

Allgemeine Geschäftsbedingungen

Max.Marketing UG (haftungsbeschränkt)

Umsatz durch digitale Kundengewinnung

Anschrift: Hosenfelder Weg 4, 36154 Hosenfeld

Vertreten durch den Geschäftsführer: Maximilian Schenk

Registergericht: Amtsgericht Fulda, HRB 9179

Steuernummer: 018 239 0352 3

USt-IdNr.: DE459282672

E-Mail: info@max-mp.de

Nachfolgend „Max.Marketing“ oder „Auftragnehmer“.

Stand: Juni 2026

§ 1 Geltungsbereich

(1) Diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen (nachfolgend „AGB“) gelten für sämtliche Verträge, Leistungen und Angebote von Max.Marketing gegenüber dem Auftraggeber, deren Gegenstand die Planung, Vorbereitung, Durchführung und Begleitung von Branding-, Marketing-, Werbe-, Web-, Medien-, Content- und Automatisierungsvorhaben sowie damit zusammenhängende Beratungs- und Dienstleistungen sind.

(2) Diese AGB gelten ausschließlich gegenüber Unternehmern im Sinne des § 14 BGB, juristischen Personen des öffentlichen Rechts und

öffentlich-rechtlichen Sondervermögen. Mit Verbrauchern im Sinne des § 13 BGB schließt Max.Marketing keine Verträge auf Grundlage dieser AGB.

(3) Die AGB gelten ausschließlich. Abweichende, entgegenstehende oder ergänzende Allgemeine Geschäftsbedingungen des Auftraggebers werden nur dann und insoweit Vertragsbestandteil, als Max.Marketing ihrer Geltung ausdrücklich in Textform zugestimmt hat. Dieses Zustimmungserfordernis gilt auch dann, wenn Max.Marketing in Kenntnis entgegenstehender Bedingungen des Auftraggebers die Leistung vorbehaltlos ausführt.

(4) Diese AGB gelten in ihrer jeweils gültigen Fassung auch für alle künftigen Geschäfte mit dem Auftraggeber, ohne dass es eines erneuten Hinweises bedarf.

(5) Im Falle von Widersprüchen zwischen diesen AGB und einer individuellen Vereinbarung (Angebot, Auftragsbestätigung, Einzelvertrag) gehen die Regelungen der individuellen Vereinbarung vor.

§ 2 Vertragsgegenstand und Leistungsumfang

(1) Gegenstand des Auftrags ist die im jeweiligen Angebot, in der Auftragsbestätigung oder im Einzelvertrag konkret bezeichnete Leistung. Der genaue Leistungsumfang ergibt sich aus diesen Dokumenten.

(2) Soweit Max.Marketing beratende, planende, betreuende oder laufende Marketingleistungen erbringt (insbesondere Performance Marketing, Social-Media-Betreuung, SEO/Content-Marketing, Kampagnensteuerung, Beratung, Automatisierung), handelt es sich um Dienstleistungen im Sinne der §§ 611 ff. BGB. Geschuldet ist das fachgerechte Tätigwerden, **nicht** die Erzielung eines bestimmten wirtschaftlichen Erfolges (z. B. eine bestimmte Reichweite, Platzierung, Anzahl von Leads, Umsatz- oder Conversion-Steigerung). Empfehlungen und Ergebnisse erfolgen nach bestem Wissen und nach anerkannten Regeln der Praxis.

(3) Soweit Max.Marketing die Herstellung eines konkret abgrenzbaren Werks schuldet (insbesondere Erstellung von Websites, Grafiken, Videos, Drohnenaufnahmen, sonstigen Medien- und Designarbeiten), gelten

ergänzend die Regelungen über den Werkvertrag (§§ 631 ff. BGB), insbesondere die Abnahme nach § 6 dieser AGB.

(4) Max.Marketing erbringt alle Arbeiten mit der Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns und bezogen auf die individuelle Situation des Auftraggebers. Der Auftraggeber stellt Max.Marketing von Ansprüchen Dritter frei, die aus von ihm bereitgestellten Inhalten, Vorgaben, Weisungen oder Materialien resultieren (insbesondere wegen Verletzung von Urheber-, Marken-, Wettbewerbs-, Persönlichkeits- oder Datenschutzrechten), soweit Max.Marketing sich vertragskonform verhalten und keine eigene Pflichtverletzung zu vertreten hat.

(5) Soweit nicht ausdrücklich anders in Textform vereinbart, ist Max.Marketing berechtigt, sich zur Auftragsausführung Mitarbeitern, Erfüllungsgehilfen und Kooperationspartnern (Subunternehmern) zu bedienen. Max.Marketing bleibt dem Auftraggeber gegenüber unmittelbar verpflichtet.

§ 3 Zusammenarbeit

(1) Max.Marketing setzt zur Durchführung des Auftrags Personen ein, die über die erforderliche Qualifikation verfügen. Genügt eine eingesetzte Person den Anforderungen nachweislich nicht, hat der Auftraggeber dies unverzüglich in Textform mitzuteilen.

(2) Soweit vereinbart, tritt Max.Marketing als Erfüllungsgehilfe im Namen des Auftraggebers auf, gibt Informationen unter dessen Namen weiter und nimmt in dessen Namen Informationen, Anfragen, Aufträge, Bestellungen und/oder Termine entgegen. Der Auftraggeber ist für die Richtigkeit der von ihm zur Verfügung gestellten und der weitergegebenen Informationen verantwortlich.

(3) Je nach Erfordernis können die Leistungen vor Ort beim Auftraggeber, in gesonderten Räumen oder in den Geschäftsräumen von Max.Marketing erbracht werden. Werden Leistungen dauerhaft vor Ort erbracht, stellt der Auftraggeber die erforderlichen Arbeitsmittel und Kommunikationsmittel in angemessenem Umfang zur Verfügung.

§ 4 Mitwirkungspflichten des Auftraggebers

(1) Der Auftraggeber unterstützt Max.Marketing nach Kräften und schafft in seiner Sphäre rechtzeitig alle für die ordnungsgemäße Auftragsdurchführung notwendigen Voraussetzungen. Die Mitwirkung des Auftraggebers ist eine wesentliche Voraussetzung für die vertragsgemäße Leistungserbringung.

(2) Der Auftraggeber stellt insbesondere rechtzeitig, vollständig und in geeigneter Form bereit:

- a) alle erforderlichen Informationen, Unterlagen, Inhalte, Texte, Bild-, Video- und sonstigen Materialien (nachfolgend „Kundenmaterial“);
- b) die erforderlichen Zugänge und Berechtigungen zu Konten, Plattformen, Werbe-Accounts, Analyse-Tools, Content-Management-Systemen, Servern, Domains und sonstigen Systemen;
- c) benannte, entscheidungsbefugte Ansprechpartner sowie zeitnahe Freigaben, Rückmeldungen und Entscheidungen.

(3) Der Auftraggeber sichert zu, dass er an dem von ihm bereitgestellten Kundenmaterial über sämtliche erforderlichen Rechte (insbesondere Urheber-, Nutzungs- und Verwertungsrechte) verfügt und dass dessen Verwendung im Rahmen des Auftrags keine Rechte Dritter und keine gesetzlichen Vorschriften verletzt.

(4) Verzögert sich die Leistungserbringung, weil der Auftraggeber seinen Mitwirkungspflichten nicht, nicht rechtzeitig oder nicht ordnungsgemäß nachkommt, verschieben sich vereinbarte Termine und Fristen angemessen. Mehraufwand, der Max.Marketing hierdurch entsteht, ist nach den vereinbarten bzw. den üblichen Sätzen zusätzlich zu vergüten. Weitergehende gesetzliche Ansprüche (insbesondere wegen Annahmeverzugs) bleiben unberührt.

§ 5 Leistungsänderungen (Change Requests)

(1) Max.Marketing trägt Änderungswünschen des Auftraggebers Rechnung, soweit dies im Rahmen der betrieblichen Kapazitäten,

insbesondere hinsichtlich Aufwand und Zeitplanung, zumutbar ist.

(2) Wirken sich gewünschte Änderungen auf den Aufwand, den Zeitplan oder sonstige Vertragsbedingungen aus, vereinbaren die Parteien eine angemessene Anpassung, insbesondere der Vergütung und der Termine. Bis zu einer Einigung führt Max.Marketing die Arbeiten auf Grundlage des ursprünglichen Auftrags fort.

(3) Änderungen und Ergänzungen des Auftrags bedürfen zu ihrer Wirksamkeit der Textform; E-Mail genügt.

§ 6 Abnahme von Werkleistungen

(1) Schuldet Max.Marketing ein abnahmefähiges Werk (§ 2 Abs. 3), ist der Auftraggeber zur Abnahme verpflichtet, sobald ihm die fertiggestellte Leistung zur Prüfung bereitgestellt wurde und diese im Wesentlichen vertragsgemäß ist. Unwesentliche Mängel berechtigen nicht zur Verweigerung der Abnahme.

(2) Der Auftraggeber prüft die bereitgestellte Leistung unverzüglich und erklärt die Abnahme oder rügt etwaige Mängel in Textform innerhalb von **zehn (10) Werktagen** ab Bereitstellung. Max.Marketing weist den Auftraggeber mit der Aufforderung zur Abnahme gesondert auf den Beginn dieser Frist und die Folge der Abnahmefiktion (Abs. 3) hin.

(3) Die Leistung gilt als abgenommen, wenn der Auftraggeber nicht innerhalb der Frist nach Abs. 2 die Abnahme unter Angabe mindestens eines Mangels in Textform verweigert. Nimmt der Auftraggeber die Leistung in Betrieb oder nutzt er sie produktiv (z. B. Livestellung einer Website, Veröffentlichung eines Videos), ohne sich die Geltendmachung bekannter Mängel vorzubehalten, gilt dies als Abnahme, sofern die Leistung im Wesentlichen vertragsgemäß ist.

(4) Teilabnahmen abgrenzbarer Leistungsabschnitte sind zulässig, soweit vereinbart.

§ 7 Werbebudget, Mediakosten und Kosten Dritter

(1) Kosten für Werbeschaltungen und Mediabudgets (z. B. Google Ads, Meta/Facebook Ads, TikTok Ads, LinkedIn Ads) sowie sonstige projektbezogene Kosten Dritter (z. B. Lizenzgebühren, Stockmaterial, Schriftarten, Plugins, Domains, Hosting, Software-Abonnements, Druckkosten, Drittdienstleister) sind im Honorar **nicht** enthalten und vom Auftraggeber zusätzlich zu tragen, soweit nicht ausdrücklich etwas anderes vereinbart ist.

(2) Soweit Max.Marketing Werbebudgets oder Drittkosten verwaltet oder im Namen bzw. auf Rechnung des Auftraggebers verauslagt, ist Max.Marketing berechtigt, hierfür angemessene Vorschüsse bzw. Vorkasse zu verlangen. Ohne Bereitstellung des Budgets bzw. der erforderlichen Zahlungsmittel ist Max.Marketing nicht zur Schaltung verpflichtet.

(3) Der Auftraggeber trägt die wirtschaftliche Verantwortung für die eingesetzten Werbebudgets. Max.Marketing haftet nicht für Leistung, Auslieferung, Freigabeentscheidungen, Konto-Sperrungen, Preisänderungen oder Richtlinien der Werbepattformen und sonstiger Dritter, soweit Max.Marketing diese nicht zu vertreten hat.

(4) Verträge mit Werbepattformen, Hosting-Anbietern oder sonstigen Dritten kommen, soweit nicht ausdrücklich anders vereinbart, unmittelbar zwischen dem Auftraggeber und dem jeweiligen Dritten zustande. Es gelten insoweit zusätzlich die Bedingungen des jeweiligen Anbieters.

§ 8 Vergütung und Zahlungsbedingungen

(1) Die Vergütung richtet sich nach der im Angebot, in der Auftragsbestätigung oder im Einzelvertrag getroffenen Vereinbarung (z. B. Festpreis, monatlicher Pauschalbetrag/Retainer, Abrechnung nach Aufwand). Ist keine Vergütung vereinbart, gelten die jeweils aktuellen Sätze von Max.Marketing.

(2) Sämtliche Preise verstehen sich zuzüglich der gesetzlichen Umsatzsteuer in der jeweils geltenden Höhe.

(3) Auf Wunsch des Auftraggebers stellt Max.Marketing innerhalb von 30 Tagen eine Übersicht über die erbrachten Leistungen bereit. Eine weitergehende Nachweispflicht besteht nicht. Bestellte und nicht rechtzeitig stornierte Leistungen werden in vereinbarter Höhe in Rechnung gestellt.

(4) Rechnungen sind, soweit nicht anders vereinbart, **ohne Abzug innerhalb von 10 Tagen ab Rechnungsdatum** zur Zahlung fällig. Monatliche Pauschalvergütungen (Retainer) sind, soweit nicht anders vereinbart, im Voraus zu Beginn des jeweiligen Leistungsmonats fällig.

(5) Gerät der Auftraggeber in Zahlungsverzug, ist Max.Marketing berechtigt, Verzugszinsen in gesetzlicher Höhe (bei Entgeltforderungen gemäß § 288 Abs. 2 BGB derzeit 9 Prozentpunkte über dem Basiszinssatz) sowie die gesetzliche Verzugskostenpauschale von 40,00 EUR (§ 288 Abs. 5 BGB) zu verlangen. Die Geltendmachung eines weitergehenden Verzugsschadens bleibt vorbehalten.

(6) Bei Zahlungsverzug ist Max.Marketing berechtigt, laufende Leistungen nach vorheriger Ankündigung vorübergehend zurückzuhalten, zu mindern oder einzustellen sowie die weitere Ausführung von einer Vorkasse abhängig zu machen.

(7) Bei laufenden Dauerschuldverhältnissen ist Max.Marketing berechtigt, dem Auftraggeber eine Anpassung der Vergütung vorzuschlagen, insbesondere bei gestiegenen Kosten. Die beabsichtigte Anpassung wird dem Auftraggeber mindestens 30 Tage vor dem geplanten Inkrafttreten in Textform mitgeteilt. Die Anpassung wird nur wirksam, wenn der Auftraggeber ihr zustimmt. Stimmt der Auftraggeber der Anpassung nicht bis zum geplanten Zeitpunkt des Inkrafttretens zu, ist Max.Marketing berechtigt, das Vertragsverhältnis mit Wirkung zu diesem Zeitpunkt zu kündigen. Bis zum Wirksamwerden einer Anpassung oder bis zur Beendigung des Vertrages gelten die zuletzt vereinbarten Preise fort.

(8) Wird ein Vertrag durch den Auftraggeber gekündigt oder der beauftragte Leistungsumfang reduziert, ist die vereinbarte Vergütung abzüglich ersparter Aufwendungen zu zahlen (§ 648 S. 2 BGB gilt

entsprechend). Dem Auftraggeber bleibt der Nachweis höherer ersparter Aufwendungen vorbehalten.

(9) Max.Marketing ist berechtigt, ihre Forderungen gegenüber dem Auftraggeber an Dritte abzutreten, insbesondere im Rahmen von Forderungsverkauf bzw. Factoring.

(10) Wurden erfolgs- oder provisionsabhängige Vergütungsbestandteile vereinbart, erhält Max.Marketing bei begründeten Verdachtsmomenten ein Recht auf Bucheinsicht analog § 87c Abs. 4 HGB durch einen unabhängigen, zur Berufsverschwiegenheit verpflichteten Buchprüfer. Dieses Recht gilt während der Zusammenarbeit und für 18 Monate nach deren Beendigung. Die Kosten trägt Max.Marketing; bestätigt sich der Verdacht, trägt sie der Auftraggeber.

§ 9 Aufrechnung und Zurückbehaltung

(1) Der Auftraggeber kann nur mit Forderungen aufrechnen, die unbestritten, rechtskräftig festgestellt oder entscheidungsreif sind oder die in einem Gegenseitigkeitsverhältnis zur Forderung von Max.Marketing aus demselben Vertragsverhältnis stehen.

(2) Ein Zurückbehaltungsrecht kann der Auftraggeber ausüben, soweit sein Gegenanspruch auf demselben Vertragsverhältnis beruht oder unbestritten bzw. rechtskräftig festgestellt ist.

§ 10 Nutzungsrechte und Urheberrecht

(1) Die von Max.Marketing im Rahmen des Auftrags erstellten Leistungsergebnisse (z. B. Konzepte, Texte, Grafiken, Designs, Websites, Quellcode, Videos, Drohnenaufnahmen, Fotos, KI-gestützt erstellte Inhalte) sind, soweit sie urheberrechtlich oder leistungsschutzrechtlich geschützt sind, geistiges Eigentum von Max.Marketing.

(2) Der Auftraggeber erwirbt die zur vereinbarten Verwendung erforderlichen Nutzungsrechte. Soweit nicht ausdrücklich anders vereinbart, werden einfache (nicht ausschließliche), auf das vereinbarte

Verwendungsziel und den vereinbarten Verwendungszweck beschränkte Nutzungsrechte eingeräumt.

(3) Die Einräumung bzw. Übertragung der Nutzungsrechte steht unter der aufschiebenden Bedingung der vollständigen Bezahlung der vereinbarten Vergütung. Bis zur vollständigen Zahlung verbleiben alle Rechte bei Max.Marketing; eine Nutzung der Leistungsergebnisse durch den Auftraggeber ist bis dahin nur widerruflich gestattet.

(4) Eine Bearbeitung, Änderung oder Weiterentwicklung der Leistungsergebnisse über den vereinbarten Zweck hinaus, deren Weitergabe an Dritte sowie die Einräumung von Unterlizenzen bedürfen der vorherigen Zustimmung von Max.Marketing in Textform, soweit nicht ausdrücklich anders vereinbart.

(5) Offene Arbeitsdateien, Quelldateien, Projektdateien und sonstige Zwischenergebnisse (z. B. PSD-/AI-Dateien, Schnittprojekte, Roh-/Originalaufnahmen) sind nicht Vertragsgegenstand und werden nur gegen gesonderte Vereinbarung und Vergütung herausgegeben.

(6) Für in die Leistung eingebundene Materialien Dritter (z. B. Stockfotos/-videos, Schriftarten, Musik, Plugins, Bibliotheken, Open-Source-Komponenten) gelten die Lizenzbedingungen des jeweiligen Rechteinhabers. Max.Marketing weist auf erkennbare lizenzpflichtige Bestandteile hin; die Einhaltung der jeweiligen Lizenzbedingungen im laufenden Betrieb obliegt dem Auftraggeber.

(7) Bei der Verwendung KI-gestützt erzeugter Inhalte besteht, bedingt durch den Stand der Technik und die Rechtslage, keine Gewähr für eine eigene Schutzfähigkeit dieser Inhalte oder dafür, dass identische oder ähnliche Inhalte nicht auch Dritten zur Verfügung stehen. Max.Marketing prüft solche Inhalte mit angemessener Sorgfalt, übernimmt jedoch keine Gewähr für deren urheber- oder kennzeichenrechtliche Unbedenklichkeit, soweit dies außerhalb ihres Einflussbereichs liegt.

(8) Max.Marketing ist berechtigt, in von ihr erstellten Werken in angemessener, branchenüblicher Form auf ihre Urheberschaft hinzuweisen (z. B. dezenter Credit im Footer einer Website oder Abspann

eines Videos). Der Auftraggeber kann den Verzicht hierauf gegen angemessene Vergütung verlangen.

§ 11 Vertraulichkeit, Datenschutz und Auftragsverarbeitung

(1) Max.Marketing ist zeitlich unbegrenzt verpflichtet, über alle als vertraulich bezeichneten Informationen sowie Geschäfts- und Betriebsgeheimnisse des Auftraggebers, die ihr im Zusammenhang mit dem Auftrag bekannt werden, Stillschweigen zu wahren. Diese Verpflichtung gilt nicht für Informationen, die allgemein bekannt sind oder ohne Verletzung dieser Pflicht bekannt werden. Max.Marketing verpflichtet auch ihre Mitarbeiter und Kooperationspartner entsprechend.

(2) Die Parteien beachten die jeweils geltenden datenschutzrechtlichen Bestimmungen, insbesondere die DSGVO und das BDSG.

(3) Soweit Max.Marketing im Auftrag des Auftraggebers personenbezogene Daten im Sinne des Art. 4 Nr. 2 DSGVO verarbeitet (z. B. Verwaltung von Werbekonten, CRM-Daten, Newsletter-/Kontaktdaten), schließen die Parteien einen gesonderten Vertrag zur Auftragsverarbeitung gemäß Art. 28 DSGVO. Dieser Vertrag geht den Regelungen dieser AGB im Anwendungsbereich des Datenschutzes vor.

(4) Max.Marketing ist befugt, im Rahmen der Zweckbestimmung des Auftrags die anvertrauten personenbezogenen Daten unter Beachtung der datenschutzrechtlichen Bestimmungen zu verarbeiten oder durch sorgfältig ausgewählte Dritte (z. B. Provider, Tool-Anbieter) verarbeiten zu lassen.

§ 12 Einsatz von Systemen künstlicher Intelligenz (KI)

(1) Max.Marketing setzt zur Erbringung ihrer Leistungen Software und Systeme ein, die auf künstlicher Intelligenz bzw. maschinellem Lernen beruhen (z. B. zur Erstellung und Bearbeitung von Texten, Bildern, Videos, Audio und Code sowie zur Recherche, Analyse und Automatisierung). Der

Auftraggeber stimmt dem Einsatz solcher Systeme im Rahmen der Auftragsdurchführung zu.

(2) Soweit dabei personenbezogene Daten oder vertrauliche Informationen des Auftraggebers durch KI-Systeme oder deren Anbieter verarbeitet werden, erfolgt dies unter Beachtung der datenschutzrechtlichen Vorgaben und des Vertrages zur Auftragsverarbeitung (§ 11). Eine Verarbeitung kann auch durch Anbieter mit Sitz außerhalb der EU bzw. des EWR (Drittländer) erfolgen. In diesem Fall stellt Max.Marketing geeignete Garantien gemäß Art. 44 ff. DSGVO sicher (z. B. EU-Standardvertragsklauseln) oder setzt nur Anbieter ein, für die ein Angemessenheitsbeschluss der EU-Kommission vorliegt.

(3) Max.Marketing gibt als streng vertraulich gekennzeichnete oder besonders sensible Daten nur dann in KI-Systeme ein, wenn dies zur Leistungserbringung erforderlich ist und die eingesetzten Systeme ein angemessenes Schutzniveau bieten, insbesondere die Nutzung der eingegebenen Daten zu Trainingszwecken der Anbieter vertraglich ausgeschlossen ist. Der Auftraggeber kann den Einsatz bestimmter KI-Systeme oder die Verarbeitung bestimmter Daten durch KI in Textform ausschließen; ein hierdurch entstehender Mehraufwand sowie sich daraus ergebende zeitliche oder inhaltliche Einschränkungen gehen zu Lasten des Auftraggebers.

(4) Der Auftraggeber stellt sicher, dass er berechtigt ist, die von ihm bereitgestellten Inhalte und Daten einer Verarbeitung durch KI-Systeme zuzuführen, und dass dem keine Rechte Dritter, gesetzlichen Vorschriften oder vertraglichen Verpflichtungen entgegenstehen.

(5) KI-gestützt erzeugte Ergebnisse können fehlerhaft, unvollständig, verzerrt (Bias) oder rechtlich nicht eindeutig zuzuordnen sein. Max.Marketing prüft KI-gestützt erstellte Arbeitsergebnisse mit einer dem Verwendungszweck angemessenen Sorgfalt, übernimmt jedoch keine Gewähr für deren inhaltliche Richtigkeit, Vollständigkeit oder rechtliche Unbedenklichkeit, soweit dies außerhalb ihres Einflussbereichs liegt. § 10 Abs. 7 sowie die Haftungsregelung in § 15 bleiben unberührt.

§ 13 Referenznennung

(1) Max.Marketing ist berechtigt, den Auftraggeber nach Veröffentlichung bzw. Livestellung der jeweiligen Leistung als Referenz zu benennen und die für den Auftraggeber erbrachten Leistungen (einschließlich Logo, Screenshots und Arbeitsproben) zu Zwecken der Eigenwerbung, insbesondere im Portfolio, auf der Website und in Social Media von Max.Marketing, zu nennen und darzustellen.

(2) Der Auftraggeber kann dieser Nutzung jederzeit mit Wirkung für die Zukunft in Textform widersprechen. Bereits zulässig veröffentlichte Darstellungen bleiben hiervon unberührt.

§ 14 Gewährleistung / Mängel

(1) Max.Marketing erbringt ihre Leistungen mit der Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns. Dem Auftraggeber ist bekannt, dass jede Agentur- und Marketingtätigkeit von Unwägbarkeiten geprägt ist; Max.Marketing haftet nicht für den wirtschaftlichen Erfolg der empfohlenen oder durchgeführten Maßnahmen.

(2) Bei mangelhaften Werkleistungen schuldet Max.Marketing zunächst Nacherfüllung (Nachbesserung). Offensichtliche Mängel hat der Auftraggeber innerhalb von **zwei (2) Wochen** nach Abnahme bzw. Bereitstellung substantiiert und in Textform zu rügen. Mängel, die bei einer ordnungsgemäßen Prüfung nach Abnahme nicht erkennbar waren (verdeckte Mängel), sind innerhalb von **zwei (2) Wochen** nach ihrer Entdeckung in Textform zu rügen. Die gesetzlichen Mängelrechte des Auftraggebers, insbesondere bei arglistig verschwiegenen Mängeln, bleiben im Übrigen unberührt.

(3) Schlägt die Nacherfüllung fehl oder wird sie nicht innerhalb einer angemessenen Frist aufgenommen, kann der Auftraggeber die Vergütung mindern oder vom betroffenen Vertragsteil zurücktreten. Ein Rücktritt ist ausgeschlossen, wenn der Mangel unerheblich ist. Weitergehende Schadensersatzansprüche richten sich nach § 15.

(4) Die Verjährungsfrist für Mängelansprüche beträgt **zwölf (12) Monate** ab Leistungserbringung bzw. Abnahme. Dies gilt nicht für Ansprüche aus der Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit, bei Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit, bei Arglist sowie in den Fällen zwingender gesetzlicher Verjährungsregelungen; insoweit gelten die gesetzlichen Fristen.

§ 15 Haftung

(1) Max.Marketing haftet unbeschränkt

- a) bei Vorsatz und grober Fahrlässigkeit;
- b) für Schäden aus der Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit;
- c) nach den Vorschriften des Produkthaftungsgesetzes;
- d) im Umfang einer von ihr übernommenen Garantie oder eines übernommenen Beschaffungsrisikos.

(2) Bei einfacher (leichter) Fahrlässigkeit haftet Max.Marketing nur bei Verletzung einer wesentlichen Vertragspflicht (Kardinalpflicht), deren Erfüllung die ordnungsgemäße Durchführung des Vertrages überhaupt erst ermöglicht und auf deren Einhaltung der Auftraggeber regelmäßig vertrauen darf. In diesem Fall ist die Haftung auf den bei Vertragsschluss vorhersehbaren, vertragstypischen Schaden begrenzt.

(3) Als ein Schadensfall im Sinne von Abs. 2 gilt die Summe der Ansprüche, die sich aus einer einheitlichen, zeitlich zusammenhängenden Leistung ergeben.

(4) Eine darüber hinausgehende Haftung ist ausgeschlossen. Dies gilt insbesondere für mittelbare Schäden, entgangenen Gewinn und ausgebliebene wirtschaftliche Erfolge, soweit nicht ein Fall des Abs. 1 vorliegt.

(5) Soweit die Haftung von Max.Marketing ausgeschlossen oder beschränkt ist, gilt dies auch für die persönliche Haftung ihrer gesetzlichen Vertreter, Mitarbeiter und Erfüllungsgehilfen.

(6) Max.Marketing haftet nicht für Datenverluste, soweit der Auftraggeber keine angemessene, dem Stand der Technik entsprechende Datensicherung vorgenommen hat, durch die verloren gegangene Daten mit vertretbarem Aufwand wiederhergestellt werden können.

§ 16 Treuepflicht und Abwerbeverbot

(1) Die Parteien verpflichten sich zur gegenseitigen Loyalität und informieren sich unverzüglich über alle Umstände, die die Bearbeitung beeinflussen können.

(2) Der Auftraggeber wird die von Max.Marketing zur Auftragsdurchführung konkret für ihn eingesetzten Personen, Mitarbeiter und Kooperationspartner, mit denen er im Rahmen der Zusammenarbeit bestimmungsgemäß in Kontakt gekommen ist, während der Zusammenarbeit und für 24 Monate nach deren Beendigung nicht gezielt abwerben, anstellen oder beauftragen. Ausgenommen sind Fälle, in denen sich die betreffende Person aus eigener Initiative, insbesondere auf eine öffentliche Stellenausschreibung, beim Auftraggeber bewirbt. Für jeden Fall der schuldhaften Zuwiderhandlung verspricht der Auftraggeber eine Vertragsstrafe, deren Höhe Max.Marketing unter Berücksichtigung von Art, Schwere und Dauer des Verstoßes sowie des Verschuldensgrades nach billigem Ermessen festlegt und die im Streitfall vom zuständigen Gericht überprüft werden kann, höchstens jedoch 50.000,00 EUR je Einzelfall. Die Geltendmachung eines weitergehenden Schadens bleibt unberührt; die Vertragsstrafe wird auf einen solchen angerechnet.

(3) Eine grobe Verletzung der Treuepflicht berechtigt beide Parteien zur außerordentlichen Kündigung.

§ 17 Höhere Gewalt

Ereignisse höherer Gewalt, die die Leistung wesentlich erschweren oder zeitweilig unmöglich machen, berechtigen die betroffene Partei, die Erfüllung um die Dauer der Behinderung zuzüglich einer angemessenen Anlaufzeit hinauszuschieben. Der höheren Gewalt stehen

unvorhersehbare, schwerwiegende und unverschuldete Umstände gleich (z. B. Arbeitskampf, behördliche Maßnahmen, Ausfall von Telekommunikations- oder Plattformdiensten). Die Parteien teilen sich den Eintritt solcher Umstände unverzüglich mit.

§ 18 Laufzeit und Kündigung

(1) Die Laufzeit richtet sich nach der individuellen Vereinbarung. Einmalaufträge (z. B. Projekt-/Werkleistungen) enden mit vollständiger Erbringung bzw. Abnahme der Leistung.

(2) Dauerschuldverhältnisse (insbesondere monatliche Betreuungs-/Retainer-Verträge) laufen, soweit nicht anders vereinbart, auf unbestimmte Zeit. Sie können von beiden Parteien mit einer Frist von **drei (3) Monaten zum Monatsende** ordentlich gekündigt werden. Abweichend vereinbarte Mindestlaufzeiten und Kündigungsfristen gehen vor.

(3) Das Recht zur außerordentlichen Kündigung aus wichtigem Grund bleibt für beide Parteien unberührt. Ein wichtiger Grund liegt für Max.Marketing insbesondere bei erheblichem Zahlungsverzug des Auftraggebers oder bei wiederholter Verletzung von Mitwirkungspflichten trotz Fristsetzung vor.

(4) Jede Kündigung bedarf zu ihrer Wirksamkeit der Textform.

§ 19 Aufbewahrung und Herausgabe von Unterlagen

(1) Bis zur vollständigen Begleichung ihrer Forderungen steht Max.Marketing an den ihr überlassenen Unterlagen ein Zurückbehaltungsrecht zu, dessen Ausübung jedoch unzulässig ist, soweit sie dem Auftraggeber bei Abwägung beider Interessen einen unverhältnismäßig hohen Schaden zufügen würde.

(2) Nach Ausgleich aller Ansprüche aus dem Vertrag gibt Max.Marketing die Unterlagen heraus, die der Auftraggeber oder ein Dritter ihr aus Anlass der Auftragsausführung übergeben hat. Dies gilt nicht für den Schriftwechsel zwischen den Parteien und für Abschriften von im Rahmen

des Auftrags erstellten Dokumenten, sofern der Auftraggeber die Originale erhalten hat, sowie für Unterlagen, die gesetzlichen Aufbewahrungspflichten unterliegen.

(3) Die Aufbewahrungspflicht von Max.Marketing erlischt sechs Monate nach Zugang einer Aufforderung zur Abholung (Textform genügt), im Übrigen mit Ablauf der gesetzlichen Aufbewahrungsfristen.

§ 20 Schlussbestimmungen

(1) Rechte und Pflichten aus dem Vertragsverhältnis darf der Auftraggeber nur nach vorheriger Zustimmung von Max.Marketing in Textform auf Dritte übertragen.

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

(3) Änderungen und Ergänzungen dieser AGB oder des Vertrages bedürfen der Textform. Als Textform gilt zwischen den Parteien auch die Kommunikation per E-Mail, soweit diese AGB nicht ausdrücklich eine andere Form vorsehen. Dies gilt auch für eine Änderung dieser Textformklausel selbst.

(4) Sollte eine Bestimmung dieser AGB ganz oder teilweise unwirksam oder undurchführbar sein oder werden, bleibt die Wirksamkeit der übrigen Bestimmungen unberührt. An die Stelle der unwirksamen Bestimmung tritt die gesetzliche Regelung.

(5) Ausschließlicher Gerichtsstand für alle Streitigkeiten aus oder im Zusammenhang mit dem Vertragsverhältnis ist, soweit der Auftraggeber Kaufmann, juristische Person des öffentlichen Rechts oder öffentlich-rechtliches Sondervermögen ist, der Geschäftssitz von Max.Marketing (Fulda bzw. der für Hosenfeld-Blankenau zuständige Gerichtsstand). Max.Marketing ist berechtigt, auch am allgemeinen Gerichtsstand des Auftraggebers zu klagen.

