Kleingedruckt.

HUisHU.

ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN.

Stand: September 2026

§ 1 GELTUNG UND VORRANG

1. Diese AGB gelten für alle Verträge zwischen der HUisHU. Digitale Kreativagentur GmbH („Agentur“) und Unternehmern im Sinne von § 14 BGB, juristischen Personen des öffentlichen Rechts und öffentlich-rechtlichen Sondervermögen („Auftraggebende“).

2. Es gilt folgende Rangfolge: 1. individuelle Vereinbarungen, insbesondere Vertrag, Angebot und Leistungsbeschreibung; 2. diese AGB; 3. das Gesetz. Was im Angebot geregelt ist, geht diesen AGB stets vor.

3. Nimmt die Agentur an einem Vergabeverfahren teil, gelten die Vertragsbedingungen der Vergabeunterlagen. Diese AGB gelten dann nur, soweit die Vergabeunterlagen das zulassen.

4. Allgemeine Geschäftsbedingungen der Auftraggebenden gelten nur, soweit die Agentur ihnen in Textform zustimmt.

5. Wo diese AGB Textform verlangen, genügt eine E-Mail.

§ 2 VERTRAGSSCHLUSS

1. Angebote der Agentur gelten für die darin genannte Frist, sonst für vier Wochen ab Angebotsdatum.

2. Der Vertrag kommt zustande, wenn die Auftraggebenden das Angebot der Agentur in Textform annehmen oder die Agentur eine Beauftragung in Textform bestätigt.

3. Zusätzliche Leistungen beauftragen die Auftraggebenden in Textform. Vorher nennt die Agentur den voraussichtlichen Aufwand.

4. Die Agentur darf Unterauftragnehmer und freie Mitarbeitende einsetzen. Für deren Leistungen bleibt sie gegenüber den Auftraggebenden verantwortlich.

§ 3 ZUSAMMENARBEIT

1. Umfang und Inhalt der Leistungen der Agentur ergeben sich aus dem Angebot bzw. der Leistungsbeschreibung. Beide Seiten benennen feste Ansprechpersonen.

2. Die Auftraggebenden stellen Informationen, Materialien, Zugänge und Feedback rechtzeitig und in nutzbarer Form bereit. Verzögert sich diese Mitwirkung, verschieben sich Termine angemessen. Dadurch entstehender Mehraufwand wird nach den vereinbarten Sätzen vergütet.

3. Die Auftraggebenden stellen sicher, dass sie die Rechte an allen Materialien haben, die sie der Agentur zur Verwendung überlassen (Texte, Bilder, Logos, Daten).

4. Im Rahmen des Briefings hat die Agentur gestalterische Freiheit.

5. Die Agentur wählt freie Mitarbeitende und Dienstleister nach fachlicher Eignung und Wirtschaftlichkeit im Interesse der Auftraggebenden aus und bringt dabei ihr Netzwerk und ihre Erfahrung ein.

6. Die Auftraggebenden beauftragen freie Mitarbeitende, die die Agentur in ihrem Projekt eingesetzt hat, während des Projekts und bis zwölf Monate nach dessen Ende nicht ohne Zustimmung der Agentur direkt mit vergleichbaren Leistungen. Das gilt nicht für Personen, mit denen die Auftraggebenden schon vor dem Projekt zusammengearbeitet haben. Bei einer Direktbeauftragung ohne Zustimmung zahlen die Auftraggebenden der Agentur eine Vermittlungsvergütung von 20 % der Netto-Honorare, die in den ersten zwölf Monaten an die Person gezahlt werden, und erteilen dazu Auskunft.

§ 4 FREIGABEN UND ABNAHME

1. Die Agentur legt Zwischenstände zur Freigabe vor, etwa Konzept, Entwürfe, Reinzeichnung oder Testumgebung. Die Auftraggebenden erteilen Freigaben in Textform. Freigegebene Stände sind verbindliche Grundlage der weiteren Arbeit.

2. Die Zahl der enthaltenen Korrekturschleifen ergibt sich aus dem Angebot. Weitere Änderungen, auch an bereits freigegebenen Ständen, werden gesondert vergütet.

3. Entspricht ein Ergebnis dem Briefing und den erteilten Freigaben, ist es vertragsgemäß. Abweichende geschmackliche Vorstellungen sind kein Mangel und berechtigen nicht zur Kürzung der Vergütung.

4. Mit der Druck-, Produktions- oder Go-live-Freigabe übernehmen die Auftraggebenden die Verantwortung für Fehler, die bei der Freigabe erkennbar waren, z. B. Tipp- oder Inhaltsfehler.

5. Werkleistungen nehmen die Auftraggebenden ab, sobald sie im Wesentlichen vertragsgemäß sind. Nach Fertigstellung setzt die Agentur eine Frist von mindestens zehn Werktagen. Verweigern die Auftraggebenden die Abnahme nicht innerhalb dieser Frist unter Angabe mindestens eines Mangels, gilt die Leistung als abgenommen. Als abgenommen gilt sie auch, wenn die Auftraggebenden sie vorbehaltlos produktiv nutzen, etwa die Website live schalten oder die Kampagne veröffentlichen.

§ 5 VERGÜTUNG

1. Vergütung, Abrechnungsart und Stundensätze ergeben sich aus dem Angebot. Fehlt eine Vereinbarung, vergüten die Auftraggebenden den Aufwand zu den aktuellen Stundensätzen der Agentur, die diese auf Anfrage mitteilt.

2. Aufwandsschätzungen sind unverbindlich. Zeichnet sich eine Überschreitung um mehr als 15 % ab, informiert die Agentur die Auftraggebenden rechtzeitig vorher.

3. Ändern die Auftraggebenden nach Beauftragung Inhalte, Anforderungen oder Rahmenbedingungen, vergüten sie den Mehraufwand. Die Agentur weist vorher darauf hin.

4. Alle Preise verstehen sich netto zuzüglich der gesetzlichen Umsatzsteuer. Reisekosten und Auslagen vergüten die Auftraggebenden, soweit vereinbart, gegen Nachweis.

5. Die Agentur kann angemessene Abschlagszahlungen nach Leistungsfortschritt verlangen.

§ 6 FREMDLEISTUNGEN, PRODUKTION UND MEDIA

1. Fremdleistungen wie Druck, Messebau, Foto, Film, Stockmaterial, Lizenzen oder Werbeplattformen beauftragt die Agentur nach Absprache entweder im Namen und für Rechnung der Auftraggebenden oder im eigenen Namen mit Weiterberechnung. Die Abwicklung ergibt sich aus dem Angebot. Für Einkauf, Koordination und Abwicklung berechnet die Agentur eine Handling-Fee von 15 % auf die Netto-Kosten der Fremdleistungen, sofern im Angebot nichts anderes vereinbart ist.

2. Beauftragt die Agentur im Namen der Auftraggebenden, schuldet sie sorgfältige Auswahl, Briefing und Koordination, nicht die Leistung des Dritten selbst.

3. Mediabudgets zahlen die Auftraggebenden vor der Schaltung oder direkt an die Plattform. Für Schaltungen gelten zusätzlich die Bedingungen der jeweiligen Plattform. Reichweiten, Klicks oder Konversionen sagt die Agentur nicht zu. Für Ablehnungen von Anzeigen oder Sperren von Konten durch Plattformen haftet sie nur, wenn sie diese schuldhaft verursacht hat.

4. Branchenübliche Produktionstoleranzen, etwa bei Farbe und Material im Druck oder Messebau, sind kein Mangel.

§ 7 ZAHLUNG

1. Rechnungen sind innerhalb von 14 Tagen nach Rechnungsdatum ohne Abzug zahlbar, sofern auf der Rechnung nichts anderes steht. Die Agentur rechnet elektronisch ab, auf Wunsch als E-Rechnung (z. B. XRechnung oder ZUGFeRD).

2. Einwände gegen eine Rechnung erheben die Auftraggebenden innerhalb von vier Wochen in Textform. Unstreitige Beträge zahlen sie fristgerecht.

3. Bei Zahlungsverzug gelten die gesetzlichen Regeln. Ist eine fällige Rechnung trotz Mahnung mehr als 30 Tage offen, darf die Agentur weitere Arbeiten nach Ankündigung in Textform aussetzen. Termine verschieben sich entsprechend.

4. Die Auftraggebenden können nur mit unbestrittenen oder rechtskräftig festgestellten Forderungen aufrechnen. Ein Zurückbehaltungsrecht haben sie nur aus demselben Vertragsverhältnis.

§ 8 TERMINE UND VORZEITIGE BEENDIGUNG

1. Termine sind verbindlich, wenn sie als verbindlich vereinbart sind. Sie setzen die rechtzeitige Mitwirkung der Auftraggebenden voraus.

2. Bei Störungen außerhalb des Einflusses der Agentur, etwa höherer Gewalt, Ausfällen von Plattformen oder sorgfältig ausgewählten Zulieferern, verschieben sich Termine um die Dauer der Störung und eine angemessene Anlaufzeit. Die Agentur informiert die Auftraggebenden unverzüglich.

3. Endet ein Projekt vorzeitig, ohne dass die Agentur es zu vertreten hat, vergüten die Auftraggebenden die bis dahin erbrachten Leistungen und tragen bereits verbindlich beauftragte Fremdkosten. Im Übrigen gelten die gesetzlichen Regeln.

§ 9 NUTZUNGSRECHTE

1. Art, Umfang, Dauer und Gebiet der Nutzungsrechte ergeben sich aus dem Angebot.

2. Fehlt eine Regelung, erhalten die Auftraggebenden an den abgenommenen Arbeitsergebnissen ein einfaches Nutzungsrecht für den vertraglich vorgesehenen Zweck und die vorgesehenen Medien, räumlich und zeitlich unbeschränkt.

3. Die Rechte gehen mit vollständiger Zahlung der jeweiligen Vergütung über. Bis dahin dürfen die Auftraggebenden die Ergebnisse widerruflich nutzen.
4. Websites und digitale Anwendungen dürfen die Auftraggebenden selbst oder durch Dritte pflegen, anpassen und weiterentwickeln. Andere Arbeitsergebnisse dürfen sie nur mit Zustimmung der Agentur bearbeiten; die Agentur verweigert diese nicht unbillig.

5. Offene Gestaltungsdateien (z. B. Layout- oder Projektdateien) gehören nicht zum Lieferumfang. Ihre Herausgabe wird gesondert vereinbart.

6. Für Bestandteile Dritter, etwa Stockmaterial, Schriften, Musik, Personenaufnahmen, Plugins oder Open-Source-Software, gelten deren Lizenzbedingungen. Die Agentur weist auf wesentliche Einschränkungen hin. Erweiterungen dieser Lizenzen tragen die Auftraggebenden nach Absprache.

7. An Entwürfen, Varianten und Konzepten, die die Auftraggebenden nicht verwenden, verbleiben alle Rechte bei der Agentur.

8. Die Agentur darf die Auftraggebenden und veröffentlichte Arbeitsergebnisse als Referenz nennen, auch bei Wettbewerben, sofern die Auftraggebenden nicht in Textform widersprechen. Vertrauliche Inhalte zeigt sie nur mit Zustimmung. Eine Urhebernennung in den Arbeitsergebnissen selbst erfolgt nur nach Vereinbarung.

§ 10 PRÄSENTATIONEN UND PITCHES

1. Präsentations- und Pitchleistungen vergüten die Auftraggebenden mit dem vereinbarten Präsentationshonorar. Das Honorar deckt den Aufwand, nicht die Nutzung.

2. Kommt kein Auftrag zustande, verbleiben alle Rechte an den präsentierten Arbeiten bei der Agentur. Die Auftraggebenden dürfen sie weder selbst nutzen noch durch Dritte umsetzen lassen.

§ 11 EINSATZ VON KI-WERKZEUGEN

1. Die Agentur darf KI-Werkzeuge einsetzen, etwa für Recherche, Text, Bild oder Code. Die Ergebnisse prüft und verantwortet sie. Auf Wunsch teilt sie mit, wo sie KI eingesetzt hat. Die Auftraggebenden können den Einsatz für einen Auftrag ausschließen.

2. Vertrauliche und personenbezogene Daten der Auftraggebenden gibt die Agentur nur in Werkzeuge ein, die diese Daten nicht für eigenes Training nutzen und datenschutzkonform betrieben werden.

3. Überwiegend KI-generierte Inhalte sind möglicherweise nicht urheberrechtlich geschützt. Die Agentur überträgt insoweit die Nutzungsbefugnis, die ihr die Lizenz des Werkzeugs gewährt. Exklusivität kann sie dafür nicht zusagen.

§ 12 MÄNGEL

1. Bei Mängeln bessert die Agentur nach oder liefert neu, nach ihrer Wahl. Gelingt das nicht, können die Auftraggebenden die Vergütung mindern oder zurücktreten. Schadensersatz richtet sich nach § 13.

2. Offensichtliche Mängel zeigen die Auftraggebenden innerhalb von zwei Wochen nach Abnahme in Textform an.

3. Mängelansprüche verjähren zwölf Monate nach Abnahme. Das gilt nicht bei Vorsatz, grober Fahrlässigkeit, Arglist, übernommenen Garantien sowie Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit.

4. Websites und Anwendungen schuldet die Agentur für die im Angebot genannten Systeme, Browser und Endgeräte in der bei Abnahme aktuellen Version. Spätere Updates von Browsern, Con-

tent-Management-Systemen oder Plugins begründen keinen Mangel. Pflege und Updates regeln gesonderte Wartungs- oder Hostingverträge.

5. Eine rechtliche Prüfung der Inhalte, etwa nach Wettbewerbs-, Marken- oder Kennzeichnungsrecht, schuldet die Agentur nicht. Auf erkannte Risiken weist sie hin. Auf Wunsch veranlasst sie eine anwaltliche Prüfung auf Kosten der Auftraggebenden.

6. Für Inhalte, die die Auftraggebenden liefern oder vorgeben, und für Sachaussagen über ihre Produkte und Leistungen sind die Auftraggebenden verantwortlich. Wird die Agentur deswegen von Dritten in Anspruch genommen, stellen die Auftraggebenden sie frei.

§ 13 HAFTUNG

1. Die Agentur haftet unbeschränkt bei Vorsatz und grober Fahrlässigkeit, bei Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit, bei Arglist, aus übernommenen Garantien und nach dem Produkthaftungsgesetz.

2. Bei leichter Fahrlässigkeit haftet die Agentur nur, wenn sie eine wesentliche Vertragspflicht verletzt. Wesentlich ist eine Pflicht, deren Erfüllung die Durchführung des Vertrags erst ermöglicht und auf deren Einhaltung die Auftraggebenden regelmäßig vertrauen dürfen. Die Haftung ist dann auf den vertragstypischen, vorhersehbaren Schaden begrenzt, höchstens auf 1 Mio. EUR für Vermögenschäden und 2 Mio. EUR für Sachschäden je Schadensfall.

3. Für den Verlust von Daten haftet die Agentur nur in Höhe des Aufwands, der bei ordnungsgemäßer Datensicherung durch die Auftraggebenden zur Wiederherstellung nötig wäre, soweit die Datensicherung nicht Aufgabe der Agentur ist.

4. Diese Regeln gelten auch für Mitarbeitende und Erfüllungsgehilfen der Agentur.

§ 14 VERTRAULICHKEIT UND DATENSCHUTZ

1. Beide Seiten behandeln nicht öffentliche Informationen der anderen Seite vertraulich, während des Vertrags und drei Jahre danach. Das gilt nicht für Informationen, die öffentlich bekannt sind oder deren Offenlegung gesetzlich vorgeschrieben ist. Berater mit gesetzlicher Schweigepflicht dürfen eingebunden werden.

2. Zu den vertraulichen Informationen gehören auch Angebote, Kalkulationen und Konzepte der Agentur.

3. Verarbeitet die Agentur personenbezogene Daten im Auftrag der Auftraggebenden, etwa beim Hosting oder im Kampagnenbetrieb, schließen beide Seiten einen Vertrag zur Auftragsverarbeitung nach Art. 28 DSGVO.

4. Auf Wunsch einer Seite schließen die Parteien eine gesonderte Vertraulichkeitsvereinbarung (NDA). Diese geht den Absätzen 1 und 2 vor.

§ 15 LAUFENDE LEISTUNGEN UND VERTRAGSENDE

1. Verträge über laufende Leistungen, etwa Betreuung, Content oder Kampagnensteuerung, haben die vereinbarte Laufzeit. Unbefristete Verträge können beide Seiten mit drei Monaten Frist zum Monatsende kündigen, sofern nichts anderes vereinbart ist. Das Recht zur außerordentlichen Kündigung bleibt unberührt.

2. Auf welchen Namen Konten auf Social-Media-, Werbe- und Analyseplattformen geführt werden, ergibt sich aus dem Angebot oder einer gesonderten Absprache.

3. Hosting und Wartung regeln gesonderte Verträge.

§ 16 SCHLUSSBESTIMMUNGEN

1. Es gilt deutsches Recht unter Ausschluss des UN-Kaufrechts.

2. Erfüllungsort und ausschließlicher Gerichtsstand ist Hannover, wenn die Auftraggebenden Kaufleute, juristische Personen des öffentlichen Rechts oder öffentlich-rechtliche Sondervermögen sind. Die Agentur darf auch am Sitz der Auftraggebenden klagen.

3. Änderungen dieser AGB gelten nur für Verträge, die nach ihrer Veröffentlichung geschlossen werden.

4. Ist eine Bestimmung unwirksam, bleiben die übrigen wirksam.