungswunsches unterbreiten oder darlegen, warum der Änderungswunsch nicht umsetzbar ist.

(3) Ist die Änderung nach dem Ergebnis der Prüfung durchführbar, werden sich die Vertragsparteien bezüglich des Inhalts des Vorschlags für die Umsetzung des Änderungswunsches abstimmen. Kommt eine Einigung zustande, wird der Vertrag insoweit geändert. Kommt keine Einigung zustande, so verbleibt es beim ursprünglichen Leistungsumfang.

(4) Vereinbarte Termine werden, wenn und soweit sie vom Änderungsverfahren betroffen sind, unter Berücksichtigung der Dauer der Prüfung, der Abstimmung über den Änderungsvorschlag und gegebenenfalls

der auszuführenden Änderungswünsche zuzüglich einer angemessenen Anlaufzeit verschoben. Die Agentur wird dem Kunden die neuen Termine mitteilen.

(5) Wünscht die Agentur eine Änderung des vertraglich bestimmten Umfangs der Leistungen, so teilt sie dies dem Kunden schriftlich mit und unterbreitet einen Umsetzungsvorschlag. Dies gilt insbesondere für Arbeiten, deren Umsetzungsdarstellung bei Angebotserstellung und Aufwandsabschätzung hinreichend unbestimmt waren. Die mit der Erarbeitung des Änderungsvorschlages verbundenen Aufwendungen trägt die Agentur.

(6) Ergeben sich im Rahmen der laufenden Arbeiten Erkenntnisse, dass der mit der Umsetzung verbundene Aufwand deutlich den erwarteten Aufwand übersteigen wird und ist die Ursache in einer unbestimmten Aufgabenbeschreibung zu sehen aufgrund derer Aufwand nicht konkret abgeschätzt werden konnte, so werden etwaige Mehraufwände / Mehrkosten nach Prüfung der Umsetzbarkeit und des daraus resultierendem Mehraufwand dem Kunden mitgeteilt und durch diesen zu tragen.

Der Kunde kann ferner entscheiden, die weiteren Arbeiten nicht mehr auszuführen zu lassen. Die Vergütung richtet sich dann nach dem bis zu diesem Zeitpunkt geleistetem Aufwand.

§ 8 Abnahme

(1) Nach Übergabe eines Leistungserzeugnis ist der Kunde zur Abnahme verpflichtet.

(2) Nach Aufforderung der Agentur ist der Kunde zur Abnahme auch von Entwürfen und Zwischenergebnissen verpflichtet, sofern diese für sich sinnvoll beurteilt werden können.

(3) Schlägt die Abnahme fehl, so übergibt der Kunde der Agentur eine Auflistung aller die Abnahme hindernden Mängel. Nach Ablauf einer angemessenen Frist hat die Agentur eine mangelfreie und abnahme-

fähige Version der Leistung bereitzustellen. Im Rahmen der darauf folgenden Prüfung werden nur die protokollierten Mängel geprüft, soweit sie ihrer Funktion nach Gegenstand einer isolierten Prüfung sein können.

(4) Wegen unwesentlicher Mängel darf der Kunde die Abnahme nicht verweigern. Die Abnahme steht jedoch unter dem Vorbehalt der unverzüglichen Beseitigung der Mängel durch die Agentur. Diese Mängel sind in einem Abnahmeprotokoll einzeln aufzuführen.

(5) Lässt der Kunde eine angemessene Frist nach Abnahmeaufforderung, im Regelfall 7 Werktagen, ohne Reaktion verstreichen, so gilt die Leistung als abgenommen. Die Frist von 7 Werktagen kann durch ausdrücklichen Hinweis der Agentur aus sachlichen Gründen verkürzt werden, falls eine verspätete Freigabe den Projekterfolg, erreichen terminierter Teilabschnitte, o.ä. gefährden würde.

(6) Änderungswünsche nach Freigabe stellen eine Leistungsänderung dar.

§ 9 Zugang zu einem elektronischen Kundenbereich

(1) Die Agentur betreibt einen elektronischen Kundenbereich, dessen Zugriff den Kunden ermöglicht werden kann. Der Kunde erhält ein individuelles Passwort, mit dem der Zugang zum Kundenbereich möglich ist. Der Kunde darf das Passwort Dritten nicht offenbaren und hat es sorgfältig zu verwahren, um Missbräuche auszuschließen.

(2) Der Kunde ist verpflichtet, die Agentur unverzüglich zu informieren, wenn das Passwort verloren gegangen ist oder wenn ihm bekannt wird, dass unbefugte Dritte von dem Passwort Kenntnis erlangt haben. Sofern der Kunde nicht den Beweis erbringt, dass ein Dritter den Zugang zum Kundenbereich ohne seine Zustimmung genutzt hat, werden alle über den

Zugang abgegebenen Erklärungen dem Kunden zu-gerechnet.

§ 10 Termine

(1) Leistungsverzögerungen aufgrund von Umständen im Verantwortungsbereich des Kunden (z.B. nicht rechtzeitige Erbringung von Mitwirkungsleistungen) und höherer Gewalt (z. B. Streik, Aussperrung, allgemeine Störungen der Telekommunikation) hat die Agentur nicht zu vertreten. Sie berechtigen die Agentur, das Erbringen der betreffenden Leistungen um die Dauer der Behinderung zzgl. einer angemessenen Anlaufzeit hinauszuschieben. Die Agentur wird dem Kunden Leistungsverzögerungen aufgrund höherer Gewalt anzeigen.

(2) Setzt die Geltendmachung von Rechten des Kunden die Setzung einer angemessenen Nachfrist voraus, so beträgt diese mindestens zwei (2) Wochen.

(3) Terminzusagen, die zu einer Schadensersatzpflicht der Agentur führen, sind gesondert und ausdrücklich zu vereinbaren.

§ 11 Rechte

(1) Die Agentur gewährt dem Kunden aufschiebend bedingt auf die vollständige Zahlung der vereinbarten Vergütung an den erbrachten Leistungen das Recht, die Leistungen für die dem Vertrag zugrunde liegenden Zwecke im vertraglich vereinbarten Umfang zu nutzen.

(2) Will der Kunde von der Agentur gestaltete Arbeiten ganz oder teilweise über den ursprünglich vereinbarten Zweck oder Umfang hinaus verwerten, bedarf es für die Abgeltung der Nutzungsrechte einer gesonderten, vorab zu treffenden Honorarabsprache.

(3) Eine Weitergabe der Nutzungsrechte oder die Erteilung von Unterlizenzen ist nur zulässig, wenn sie ausdrücklich vereinbart ist oder sich aus dem Vertragszweck ergibt.

(4) Soweit die Leistung der Agentur Open Source-Bestandteile enthält, erfolgt die Rechteübertragung nur im Umfang und nach Maßgabe der jeweiligen Open Source Lizenz. Die Agentur verweist ausdrücklich darauf, dass die Open Source-Bestandteile nur im Rahmen der jeweiligen Lizenz genutzt, bearbeitet und Gegenstand von Verfügungen sein dürfen.

(5) Ohne gesonderte Gestattung ist der Kunde zur Veränderung oder Bearbeitung der erbrachten Leistungen nicht berechtigt. Änderungen und Bearbeitungen, die zur Erreichung des Vertragszwecks notwendig sind, bleiben hiervon ausgenommen.

(6) Der Kunde ist verpflichtet, auf dem fertig gestellten Werk und dessen Vervielfältigungsstücken die Agentur zu nennen.

(7) Vorschläge des Kunden oder seine sonstige Mitarbeit haben keinen Einfluss auf die Höhe der Vergütung. Sie begründen ferner keine Miturheberrechte.

(8) Dem Kunden wird kein Eigentum und keine Nutzungsrechte an Zeichnungen, Entwürfen, Layouts, Software und sonstigen Materialien und Unterlagen eingeräumt, die im Rahmen von Angeboten und Vertragsverhandlungen übergeben werden. Die Weitergabe an Dritte bedarf der ausdrücklichen Zustimmung der Agentur.

(9) Ohne gesonderte Vereinbarung ist die Agentur nicht zur Herausgabe von zur vertraglichen Projektleistungen führenden Zwischenergebnissen, Entwürfen, Layouts, Quelldateien etc. verpflichtet.

§ 12 Versand / Lieferung

(1) Wird das Werk auf Wunsch des Kunden an einen anderen Ort als den Erfüllungsort versandt, so geht die Gefahr des zufälligen Untergangs oder der zufälligen Verschlechterung mit seiner Übergabe an einen Spediteur oder Frachtführer, spätestens jedoch mit Verlassen des Werks oder Lagers, auf den Kunden unabhängig davon über, ob die Versendung vom Erfüllungsort erfolgt.

(2) Wenn Versandweg und Transportmittel nicht individuell vereinbart sind, kann die Agentur die jeweils für sie günstigste Variante für den Versandweg und das Transportmittel wählen. Die Agentur wird bei dieser Wahl auf die ohne weiteres erkennbaren Belange des Kunden Rücksicht nehmen.

Falls der Kunde eine spezielle Verpackung verlangt, so hat er die daraus entstehenden zusätzlichen Kosten zu tragen.

§ 13 Fremdleistungen

(1) Die Agentur wird zur Auftragserfüllung notwendige Fremdleistungen in der Regel im Namen und auf Rechnung des Kunden bestellen.

(2) Der Kunde ist verpflichtet, der Agentur hierzu erforderliche Vollmachten auf Anforderung zu erteilen und Vollmachtsurkunden zur Verfügung zu stellen.

(3) Die Agentur ist berechtigt in eigenem Ermessen Subunternehmer notwendige Leistungen ausüben zu lassen.

§ 14 Zahlungsbedingungen, Zurückbehaltungsrecht, Aufrechnung

(1) Soweit nichts Anderes ausdrücklich vereinbart wurde, sind sämtliche Leistungen bar und ohne Skontoabzug innerhalb von sieben (7) Tagen nach Datum der Rechnung zu leisten. Hinsichtlich der Voraussetzungen und der Folgen des Verzugs gelten die gesetzlichen Regeln.

(2) Die Aufrechnung mit Gegenforderungen ist nur zulässig, soweit diese unbestritten oder rechtskräftig festgestellt sind, sofern es sich hierbei nicht um Ansprüche auf Fertigstellung oder Mangelbeseitigung handelt. Zudem kann der Kunde mit einer Gegenforderung aufrechnen, die an die Stelle eines ihm zustehenden Zurückbehaltungsrechts aus diesem Vertragsverhältnis getreten ist.

(3) Ein Zurückbehaltungsrecht des Kunden besteht nur beschränkt auf dasselbe Vertragsverhältnis und bei Mängeln nur in Höhe des Dreifachen der zur Beseitigung der Mängel erforderlichen Aufwendungen. Der Kunde kann sein Zurückbehaltungsrecht aber wegen unbestrittener oder rechtskräftig festgestellter Ansprüche ausüben.

(4) Kommt der Kunden mit der Zahlung in Verzug, kann der Agentur seine Leistung verweigern und Verzugszinsen in Höhe von neun (9)% über dem Basiszinsatz des § 247 BGB verlangen. Als Tag der Zahlung gilt das Datum der Gutschrift auf dem Konto der Agentur. Die Geltendmachung eines darüber hinausgehenden Schadens bleibt vorbehalten.

(5) Werden Umstände bekannt, die nach dem pflicht-gemäßen kaufmännischen Ermessen der Agentur be-gründete Zweifel an der Kreditwürdigkeit des Kunden entstehen lassen und zwar auch solche Tatsachen, die schon bei Vertragsabschluss vorlagen, dem Agentur jedoch nicht bekannt waren oder bekannt sein muss-ten, so ist der Agentur unbeschadet weitergehender gesetzlicher Rechte in diesen Fällen berechtigt, die Weiterarbeit an laufenden Aufträgen einzustellen und für noch ausstehende Leistungen Vorauszahlungen oder Stellung von ihr genehmer Sicherheiten zu verlangen und nach erfolglosem Verstreichen einer angemessenen Nachfrist für die Leistung von solchen Sicherheiten, vom Vertrag zurückzutreten und Schadenersatz zu verlangen.

§ 15 Mängelansprüche

(1) Der Kunde hat im Falle der Mangelhaftigkeit einer Lieferung einen Anspruch auf Nacherfüllung. Die Agentur ist nach ihrer Wahl zur Nacherfüllung in Form einer Mangelbeseitigung oder Lieferung/Herstellung einer neuen mangelfreien Sache / Leistung verpflichtet. Im Fall der Ersatzlieferung ist der Kunde verpflichtet, die mangelhafte Sache / Leistung zurückzugewähren.

(2) Schlägt die Nacherfüllung fehl, so kann der Kunde nach seiner Wahl den Preis mindern oder ohne Einhaltung einer Frist vom Vertrag zurücktreten. Dies gilt auch, wenn die Agentur die Nacherfüllung verweigert oder die Nacherfüllung für den Kunden unzumutbar ist.

(3) Mängel sind durch eine nachvollziehbare Schilderung der Fehlersymptome, soweit möglich, nachgewiesen durch schriftliche Aufzeichnungen, hard copies oder sonstige die Mängel veranschaulichende Unterlagen schriftlich zu rügen. Die Mängelrüge soll die Reproduktion des Fehlers ermöglichen.

(4) Beruht der Mangel auf der Fehlerhaftigkeit des Erzeugnisses eines Dritten und wird dieser nicht als Erfüllungsgehilfe der Agentur tätig, sondern reicht die Agentur lediglich ein Fremderzeugnis an den Kunden durch, sind die Mängelansprüche des Kunden zunächst auf die Abtretung der Mängelansprüche der Agentur gegen den Dritten beschränkt. Dies gilt nicht, wenn der Mangel auf einer von der Agentur zu vertretenden unsachgemäßen Behandlung des Erzeugnisses des Dritten beruht. Kann der Kunde seine Mängelansprüche gegen den Dritten außergerichtlich nicht geltend machen, so bleibt die subsidiäre Haftung der Agentur für Mängelansprüche unberührt.

(5) Änderungen oder Erweiterungen der Leistungen der Agentur, die der Kunde selbst oder durch Dritte vornimmt, lassen die Mängelansprüche des Kunden entfallen, es sei denn, der Kunde weist nach, dass

die Änderung oder Erweiterung für den Mangel nicht ursächlich ist. Die Agentur steht auch nicht für Mängel ein, die auf unsachgemäße Bedienung sowie Betriebsbedingungen oder die Verwendung ungeeigneter Betriebsmittel durch den Kunden zurückzuführen sind.

(6) Die Verjährungsfrist für Mängelansprüche beträgt ein (1) Jahr ab Abnahme.

(7) Die Agentur kann die Nacherfüllung verweigern, bis der Kunde die vereinbarte Vergütung, abzüglich eines Teils, der der wirtschaftlichen Bedeutung des Mangels entspricht, an die Agentur bezahlt hat.

§ 16 Haftung

(1) Die Agentur haftet unbeschränkt für vorsätzlich oder grob fahrlässig durch die Agentur, ihre gesetzlichen Vertreter oder leitenden Angestellten verursachte Schäden sowie für vorsätzlich verursachte Schäden sonstiger Erfüllungsgehilfen.

(2) Die Agentur haftet unbeschränkt für vorsätzlich oder fahrlässig verursachte Schäden aus der Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit durch die Agentur, ihrer gesetzlichen Vertreter oder Erfüllungsgehilfen.

(3) Die Agentur haftet für Schäden aufgrund fehlender zugesicherter Eigenschaften bis zu dem Betrag, der vom Zweck der Zusicherung umfasst war und der für die Agentur bei Abgabe der Zusicherung erkennbar war.

(4) Die Agentur haftet für Produkthaftungsschäden entsprechend der Regelungen im Produkthaftungsgesetz.

(5) Die Agentur haftet für Schäden aus der Verletzung von Kardinalpflichten durch die Agentur, ihrer gesetzlichen Vertreter oder Erfüllungsgehilfen; Kardi-

nalpflichten sind die wesentlichen Pflichten, die die Grundlage des Vertrags bilden, die entscheidend für den Abschluss des Vertrags waren und auf deren Erfüllung der Kunde vertrauen darf. Wenn die Agentur diese Kardinalpflichten leicht fahrlässig verletzt hat, ist ihre Haftung auf den Betrag begrenzt, der für die Agentur zum Zeitpunkt der jeweiligen Leistung typischerweise vorhersehbar war. Derselbe Haftungsmaßstab gilt für die Haftung für grobes Verschulden sonstiger Erfüllungsgehilfen.

(6) Vorstehende Regelungen gelten auch für die persönliche Haftung von Arbeitnehmern, Vertretern und Erfüllungsgehilfen.

(7) Der Kunde ist für eine Sicherung seiner Daten (Backup) selbst verantwortlich, soweit dies nicht ausdrücklich zur Leistung der Agentur gehört. Dazu zählt insbesondere die Sicherung seiner durch die Agentur zu wartenden Datenbestände. Sofern der Agentur ein Backup der Daten zur eigenen Absicherung erstellt, erwächst daraus keine Garantieerklärung oder ein Rechtsanspruch des Kunden auf eine ordnungsgemäße Durchführung. Ein solches selbst erstelltes Backup wird nach Beendigung der Arbeiten umgehend gelöscht.

(8) Die Agentur haftet nicht für Fehler und Fehlfunktionen in von Kunden verwendeten Open-Source Systemen. Ebenso nicht für ggf. durch den Kunden erwartete Anforderungen, die die Agentur nicht ausdrücklich bestätigt hat.

(9) Ergeben sich aufgrund technischer Weiterentwicklung der Software oder des Systems in dem diese eingebettet ist, Abhängigkeiten zu bereits in das System implementierte, zu einem früheren Zeitpunkt durch die Agentur geleistete Elemente, und beeinträchtigen diese, so sind dies keine Mängel.

§ 17 Fremdinhalte, Domain-Namen und rechtliche Mitwirkungspflichten

(1) Für Materialien und Inhalte, die der Kunde bereitstellt, ist die Agentur nicht verantwortlich. Die Agentur ist nicht verpflichtet, die Materialien und Inhalte auf mögliche Rechtsverstöße zu überprüfen, sie wird den Kunden aber rechtzeitig auf aus Ihrer Sicht ohne weiteres erkennbare gewichtige Risiken hinweisen.

(2) Die Leistungen der Agentur beinhalten keine rechtliche Prüfung oder rechtliche Beratung (zum Beispiel markenrechtlicher, urheberrechtlicher, datenschutzrechtlicher, wettbewerbsrechtlicher, standesrechtlicher Art) sowie Erfüllung von gesetzlichen Informationspflichten des Kunden (z.B. Anbieterkennzeichnung, Datenschutzerklärung, Verbraucherunterrichtung bei Fernabsatzverträgen, etc.).

(3) Soweit die Agentur dem Kunden rechtliche Muster, zum Beispiel Impressen, Nutzungs- und Datenschutzbedingungen zur Verfügung stellt, sind diese als Vorlagen zu verstehen. Es obliegt dem Kunden, die Muster den eigenen rechtlichen Bedürfnissen anzupassen.

(4) Für den Fall, dass aufgrund der vom Kunden bereitgestellten Materialien und Inhalte die Agentur selbst in Anspruch genommen wird, hält der Kunde die Agentur schad- und klaglos.

(5) Der Kunde erkennt an, dass er seine Webseite regelmäßig durch eine dazu befähigte Person kontrollieren muss.

§ 18 Eigentumsvorbehalt

(1) Alle gelieferten physischen Leistungen bleiben bis zur vollständigen Erfüllung sämtlicher Geldansprüche der Agentur aus ihrer Geschäftsbeziehung mit dem Kunden, auch wenn Zahlungen für die konkrete Leistung erbracht wurden, Eigentum (Vorbehaltsware) der Agentur.

(2) Bei Zwangsvollstreckungsmaßnahmen in die Sache hat der Kunde die Agentur unverzüglich zu benachrichtigen.

(3) Übersteigt der realisierbare Wert der für die Agentur bestehenden Sicherheiten ihre Forderungen nicht nur vorübergehend um insgesamt mehr als 10 Prozent, so gibt die Agentur auf Verlangen des Kunden Sicherheiten in entsprechender Höhe nach ihrer Wahl frei.

§ 19 Geheimhaltung, Referenznennung, Abwerbverbot

(1) Die Vertragsparteien vereinbaren Vertraulichkeit über Inhalt und das Konditionsgefüge dieses Vertrages und über die bei dessen Abwicklung gewonnenen Erkenntnisse.

(2) Die Vertraulichkeit gilt auch über die Beendigung des Vertragsverhältnisses hinaus.

(3) Wenn eine Vertragspartei dies verlangt, sind die von ihr übergebenen Unterlagen nach Beendigung des Vertragsverhältnisses an sie herauszugeben, soweit die andere Vertragspartei kein berechtigtes Interesse an diesen Unterlagen geltend machen kann.

(4) Presseerklärungen, Auskünfte etc., in denen eine Vertragspartei auf die andere Bezug nimmt, sind nur nach vorheriger schriftlicher Abstimmung – auch per Email – zulässig. Ungeachtet dessen darf die Agentur den Kunden auf ihrer Web-Site oder in anderen Medien als Referenzkunden nennen und die erbrachten Leistungen im Rahmen der Eigenwerbung vervielfältigen und verbreiten sowie zu Demonstrationszwecken öffentlich wiedergeben und auf sie hinweisen, es sei denn, der Kunde kann ein entgegenstehendes berechtigtes Interesse geltend machen.

(5) Der Kunde wird darauf hingewiesen, dass Email ein offenes Medium ist. Die Agentur übernimmt keine Haftung für die Vertraulichkeit von Emails. Auf Wunsch

des Kunden kann die Kommunikation über andere Medien geführt werden, etwaige Mehrkosten trägt der Kunde.

(6) Der Kunde wird keine Mitarbeiter der Agentur abwerben. Dieses Verbot gilt bis zu ein Jahr über das Ende der Geschäftsbeziehung hinaus.

§ 20 Datenschutz

(1) Die Agentur sowie der Kunde verpflichten sich auf die Einhaltung der Vorschriften des Bundesdatenschutzgesetzes.

(2) Die Agentur ist berechtigt, die den konkreten Auftrag betreffenden Daten zu speichern und diese Daten nach Maßgabe der gesetzlichen Bestimmungen für betrieblichen Zwecke zu verarbeiten und einzusetzen.

(3) Die Weitergabe an Dritte ist zulässig, wenn und soweit dies – etwa bei der Anmeldung von Domains o.ä. – Gegenstand des Vertrages ist.

(4) Soweit die Agentur Zugang zu den durch den Kunden gespeicherten und verarbeiteten Daten erhält, obliegt es dem Kunden die datenschutzrechtlichen Vorgaben einzuhalten.

§ 21 Schlussbestimmungen

(1) Erfüllungsort ist mangels anderer Vereinbarung der Ort der Niederlassung der Agentur.

(2) Ausschließlicher Gerichtsstand für alle aus dem Vertragsverhältnis unmittelbar und mittelbar sowie über sein Entstehen und seine Wirksamkeit entspringenden Rechtsstreitigkeiten ist Hannover, sofern der Kunde Kaufmann, juristische Person des öffentlichen Rechts oder öffentlich-rechtliches Sondervermögen ist. Dies gilt auch für Streitigkeiten aus dem Vertragsverhältnis betreffenden Urkunden, Wechseln und Schecks.

(3) Für alle sich aus dem Auftrag und seiner Abwicklung ergebenden Rechtsfragen gilt deutsches Recht unter Ausschluss des Übereinkommens der Vereinten Nationen über Verträge über den internationalen Warenkauf.

(4) Sollten aus irgendeinem Grunde eine oder mehrere Einzelbestimmungen dieses Vertrages unwirksam sein, so wird dadurch die Gültigkeit der übrigen Bestimmungen nicht berührt. Soweit dieser Vertrag Regelungslücken aufweisen, sollen diese durch eine Regelung gefüllt werden, die dem wirtschaftlichen Zweck des Vertrages Rechnung trägt.