

Allgemeine Geschäftsbedingungen der InboundZone, Inh.: Markus Jüttner

A. ALLGEMEINE BEDINGUNGEN	2
1. Vertragsschluss	2
2. Leistungsumfang	2
3. Nutzungsrechte	2
4. Pflichten des Kunden	3
4.1 Mitwirkungspflichten des Kunden	3
4.2 Abnahmepflichten des Kunden	3
5. Termine, Fristen und Leistungshindernisse	3
6. Preise, Zahlung, Vorschuss, Preisanpassung	4
7. Urheberrechtsvermerke und Referenznachweise	5
8. Rechtliche Unbedenklichkeit	5
9. Gewährleistung und Haftung im Anwendungsbereich von Werkverträgen	5
10. Gewährleistung und Haftung im Anwendungsbereich von Mietverträgen	6
11. Gewährleistung und Haftung im Anwendungsbereich von Beratungs- und Dienstverträgen	7
12. Eigentum, Herausgabe von Daten	7
13. Datenschutz	8
14. Vertraulichkeit	8
15. Laufzeit und Kündigung	9
15.1 Kündigung von Werkverträgen	9
15.2 Kündigung von Laufzeitverträgen	9
16. Änderungsvorbehalt	10
17. Schlussbestimmungen	10
18. Anwendbares Recht, Erfüllungsort, Gerichtsstand	10
B. BESONDERE BEDINGUNGEN FÜR DIE LIEFERUNG VON SOFTWARE UND WEBSEITEN	10
1. Anwendungsbereich	11
2. Vertragsgegenstand	11
3. Rechtliche Unbedenklichkeit	11
4. Urheber- und Nutzungsrechte	11
5. Mitwirkungspflichten des Kunden	12
6. Freistellungsanspruch	12
7. Vertragsdauer und Kündigung	12
8. Änderungen und Aktualisierungen	13
9. Schulung	13
10. Support	13
11. Urheberrechtsvermerke und Referenznachweise	13
C. BESONDERE BESTIMMUNGEN FÜR SEO-SERVICES UND SUCHMASCHINENOPTIMIERUNG	14
1. Allgemein	14
2. Auftragsumfang	14

A. ALLGEMEINE BEDINGUNGEN

1. Vertragsschluss

(1) Für alle Verträge mit der InboundZone, Inh.: Markus Jüttner (im Folgenden „Agentur“ genannt) gelten ausschließlich diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen (Ziffer A.), die Besonderen Bedingungen für Software und Webseiten (unter Ziffer B.) sowie die Besonderen Bedingungen für SEO-Services (unter Ziffer C.) in der jeweils aktuellen Fassung.

(2) Abweichenden Bedingungen des Kunden der Agentur wird daher ausdrücklich widersprochen, es sei denn die Agentur stimmt der Geltung ausdrücklich in Schriftform zu.

2. Leistungsumfang

(1) Der von der Agentur zu erbringende Leistungsumfang bestimmt sich ausschließlich nach dem Angebot der Agentur (z. B. Kostenvoranschlag bzw. Leistungsbeschreibung) an den Kunden. Soweit kein Angebot der Agentur vorliegt, richtet sich der Leistungsumfang nach der Anfrage des Kunden sowie ggf. der Auftragsbestätigung der Agentur.

(2) Änderungen, Erweiterungen und Zusätze gegenüber des vorgenannt definierten Leistungsumfangs werden von der Agentur nur geschuldet, soweit diese vorher in Textform vereinbart wurden.

(3) Konzeptions-, Text- und Gestaltungsleistungen werden inklusive einer Korrekturphase angeboten und erbracht. Weitere Korrekturphasen sind nach Ziffer 6 (5) zu vergüten.

(4) Die Agentur ist berechtigt, Teilleistungen oder die Gesamtleistung durch geeignete Dritte erbringen zu lassen.

(5) Soweit nicht ausdrücklich schriftlich vereinbart, schuldet die Agentur gegenüber dem Kunden keine Rechtsberatung hinsichtlich der rechtlichen Unbedenklichkeit der Werbemaßnahme, d.h. insbesondere die urheber-, geschmacksmuster- oder markenrechtliche Schutz- oder Eintragungsfähigkeit der Entwürfe und sonstigen Arbeiten, die die Agentur dem Kunden zur Nutzung überlässt. Geschmacksmuster-, Patent- oder Markenrecherchen hat der Kunde im Zweifel selbst und auf eigene Rechnung durchzuführen.

3. Nutzungsrechte

(1) Die Agentur wird dem Kunden mit Ausgleich sämtlicher den Auftrag betreffenden Rechnungen alle für die Verwendung ihrer Arbeiten und Leistungen erforderlichen Nutzungsrechte in dem Umfang übertragen, wie dies für den Auftrag vereinbart ist.

(2) Nutzungsrechte an Arbeiten, die bei Beendigung des Vertrages noch nicht voll bezahlt sind, verbleiben vorbehaltlich anderweitig getroffener Absprachen bei der Agentur.

(3) Die Entwürfe, Darstellungsformen sowie die Reinzeichnungen dürfen ohne ausdrückliche Einwilligung der Agentur weder im Original noch bei der Reproduktion verändert werden, es sei denn, es steht eine zwingende Rechtsvorschrift oder Rechtsprechung entgegen. Jede vollständige oder teilweise Nachahmung ist unzulässig.

(4) Die Übertragung der Nutzungsrechte vom Kunden an Dritte oder eine andere Nutzung durch den Kunden bedarf der vorherigen schriftlichen Zustimmung der Agentur.

(5) Auf die Nutzungsrechtsübertragung in den Besonderen Bedingungen für die Lieferung von Software und Webseiten (B.) wird verwiesen.

(6) Die zwingenden Urheberpersönlichkeitsrechte bleiben unberührt, insbesondere das Recht auf Anerkennung der Urheberschaft und auf Urheberbenennung in üblicher Form gem. § 13 UrhG.

4. Pflichten des Kunden

4.1 Mitwirkungspflichten des Kunden

- (1) Der Kunde stellt der Agentur alle für die Vertragserfüllung notwendigen Unterlagen und Informationen kostenfrei zur Verfügung.
- (2) Der Kunde wird notwendige Daten, insbesondere einzupflegende Inhalte wie z.B. Bilder, Grafiken, Tabellen und Texte zeitnah und in digitaler Form zur Verfügung stellen.
- (3) Der Kunde hat der Agentur geliefertes urheberrechtlich geschütztes Material (Fotos, Bilder, Zeichnungen, Grafiken, Texte, etc.) frei von Rechten Dritter zu liefern und sicherzustellen, dass die vertragsgemäße Nutzung nicht in Urheberrechte, gewerbliche Schutzrechte oder sonstige Rechte Dritter eingreift oder bei der Lieferung in schriftlicher Form auf die Rechte Dritter hinzuweisen.
- (4) Soweit die Agentur dem Kunden Entwürfe oder Textversionen unter Angabe einer angemessenen Frist, die grundsätzlich fünf Werktagen beträgt, zur Prüfung auf Richtigkeit und Vollständigkeit überlässt, gelten die Entwürfe und Textversionen mit Ablauf der Frist als genehmigt, soweit der Kunde keine Korrekturen wünscht. Solche Korrekturwünsche sind in Textform an die Agentur zu richten.
- (5) Soweit der Kunde Bedenken gegen die rechtliche Zulässigkeit einer Werbung hat, hat er diese der Agentur unverzüglich schriftlich mitzuteilen.
- (6) Werden dem Kunden Verletzungen von Nutzungsrechten durch die Leistungen der Agentur bekannt (z. B. durch Abmahnungen Dritter), so wird er die Agentur unverzüglich darüber in Kenntnis setzen.

4.2 Abnahmepflichten des Kunden

- (1) Sofern die Agentur die Herstellung eines Werkes schuldet, ist der Kunde zur Abnahme des vertragsgemäß hergestellten Werks verpflichtet.
- (2) Wenn die Agentur dem Kunden die Fertigstellung des Werks anzeigt und eine angemessene Frist zur Abnahme setzt, gilt das Werk als abgenommen, wenn der Kunde die Abnahme nicht fristgerecht erklärt, obwohl er zur Abnahme verpflichtet ist.
- (3) Eine stillschweigende Abnahme liegt vor, wenn der Kunde das fertiggestellte Werk oder Teile davon im Produktiveinsatz verwendet und/oder der Öffentlichkeit zugänglich macht.
- (4) Die Verweigerung der Abnahme ist schriftlich gegenüber der Agentur zu erklären.
- (5) In der Abnahmeverweigerung müssen die Gründe, weshalb die Abnahme verweigert wird, so genau beschrieben werden, dass es der Agentur möglich ist, den Mangel aufzufinden und diesen ggf. beheben zu können.

5. Termine, Fristen und Leistungshindernisse

- (1) Sämtliche genannten Bereitstellungszeitpunkte, Liefertermine und -fristen sind unverbindlich, soweit sie nicht schriftlich als verbindlich vereinbart wurden.
- (2) Ist für die Leistung der Agentur die Mitwirkung des Kunden erforderlich oder vereinbart, so verlängert sich die Lieferzeit um die Zeit, die der Kunde dieser Verpflichtung nicht nachgekommen ist. Bei Verzögerungen infolge von
 - a. Veränderungen der Anforderungen des Kunden,
 - b. unzureichenden Voraussetzungen in der Anwendungsumgebung (Hardware- oder Softwaredefizite), soweit sie der Agentur nicht bekannt waren oder bekannt sein mussten,
 - c. Problemen mit Produkten Dritter (z.B. Software anderer EDV-Hersteller)oder
 - d. verspätete Anlieferung von Inhalten, wie Text oder Bildern durch den Kunden,verlängert sich der Liefer- oder Leistungstermin entsprechend.

(3) Werden von dem Kunden Änderungen oder Ergänzungen beauftragt, die nicht nur geringfügigen Umfang haben, so verlieren Termine und Fristen, die sich am ursprünglichen Vertragsgegenstand orientieren, ihre Gültigkeit.

6. Preise, Zahlung, Vorschuss, Preisanpassung

(1) Es gelten die jeweiligen Angebotspreise der Agentur. Diese verstehen sich als Pauschalpreise, sofern nicht anders angegeben.

(2) Sofern die Abrechnung über ein bestimmtes Zeitkontingents vereinbart wurde, erwirbt der Kunde das Recht, Dienstleistungen von der Agentur in Höhe des Zeitkontingents erbringen zu lassen. Die Agentur rechnet ihre vertragsgegenständlichen Leistungen nach Zeitaufwand ab und verrechnet diese mit dem vom Kunden erworbenen Kontingent. Das Zeitkontingent ist grundsätzlich ein (1) Kalenderquartal gültig und muss in dieser Zeit aufgebraucht werden. Nicht genutztes Zeitkontingent verfällt nach Ablauf des Gültigkeitszeitraums, sofern nicht die Agentur verantwortlich dafür ist, dass das Zeitkontingent nicht vollständig aufgebraucht werden konnte.

(3) Alle Preise verstehen sich zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer zum Zeitpunkt der Leistungserbringung.

(4) Versandkosten, Installation, Schulung, Pflege, Wartung und sonstige Nebenleistungen sind im Preis nicht inbegriffen, soweit diese nicht im Angebot der Agentur enthalten sind.

(5) Reisekosten und Spesen für Reisen, die zur Erfüllung dieses Vertrages erforderlich und vom Kunden genehmigt sind, werden der Agentur vom Kunden erstattet.

(6) Zusatzleistungen, die nicht in dem Angebot enthalten sind, sind gesondert zu vergüten. Dies gilt insbesondere für Mehraufwand infolge

a. von Entwurfsänderungen sowie dem Anfertigen zusätzlicher Entwürfe auf Wunsch des Kunden über die erste Korrekturphase hinaus,

b. des Vorlegens von Daten in nicht digitalisierter Form,

c. von notwendiger und zumutbarer Inanspruchnahme von Leistungen Dritter,

d. in Auftrag gegebener Test-, Recherchedienstleistungen und rechtlichen Prüfungen

e. außerhalb der üblichen Geschäftszeiten erbrachter Dienstleistungen auf ausdrücklichen Wunsch den Kunden

f. Wiederholung oder nicht unerhebliche Verzögerung von Arbeiten infolge unrichtiger, nachträglich berichtigter oder lückenhafter Angaben des Kunden.

(7) Der Mehraufwand wird dem Kunden vorher angezeigt. Sofern keine andere Art der Abrechnung vereinbart wurde, erfolgt die Abrechnung des Mehraufwands nach Zeitaufwand und dem Stundensatz der Agentur, der 140€ beträgt. Für jeweils 15 min. Arbeitsaufwand werden $\frac{1}{4}$ des Stundensatzes abgerechnet. Der Rechnung wird eine Stundenaufstellung beigelegt.

(8) Bei einer wesentlichen Änderung der vertraglichen Pflichten der Agentur zum Zwecke der Anpassung an die Belange des Kunden kann die Agentur dem Kunden den erforderlichen Mehraufwand in Rechnung stellen. Eine wesentliche Änderung liegt in der Regel dann vor, wenn das nach den Vorgaben des Kunden erstellte Grundkonzept nicht mehr Gegenstand des Änderungswunsches ist, sondern die Änderungen so umfangreich sind, dass ein neues Grundkonzept erstellt werden muss. Einer wesentlichen Änderung steht es gleich, wenn für eine Änderung eine vorherige umfangreiche Prüfung erforderlich ist, ob und zu welchen Bedingungen die Änderung oder Erweiterung durchführbar ist. Die Agentur hat den Kunden auf eine Erhöhung des Preises gegenüber dem im Angebot ausgeschriebenen Preis vorher anzuzeigen.

(9) Bei Werk- und Werklieferungsverträgen ist die Vergütung mit Abnahme und Zugang der Rechnung fällig. Bei sonstigen Verträgen ist die Vergütung mit Zugang der Rechnung fällig. Verzug tritt 14 Tage nach Fälligkeit ein.

(10) Bei Laufzeitverträgen mit einer Mindestvertragslaufzeit von weniger als zwölf Monaten ist die Vergütung monatlich im Voraus zur Zahlung fällig. Bei Laufzeitverträgen mit

mindestens zwölfmonatiger Mindestvertragslaufzeit ist die Vergütung für zwölf (12) Monate im Voraus zur Zahlung fällig.

(11) Die Agentur ist berechtigt einen angemessenen Vorschuss auf die Gesamtschlussrechnung zu verlangen.

(12) Die Agentur ist berechtigt, die Vergütung bei Laufzeitverträgen erstmals nach Ablauf von zwölf (12) Monaten nach Vertragsbeginn und höchstens einmal im Jahr mit einer Ankündigungsfrist von zwei (2) Monaten gemäß der Kostenentwicklung der Agentur zu erhöhen. Die Agentur kann darüber hinausgehende Kostensteigerungen für Vorleistungen Dritter weitergeben, außer, soweit die Agentur diese verursacht hat. Sobald sich die Vergütung um mehr als fünf (5) % erhöht, ist der Kunde berechtigt, mit einer Frist von sechs (6) Wochen nach Zugang des Erhöhungsverlangens den Vertrag außerordentlich zum Zeitpunkt des Wirksamwerdens der Erhöhung zu kündigen. Bei einer Reduzierung der entsprechenden Kosten kann der Kunde ebenfalls erstmals nach Ablauf von zwölf (12) Monaten eine entsprechende Herabsetzung der Vergütung verlangen. Die Ankündigung einer Preisanpassung erfolgt per E-Mail an die E-Mail-Adresse der Kunden.

7. Urheberrechtsvermerke und Referenznachweise

(1) Bei Druckerzeugnissen und sonstigen Leistungen ist die Agentur berechtigt, diese mit dem Logo der Agentur und einem Hinweis auf den Ersteller in angemessener und den Gesamteindruck nicht störender Größe zu versehen.

(2) Die Agentur behält sich das Recht vor, erbrachte Leistungen wie Entwürfe, Drucke und Objekte, auch wenn sie auf Kundenvorlagen beruhen, zu Präsentationszwecken zu verwenden.

(3) Die Agentur hat das Recht, den Kunden auf der eigenen Referenzliste auf der Internetseite oder anderen Werbematerialien unter Nennung des Unternehmensnamens und des Unternehmenskennzeichens (Logo), sowie Screenshots der Internetseite und Veränderungen von Sichtbarkeitsverläufen und anderen KPIs, die zur Verdeutlichung des Erfolges dienen, zu veröffentlichen. Eine Verpflichtung zur Aufnahme in die Referenzliste besteht nicht.

8. Rechtliche Unbedenklichkeit

Das Risiko, dass Werbemaßnahmen gegen Vorschriften des Wettbewerbsrechts, des Markenrechts, des Urheberrechts, des Geschmacksmusterrechts oder spezieller Werbegesetze verstoßen, trägt der Kunde. Die Agentur ist allerdings verpflichtet, alle Werbemaßnahmen vorher mit dem Kunden abzustimmen und ihn auf eventuelle rechtliche Risiken hinzuweisen, soweit sie ihr bekannt sind oder bei der Vorbereitung bekannt werden.

9. Gewährleistung und Haftung im Anwendungsbereich von Werkverträgen

(1) Die Gewährleistungsansprüche des Kunden gegen die Agentur im Falle der Herstellung eines Werks verjähren innerhalb von einem (1) Jahr ab der Abnahme des Werks durch den Kunden oder einem die Abnahme gleichstehenden Ereignis, soweit nicht ein Fall des § 634a Abs. 1 Nr. 2 BGB vorliegt.

(2) Die Agentur weist darauf hin, dass es nach dem Stand der Technik nicht möglich ist, Computersoftware vollständig fehlerfrei zu erstellen.

(3) Ziffer 11 Absatz (1) und (2) gelten entsprechend.

(4) Der Kunde hat offensichtliche Mängel, die einem durchschnittlichen Kunden ohne weiteres auffallen, binnen zwei Wochen nach der Ablieferung schriftlich bei der Agentur zu rügen. Andernfalls können Ansprüche aus diesen Mängeln nicht geltend gemacht werden.

(5) Mängel, die nicht offensichtlich sind, hat der Kunde innerhalb von zwei Wochen nach dem Erkennen schriftlich bei der Agentur zu rügen. Andernfalls können Ansprüche aus diesen Mängeln nicht geltend gemacht werden.

(6) Die Mängel, insbesondere die aufgetretenen Fehlermeldungen, sind nach Kräften detailliert wiederzugeben (z.B. durch Fehlerprotokolle).

(7) Die Anerkennung von Gewährleistungsansprüchen bedarf stets der Schriftform. § 305b BGB bleibt unberührt. Der Kunde hat Gewährleistungsansprüche in Schriftform der Agentur gegenüber geltend zu machen.

(8) Eine weitergehende Haftung auf Schadensersatz als in den vorstehenden Absätzen vorgesehen, ist – ohne Rücksicht auf die Rechtsnatur des geltend gemachten Anspruchs – ausgeschlossen.

(9) Vorstehende Haftungserleichterungen gelten nicht:

- für eigene vorsätzliche oder grob fahrlässige Pflichtverletzung und vorsätzlich oder grob fahrlässige Pflichtverletzung von gesetzlichen Vertretern oder Erfüllungsgehilfen;
- für die Verletzung von wesentlichen Vertragspflichten; wesentliche Vertragspflichten sind solche, deren Erfüllung den Vertrag prägen und auf die der Kunde vertrauen darf;
- im Falle der Verletzung von Körper, Leben und Gesundheit auch durch gesetzliche Vertreter oder Erfüllungsgehilfen;
- Im Falle des Verzugs, soweit ein fixer Liefer- und/oder fixer Leistungszeitpunkt vereinbart war;
- Im Falle des arglistigen Verschweigens eines Mangels;
- soweit die Agentur eine Garantie für die Beschaffenheit des Werks oder das Vorhandensein eines Leistungserfolgs oder ein Beschaffungsrisiko im Sinne von § 276 BGB übernommen hat;
- im Falle von Ansprüchen aus dem Produkthaftungsgesetz;
- bei gesetzlich zwingenden Haftungstatbeständen.

10. Gewährleistung und Haftung im Anwendungsbereich von Mietverträgen

(1) Die Agentur haftet im Rahmen der gesetzlichen Bestimmungen jeweils unbeschränkt für Schäden.

(a) aus der Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit, die auf einer vorsätzlichen oder fahrlässigen Pflichtverletzung bzw. sonst auf vorsätzlichem oder fahrlässigem Verhalten der Agentur oder eines seiner gesetzlichen Vertreter oder Erfüllungsgehilfen beruhen;

(b) wegen des Fehlens oder des Wegfalls einer zugesicherten Eigenschaft bzw. bei Nichteinhaltung einer Garantie;

(c) die auf einer vorsätzlichen oder grob fahrlässigen Pflichtverletzung bzw. sonst auf vorsätzlichem oder grob fahrlässigem Verhalten der Agentur oder eines seiner gesetzlichen Vertreter oder Erfüllungsgehilfen beruhen.

(2) Die Agentur haftet unter Begrenzung auf Ersatz des vertragstypischen vorhersehbaren Schadens für solche Schäden, die auf einer leicht fahrlässigen Verletzung von wesentlichen Pflichten durch die Agentur oder einen seiner gesetzlichen Vertreter oder Erfüllungsgehilfen beruhen. Wesentliche Pflichten sind Pflichten, deren Erfüllung die ordnungsgemäße Durchführung des Vertrags überhaupt erst ermöglicht und auf deren Einhaltung der Kunde vertrauen darf.

(3) Die Agentur haftet für sonstige Fälle leicht fahrlässigen Verhaltens begrenzt auf das sechsfache der monatlichen Miete je Schadensfall.

(4) Die verschuldensunabhängige Haftung der Agentur nach § 536a Absatz 1, 1. Alternative BGB wegen Mängeln, die bereits zum Zeitpunkt des Vertragsschlusses vorhanden sind, ist ausgeschlossen.

(5) Die Agentur haftet bei einfach fahrlässig verursachtem Datenverlust nur für den Schaden, der auch bei ordnungsgemäßer und regelmäßiger, der Bedeutung der Daten angemessener Datensicherung durch den Kunden angefallen wäre; diese Begrenzung gilt nicht, wenn die Datensicherung aus von der Agentur zu vertretenden Gründen behindert oder unmöglich war.

(6) Die vorstehenden Bestimmungen gelten sinngemäß auch für die Haftung der Agentur im Hinblick auf den Ersatz vergeblicher Aufwendungen.

(7) Die Haftung nach dem Produkthaftungsgesetz bleibt unberührt.

11. Gewährleistung und Haftung im Anwendungsbereich von Beratungs- und Dienstverträgen

(1) Die Agentur haftet nicht für die Richtigkeit der in der Werbung enthaltenen Sachaussagen über die Produkte, die Leistungen oder das Unternehmen des Kunden. Werden dem Kunden die für die Werbemaßnahmen vorgesehenen Vorlagen zur Freigabe oder Genehmigung vorgelegt, übernimmt der Kunde mit der Freigabe bzw. mit Erteilung der Genehmigung die Verantwortung für die Richtigkeit von Text und Bild.

(2) Bei Verlust von Daten haftet die Agentur nur für denjenigen Aufwand, der bei ordnungsgemäßer und regelmäßiger Datensicherung durch den Kunden für die Wiederherstellung der Daten erforderlich gewesen wäre. Die Beschränkung gilt nicht, wenn und soweit die Datensicherung Bestandteil der von der Agentur zu erbringenden Leistungen ist.

(3) Für die Gewährleistung gelten die gesetzlichen Vorschriften, wobei Ansprüche des Kunden gegen die Agentur wegen Schlechtleistung oder Mängeln in der Ausführung der Dienstleistungen sechs Monate nach Anspruchsentstehung und Kenntnis bzw. grob fahrlässiger oder vorsätzlicher Unkenntnis der den Anspruch begründenden Umstände verjähren.

(4) Die Agentur und/oder ihre Erfüllungsgehilfen und/oder gesetzlichen Vertreter haften für Schäden, die nicht Körperschäden sind, nur im Fall von Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit. Die vertragliche und außervertragliche Haftung für Sach- und Vermögensschäden, entgangenen Gewinn und Mangelfolgeschäden der Agentur wird bei leichter Fahrlässigkeit ausgeschlossen, soweit es sich nicht um die Haftung für die Verletzung wesentlicher Pflichten (Kardinalpflichten) handelt. Unter Kardinalpflichten sind diejenigen Pflichten zu verstehen, deren Erfüllung die ordnungsgemäße Durchführung des Vertrags überhaupt erst ermöglicht und auf deren Einhaltung der Kunde regelmäßig vertrauen darf. In den Fällen der leicht fahrlässigen Verletzung einer Kardinalpflicht wird nur für den vorhersehbaren und typischerweise bei Geschäften der vorliegenden Art entstehende Schaden gehaftet, betragsmäßig jedoch höchstens bis zur Auftragssumme, die den Aufträgen des letzten Jahres vor Bekanntwerden des den Schaden auslösenden Ereignisses entspricht.

(5) Im Übrigen ist die Haftung ausgeschlossen, wobei der Haftungsausschluss nicht im Fall eines Schadens an Leben, Körper oder Gesundheit eines Menschen, sowie für die Haftung nach dem Produkthaftungsgesetz gilt.

(6) Als Dienstleister haftet die Agentur nicht für Schäden, die auf Grund technischer Störungen oder Leistungsstörungen der Agentur oder anderer Dritter entstehen.

12. Eigentum, Herausgabe von Daten

(1) An Entwürfen, Reinzeichnungen, Datenträgern, Dateien und Daten werden dem Kunden lediglich Nutzungsrechte eingeräumt, nicht jedoch Eigentumsrechte übertragen.

(2) Die Agentur ist nicht verpflichtet, Datenträger, Dateien oder Daten an den Kunden herauszugeben. Hat die Agentur dem Kunden Datenträger, Dateien oder Daten zur Verfügung gestellt, dürfen diese nur mit Einwilligung der Agentur verändert werden.

13. Datenschutz

- (1) Die Agentur erhebt und verarbeitet die im Rahmen der Vertragsanbahnung und -abwicklung benötigten Daten des Kunden (z.B. Adresse und Bankverbindung). Nähere Einzelheiten befinden sich in unserer Datenschutzzinformation.
- (2) Liegt zwischen den Parteien ein Auftragsverarbeitungsverhältnis vor, schließen die Parteien einen separaten Vertrag über Auftragsverarbeitung, der den Anforderungen des Art. 28 DSGVO entspricht.

14. Vertraulichkeit

- (1) Vertrauliche Informationen sind alle Informationen und Unterlagen, einschließlich des zwischen den Parteien geschlossenen Vertrags, die entweder als vertraulich gekennzeichnet sind oder deren Vertraulichkeit sich aus den Umständen bzw. ihrer Natur ergibt. Vertrauliche Informationen sind insbesondere technische, geschäftliche und sonstige Informationen, beispielsweise Informationen in Bezug auf Technologien, Produkte, Dienstleistungen, Preise, Kunden, Mitarbeiter, Strategien.
- (2) Nicht als vertrauliche Informationen gelten Informationen, die
 - a) der empfangenden Vertragspartei bekannt waren, bevor sie sie von der anderen Vertragspartei im Zusammenhang mit diesem Vertrag erhalten hat;
 - b) die empfangende Vertragspartei ohne Rückgriff auf vertrauliche Informationen der anderen Vertragspartei selbständig entwickelt hat;
 - c) die empfangende Vertragspartei von Dritten erworben hat, die in Bezug auf die Nutzung und Weitergabe nicht an Beschränkungen gebunden sind;
 - d) ohne Verschulden oder Zutun der empfangenden Vertragspartei allgemein bekannt sind oder werden.
- (3) Die Vertragsparteien haben alle vertraulichen Informationen, die eine Vertragspartei der anderen Vertragspartei im Rahmen des zwischen diesen geschlossenen Vertrags mitteilt oder von der anderen Vertragspartei erhält, vertraulich zu behandeln und ausschließlich zum Zweck der Leistungserbringung unter diesem Vertrag zu nutzen. Sie werden vertrauliche Informationen vor unbefugtem Zugriff schützen und mit der gleichen Sorgfalt behandeln, die sie bei ihren eigenen, gleichermaßen vertraulichen Informationen anwenden, mindestens jedoch die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns.

Die Weitergabe vertraulicher Informationen darf nur an Personen der jeweiligen Vertragspartei erfolgen und dies nur, wenn die betreffenden Personen aufgrund einer vertraglichen Regelung zur Geheimhaltung verpflichtet sind, die der Geheimhaltungspflicht dieses Ziffer 14 entspricht und soweit dies zur Durchführung des zwischen diesen geschlossenen Vertrags erforderlich ist („need to know“); Absatz 4 bleibt hiervon unberührt.

- (4) Vertrauliche Informationen dürfen von der empfangenden Vertragspartei Dritten nicht ohne vorherige schriftliche Zustimmung der anderen Vertragspartei offengelegt werden, es sei denn
 - a) dies ist aufgrund von zwingenden rechtlichen Anforderungen oder einer gerichtlichen oder behördlichen Anordnung erforderlich und die empfangende Vertragspartei hat die andere Vertragspartei unverzüglich über die jeweilige Verpflichtung schriftlich informiert und ihr die Möglichkeit gegeben, gegen die Offenlegung einzuschreiten, oder
 - b) die vertraulichen Informationen werden Beratern der empfangenden Vertragspartei im Zusammenhang mit der Durchführung dieses Vertrags zugänglich gemacht und der jeweilige Berater hat sich zuvor entsprechend den Regelungen dieser Ziffer 14 schriftlich gegenüber der empfangenden Vertragspartei zur Verschwiegenheit verpflichtet oder ist bereits von Berufs wegen zur Verschwiegenheit verpflichtet
 - c) berechtigt eingesetzte Subunternehmer des Auftragnehmers benötigen vertrauliche Informationen des Auftraggebers zur Erbringung ihrer Leistungen und der jeweilige

Subunternehmer hat sich zuvor schriftlich gegenüber dem Auftragnehmer entsprechend den Regelungen dieser Ziffer 14 zur Verschwiegenheit verpflichtet.

(5) Bei Vertragsende geben die Vertragsparteien einander die von der jeweils anderen Vertragspartei erhaltenen vertraulichen Informationen zurück bzw. vernichten diese auf angemessene Weise. Soweit die Vertragsparteien aufgrund zwingender handels- oder steuerrechtlicher Bestimmungen zur Archivierung vertraulicher Informationen der anderen Vertragspartei verpflichtet sind, sind sie berechtigt, in dem jeweils erforderlichen Umfang Kopien von diesen Informationen anzufertigen.

(6) Vorbehaltlich weitergehender Vertraulichkeitsverpflichtungen aufgrund zwingender rechtlicher Anforderungen, besteht diese Vertraulichkeitsverpflichtung bis fünf (5) Jahre nach Beendigung dieses Vertrags fort.

(7) Der Dienstleister weist darauf hin, dass für unverschlüsselt im Internet übermittelte Daten eine Vertraulichkeit nicht gewährleistet ist.

15. Laufzeit und Kündigung

(1) Der Kunde hat die Kündigung in Schriftform der Agentur gegenüber zu erklären.

(2) Das Recht zur außerordentlichen Kündigung aus wichtigem Grund bleibt in jedem Fall unberührt. Beide Parteien sind zu einer solchen fristlosen Kündigung insbesondere dann berechtigt, wenn die andere Vertragspartei einen schwerwiegenden Vertragsverstoß zu vertreten hat, für den sie unter Fristsetzung erfolglos in Textform abgemahnt worden ist.

(3) Ein wichtiger Grund liegt insbesondere vor, wenn

- über das Vermögen der anderen Partei Insolvenzantrag gestellt ein Insolvenzverfahren eröffnet oder mangels Masse abgewiesen wird, es sei denn, eine Auswirkung auf diesen Vertrag ist ausgeschlossen.
- der Kunde seiner Mitwirkungspflicht schuldhaft trotz Mahnung nicht nachkommt.
- der Kunde seiner Verpflichtung zur Vorschusszahlung trotz Mahnung nicht nachkommt.

15.1 Kündigung von Werkverträgen

(1) Die Parteien sind bei einem Werkvertrag nach den allgemeinen werkvertraglichen Regelungen zur Kündigung berechtigt.

(2) Bei einer ordentlichen Kündigung des Kunden nach § 648 BGB wird abweichend von § 648 Satz 3 BGB vermutet, dass der Agentur 20% der auf den noch nicht erbrachten Teil der Werkleistung entfallenden vereinbarten Vergütung zustehen. Dem Kunden bleibt nachgelassen nachzuweisen, dass die Agentur höhere Aufwendungen erspart hat.

15.2 Kündigung von Laufzeitverträgen

Laufzeitverträge beginnen mit Vertragsabschluss und werden auf Dauer geschlossen. Wird eine Mindestvertragslaufzeit vereinbart, ist die ordentliche Kündigung für die Dauer der Mindestvertragslaufzeit ausgeschlossen. Der Vertrag mit Mindestvertragslaufzeit verlängert sich danach um die Zeit der Mindestvertragslaufzeit, sofern er nicht mit einer Frist von drei (3) Monaten vor Ablauf der Mindestvertragslaufzeit bzw. jeder Verlängerungslaufzeit gekündigt wird.

16. Änderungsvorbehalt

(1) Die Agentur behält sich vor, diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen jederzeit ohne Nennung von Gründen zu ändern, es sei denn, es ist für den Kunden nicht zumutbar. Die Agentur wird den Kunden über Änderungen der AGB rechtzeitig benachrichtigen.

Widerspricht der Kunde der Geltung den neuen AGB nicht innerhalb von sechs Wochen nach der Benachrichtigung, gelten die geänderten AGB als vom Kunden angenommen. Die

Agentur wird den Kunden in der Benachrichtigung auf sein Widerspruchsrecht und die Bedeutung der Widerspruchsfrist hinweisen.

(2) Die Agentur behält sich darüber hinaus vor, diese AGB zu ändern,

(a) wenn die Änderung lediglich vorteilhaft für den Kunden ist;

(b) wenn die Änderung rein technisch oder prozessual bedingt ist, es sei denn, sie haben wesentliche Auswirkungen für den Kunden;

(c) soweit die Agentur verpflichtet ist, die Übereinstimmung der Vertragsbestimmungen mit anwendbarem Recht herzustellen, insbesondere wenn sich die geltende Rechtslage ändert;

(d) soweit die Agentur damit einem gegen sich gerichteten Gerichtsurteil oder einer Behördenentscheidung nachkommt; oder

(e) soweit die Agentur zusätzliche, gänzlich neue Dienstleistungen, Dienste oder Dienstelemente einführt, die einer Leistungsbeschreibung in den Geschäftsbedingungen bedürfen, es sei denn, dass bisherige Nutzungsverhältnis wird dadurch nachteilig verändert.

(3) Die Agentur wird über solche Änderungen der AGB in Textform informieren.

17. Schlussbestimmungen

(1) Änderungen und Ergänzungen des Vertrages bedürfen der Textform.

(2) Sollte eine Bestimmung dieses Vertrags unwirksam sein oder werden, so wird die Gültigkeit des Vertrages im Übrigen hiervon nicht berührt. Anstelle der unwirksamen Bestimmung soll eine Regelung treten, die im Rahmen des rechtlich Möglichen dem Willen der Parteien am nächsten kommt. Das gleiche gilt im Falle einer Regelungslücke.

18. Anwendbares Recht, Erfüllungsort, Gerichtsstand

(1) Die Vertragspartner vereinbaren hinsichtlich sämtlicher Rechtsbeziehungen aus diesem Vertragsverhältnis die Anwendung deutschen Rechts. Auch im grenzüberschreitenden Verkehr gilt deutsches Recht unter Ausschluss des UN-Kaufrechts. Bei Verbrauchern (§ 13 BGB) gilt diese Rechtswahl nur insoweit, als nicht der gewährte Schutz durch zwingende Bestimmungen des Rechts des Staates, in dem der Verbraucher seinen gewöhnlichen Aufenthalt hat, entzogen wird.

(2) Erfüllungsort für die Leistungen ist der Geschäftssitz der Agentur.

(3) Ist der Kunde Unternehmer, juristische Person des öffentlichen Rechts oder öffentlich-rechtliches Sondervermögen, ist ausschließlicher Gerichtsstand für alle Streitigkeiten aus diesem Vertrag der Geschäftssitz der Agentur. Dasselbe gilt, wenn der Kunde keinen allgemeinen Gerichtsstand in Deutschland oder der EU hat oder Wohnsitz oder gewöhnlicher Aufenthalt im Zeitpunkt der Klageerhebung nicht bekannt sind. Die Befugnis, auch das Gericht an einem anderen gesetzlichen Gerichtsstand anzurufen bleibt hiervon unberührt.

B. BESONDERE BEDINGUNGEN FÜR DIE LIEFERUNG VON SOFTWARE UND WEBSEITEN

1. Anwendungsbereich

Dieser Abschnitt gilt für jegliche Beauftragung der Agentur in Verbindung mit der Herstellung, Umgestaltung oder Anpassung einer Software und Webseiten jeglicher Art für das Internet, insbesondere Content-Management-Systeme (CMS) sowie Apps.

2. Vertragsgegenstand

- (1) Die Agentur überlässt dem Kunden die Software und die Webseite auf Dauer. Soweit nicht anders vereinbart, werden Software und Apps dem Kunden durch Überspielung auf die von ihm gestellte Hardware überlassen.
- (2) Diese Bestimmungen regeln nicht die Pflege der Software oder der Webseite. Gegenstand ist auch nicht der Verkauf, Vermietung oder sonstige Zurverfügungstellung, Vermittlung oder Wartung von Hardware. Ebenfalls ist nicht Vertragsgegenstand die Migration von Altdaten, soweit nicht anders vereinbart.
- (3) Soweit ein Content-Management-System Vertragsgegenstand ist, ist dieses zur Erstellung, Administration und Änderung von Internetinhalten mittels eines Internetbrowsers geeignet. Die Leistungsfähigkeit der Software hängt entscheidend von der Leistungsfähigkeit und Funktionsfähigkeit durch den jeweiligen Hostler / Server zur Verfügung stehenden Komponenten ab.
- (4) Gegenstand ist eine Software, die im Sinne der Programmbeschreibung und dem Handbuch, der Onlinehilfe und der Backendhilfe sowie im Rahmen der Systemvoraussetzungen grundsätzlich nutzbar ist. Bestimmte Funktionalitäten sind nur dann Gegenstand des Vertrages, wenn diese in der Programmbeschreibung explizit genannt sind.
- (5) Soweit nicht anders schriftlich vereinbart, ist nicht Vertragsgegenstand die Erfüllung sämtlicher rechtlichen Vorschriften bei der Veröffentlichung von Software oder dem Betreiben einer Webseite.
- (6) Darstellungen in Testprogrammen, Produkt- und Projektbeschreibungen stellen, sofern nicht ausdrücklich als solche bezeichnet, keine Garantien dar.

3. Rechtliche Unbedenklichkeit

Ohne Anerkennung einer Rechtspflicht und ohne Anspruch auf Vollständigkeit wird der Kunde darauf hingewiesen, dass beim Betreiben einer Webseite insbesondere folgende rechtliche Pflichten bestehen, für die er ggf. selbst verantwortlich ist:

- a. Impressumspflicht nach § 5 TMG
- b. Informationspflichten nach § 312c BGB (Fernabsatzverträge)
- c. Informationspflichten nach § 312e BGB (Elektronischer Geschäftsverkehr)
- d. Prüfpflichten bei Linksetzung
- e. Prüfpflichten für die Inhalte von Forumdiskussionen, Blogs und Chaträumen
- f. Pflicht zur Beachtung medienrechtlicher Vorschriften
- g. Pflicht zur Beachtung von Urheber- und Markenrechte Dritter
- h. Verbot der unlauteren Werbung nach dem UWG
- i. Datenschutzrechtliche Pflichten aus der EU-Datenschutzgrundverordnung und dem BDSG

4. Urheber- und Nutzungsrechte

- (1) Die von der Agentur selbst hergestellte Software (mit allen Module, Addons, Templates, Hilfsprogramme, Scripte, Erweiterungen, Programmbibliotheken, etc.) ist urheberrechtlich geschützt. Alle Rechte an der Software sowie an sonstigen im Rahmen der Vertragsanbahnung und -durchführung überlassenen Unterlagen stehen im Verhältnis der Vertragspartner ausschließlich der Agentur zu.
- (2) Die Agentur räumt dem Kunden ein nicht ausschließliches, zeitlich und räumlich unbeschränktes Recht zur Nutzung der Software für eigene Zwecke und wie in diesen Nutzungsbestimmungen und in der Produktbeschreibung beschrieben ein. Der Kunde darf die Software in die Arbeitsspeicher und auf die Festplatten der von ihm genutzten Hardware laden. Er darf „Apps“ an Dritte zum Download, zur Installation und Nutzung zur Verfügung stellen.

- (3) Die Vervielfältigung sowie die Mehrfachnutzung der Software (z.B. auf mehreren Servern oder Computern) außerhalb des im Angebot definierten Nutzungszwecks ist dem Kunden nicht gestattet.
- (4) Der Kunde darf die für einen sicheren Betrieb notwendigen Sicherungskopien erstellen. Das Benutzerhandbuch darf nur für eigene Zwecke ausgedruckt werden.
- (5) In keinem Fall erlaubt ist das Vermieten oder das Verleasen der Content-Management-Systeme oder seiner Bestandteile an Dritte. Hiervon ausgenommen ist die kostenfreie Überlassung von „Apps“ an Dritte.
- (6) Die Rechte des Kunden nach § 69e UrhG bleiben unberührt.

5. Mitwirkungspflichten des Kunden

- (1) Der Kunde ist für ausreichende Ressourcen und Informationen im Rahmen seiner Mitwirkungspflicht verantwortlich. Hierzu gehört insbesondere der Zugang zum Server oder anderen Geräten, auf denen die Software laufen soll, sowie die Benennung und kostenfreie Bereitstellung eines aus fachlicher und EDV-technischer Sicht kompetenten Ansprechpartners. Er wird für ausreichende Rechnerkapazitäten wie Speicher, Prozessorleistung und Leitungskapazitäten sorgen.
- (2) Soweit die Agentur es für erforderlich hält, stellt der Kunde eine Testumgebung (Hardware mit aktuellem Softwarestand, insbesondere das den späteren Einsatzbedingungen entsprechende Betriebssystem und die entsprechende Serversoftware) zur Verfügung.
- (3) Der Kunde ist für den störungsfreien Betrieb der Einrichtungen zur Fernwartung und -pflege von Webseiten, insbesondere stabile Datenleitungen und -schnittstellen verantwortlich.
- (4) Der Kunde ist verpflichtet, sich vor Datenverlust angemessen zu schützen. Da die Neuinstallation von Software, aber auch die Veränderung der installierten Software das Risiko eines Datenverlustes mit sich bringt, ist der Kunde insbesondere verpflichtet, vor Neuinstallation oder Veränderung der installierten Software durch eine umfassende Datensicherung Vorsorge gegen Datenverlust zu treffen.

6. Freistellungsanspruch

- (1) Sollten Dritte die Agentur wegen möglicher Rechtsverstöße, die aus dem Inhalt der Website bzw. der Software resultieren, in Anspruch nehmen, verpflichtet sich der Kunde, die Agentur von jeglicher Haftung freizustellen und der Agentur die Kosten zu ersetzen, die ihr wegen der möglichen Rechtsverletzung entstehen.
- (2) Zur Verpflichtung der Kostenerstattung gehören auch die Kosten einer Rechtsberatung und Rechtsverfolgung.
- (3) Die Parteien werden sich unverzüglich schriftlich benachrichtigen, falls ihnen gegenüber Ansprüche geltend gemacht werden.

7. Vertragsdauer und Kündigung

- (1) Der Nutzungsvertrag läuft auf unbestimmte Zeit.
- (2) Die Agentur kann die Nutzungsrechte aus wichtigem Grund widerrufen.
- (3) Ein wichtiger Grund liegt insbesondere dann vor, wenn der Kunde die Nutzungsbedingungen nicht einhält und dies auch auf schriftliche Abmahnung mit Widerrufsandrohung durch die Agentur nicht sofort unterlässt.
- (4) Bei Widerruf der Nutzungsrechte wird der Kunde die Software unwiderruflich löschen und dafür Sorge tragen, dass keine öffentliche Zugänglichmachung mehr möglich ist,

insbesondere die Softwareinstallation auf dem Webspaces / Server löschen. Auf Anforderung der Agentur wird er die vollständige Löschung schriftlich versichern.

8. Änderungen und Aktualisierungen

- (1) Die Agentur ist berechtigt, Aktualisierungen der Software nach eigenem Ermessen zu erstellen.
- (2) Der Kunde hat kein Recht auf die Durchführung von Änderungen und/oder Aktualisierungen (Updates).
- (3) Auf Wunsch des Kunden werden Änderungen an der Software, Erweiterungen oder Aktualisierungen kostenpflichtig nach separater Beauftragung erstellt. Diese Dienstleistungen werden seitens der Agentur in der Regelarbeitszeit nach Terminabstimmung erbracht.
- (4) Hiervon unberührt sind Nachbesserungen im Rahmen der Mängelgewährleistungsansprüche.

9. Schulung

- (1) Die Agentur erbringt Schulungsleistungen für die Nutzung der Software, soweit dies vertraglich vereinbart wurde.
- (2) Art und Umfang der Schulungsleistungen ergeben sich aus dem Angebot der Agentur.

10. Support

- (1) Die Agentur erbringt Supportleistungen für die Nutzung der Software, soweit dies vertraglich vereinbart wurde.
- (2) Die Abrechnung erfolgt nach Stundenaufwand, soweit nicht anders vereinbart.
- (3) Die Agentur stellt Supportleistungen grundsätzlich nur werktags in der Zeit von 9 – 17 Uhr zur Verfügung.
- (4) Supportleistungen außerhalb der nach Absatz (3) genannten Zeiten sind gesondert vergütungspflichtig.

11. Urheberrechtsvermerke und Referenznachweise

- (1) Der Kunde räumt der Agentur das Recht ein, einen Urheberrechtsvermerk nebst Logo der Agentur in die Webseiten des Kunden einzubinden und diese mit der Webseite der Agentur zu verlinken. Der Kunde wird alle Schutzvermerke wie Copyright-Vermerke und andere Rechtsvorbehalte unverändert übernehmen. Dies gilt insbesondere auch für die im Programmcode angebrachten Hinweise auf den Urheber.
- (2) Die Agentur ist berechtigt, Vervielfältigungen der erbrachten Leistungen zu eigenen geschäftlichen Zwecken als Referenznachweis in allen Medien zu verwenden.
- (3) Die Agentur ist außerdem berechtigt, bei erstellen Websites der Kunden im Impressum des Kunden einen Link, der auf <https://inboundzone.de> verweist, sowie einen kurzen Hinweis auf die Zusammenarbeit im Bereich Webdesign und Online Marketing zu setzen oder durch den Kunden setzen zu lassen. Der Kunde hat jederzeit die Möglichkeit zu widersprechen.

C, BESONDERE BESTIMMUNGEN FÜR SEO-SERVICES UND SUCHMASCHINENOPTIMIERUNG

1. Allgemein

(1) Bei den SEO-Services handelt es sich um Unterstützungsleistungen für den Kunden bei der Suchmaschinenoptimierung (Search Engine Optimization). Die Dienstleistungen beziehen sich auf die Internet-Suchmaschine „Google“ („Suchmaschine“) und die jeweils vereinbarte Zielseite bzw. Domain. Die Agentur erbringt die Services für die Komponenten zur Suchmaschinen-Indexierung / – optimierung durch Analyse des Marktumfeldes, der Webauftritte von Mitbewerbern des Kunden und der jeweiligen Zielseite des Kunden. Die laufende SEO-Betreuung erfolgt auf Basis der Analysen durch Beratung, wie mittels technischer und/oder inhaltlicher Gestaltung der Website voraussichtlich eine Verbesserung der Suchmaschinen-Positionierung der Website bei Suchanfragen zu den für die Leistungen und Produkte der Website relevanten Themenbereichen erreicht werden könnte sowie durch die technische Umsetzung der empfohlenen Optimierungsmaßnahmen.

(2) Search Engine Optimization (Suchmaschinen-Optimierung) zielt darauf ab, die Platzierung auf den organischen, unbezahlten Suchergebnissen einer Suchmaschine möglichst zu verbessern. Inhalte einer Webseite / die Webseite selbst sollen in den unbezahlten Suchergebnissen der Suchmaschine auf höheren Plätzen erscheinen. Die Agentur unterstützt den Kunden im Rahmen der SEO-Services dabei, dass die jeweilige Zielseite in der Suchmaschine bei kundenspezifischen Suchbegriffen (Keywords bzw. Themengebiete) möglichst unter vorderen Suchergebnissen gelistet wird und setzt die empfohlenen Optimierungsmaßnahmen technisch für den Kunden um. Eine bestimmte Suchmaschinen-Platzierung wird dabei nicht geschuldet.

(3) Die laufende SEO-Betreuung erfolgt nach Bedarf und im Ermessen der Agentur auf Basis der Analysen und des laufenden Monitorings.

(4) Analysen und Reportings zur Recherche und Planung der Suchmaschinenoptimierung werden, sofern nicht ausdrücklich anders vereinbart, ausschließlich für den internen Gebrauch durch die Agentur erstellt und aufbereitet. Der Kunde hat keinen Anspruch auf diese Unterlagen.

2. Auftragsumfang

Soweit nicht anders vereinbart, umfassen die SEO-Services:

(1) Setup zu Beginn

Die SEO-Services der Agentur beginnen mit der Analyse der passenden Keywords und Themengebiete, Wettbewerbsanalyse, Analyse der Websitestruktur und Architektur (OnPage Analyse) & der Einbindung von ein/ mehreren Tracking Tools (Bsp.: „Google Analytics“).

(2) Laufende SEO-Betreuung OnPage-Maßnahmen

Zu OnPage-Maßnahmen zählen Themen wie Technik allgemein, Tags (Überschriften), HTML Microdata, Page-Speed Optimierung, Usability & Conversion Empfehlungen, Optimierung interner Verlinkung, Optimierung von Title Tags und Meta Descriptions, Konzeption und Optimierung des bestehenden Contents.

(3) Content

Die SEO-Services im Content-Bereich umfassen Content-Konzeption, Redaktion, Umsetzung der „Content“-Maßnahmen (von der Agentur erstellte SEO-Texte und

ausgewählte Bilder), d.h. Einpflegen, Formatieren, Löschen, Ändern dieses Contents im CMS des Kunden, Linkmanagement (interne Verlinkung), thematische Erweiterung der Website, Klassifizierung (informationsorientiert, transaktionsorientiert, navigationsorientiert, lokal) und Potentialanalyse.

(4) Linkbuilding

Die Agentur ist berechtigt, aber nicht verpflichtet, im Rahmen der SEO-Services die Verlinkung von Webseiten Dritter auf die Website des Kunden zu fördern (Linkbuilding). Linkbuilding umfasst Maßnahmen der Agentur zur kontinuierlichen Steigerung der externen Verlinkung, insbesondere durch Erstellen von redaktionellen Inhalten zur Generierung möglichst permanenter Links, durch ggf. kostenpflichtigen Linkaufbau, durch die Entwicklung und Umsetzung von Strategien, um die Anreize für Dritte zu steigern, auf ihren Webseiten auf die Website des Kunden zu verlinken (Steigerung der Domainpopularität). Zu den Möglichkeiten der Erstellung von redaktionellen Inhalten, zur Generierung von Links und der Entwicklung von Backlink-Strategien zur Steigerung der Domainpopularität unterbreitet die Agentur Empfehlungen und passt die Backlink-Strategie nach eigenem Ermessen im Bedarfsfall an. Dies wäre etwa der Fall bei einer sog. Google Penalty, die zur Herabstufung einer Website führen kann, z.B. im Einzelfall bei Backlinks oder beim Aufbau ungeeigneter Links durch Dritte, z.B. durch Konkurrenten. Die Agentur wird geeignete Maßnahmen zur Strategieänderung vornehmen bzw. empfehlen. Art und Umfang des Linkbuildings liegen im Ermessen der Agentur und sind abhängig von der SEO-Strategie. Sofern die Agentur es für sinnvoll hält, über ggf. durchgeführte Linkbuilding-Maßnahmen hinaus umfangreiches, zusätzliche Kosten und Aufwände generierendes Linkbuilding zu betreiben, unterbreitet die Agentur dem Kunden ein entsprechendes Angebot, das dieser annehmen kann.

(5) Laufende Überwachung und Analyse; Monitoring

Teil der SEO-Services ist eine laufende Überwachung und regelmäßige Analyse der Ist-Situation und je nach Bedarf Anpassung der Strategie und Unterbreitung entsprechender Vorschläge im Ermessen der Agentur. Das entsprechende Monitoring erfolgt mit dem Google Analytics-Tool. Im Weiteren werden nach Wahl und im Ermessen der Agentur weitere Analysetools zur rein internen Nutzung durch die Agentur hinzugezogen.

(6) Reporting

Auf Anfrage erhält der Kunde per E-Mail einen Bericht zugesandt, der über den Stand der Suchmaschinenoptimierung auf Basis der durch Google Analytics erhobenen Daten informiert.

(7) Richtlinien des Suchmaschinenanbieters

Die Agentur bemüht sich, Vorschläge und Maßnahmen konform zu den Richtlinien des Suchmaschinenanbieters zu wählen. Es wird darauf hingewiesen, dass einzelne SEO-Maßnahmen unter Umständen gegen Richtlinien des Suchmaschinenanbieters verstoßen können. Dies wäre keine fehlerhafte Leistung durch die Agentur. Dem Kunden ist darüber hinaus bekannt, dass Suchmaschinenoptimierung ein laufender Prozess ist. Es kann daher bis zur Sichtbarkeit von Änderungen im Ranking mehrere Monate nach Umsetzung aller vorgeschlagenen Änderungen dauern. Unvorhergesehene Änderungen in der Platzierung einschließlich einer Verschlechterung oder eine vollständigen Entfernung aus dem Index der Suchmaschine können nicht ausgeschlossen werden. Die Suchmaschinen-Platzierung ist von einer Vielzahl von Faktoren abhängig, ständigen Änderungen unterworfen und die zugrunde liegenden Parameter werden im Detail vom Suchmaschinenbetreiber nicht bekannt gegeben.

