

Allgemeine Geschäftsbedingungen von PERANDI

Stand: 1. Oktober 2026

§ 1 Geltungsbereich und Vertragspartner

(1) Vertragspartner ist Nils Paffen, Einzelunternehmer, handelnd unter der Geschäftsbezeichnung PERANDI, Anschrift: c/o IP-Management #5202, Ludwig-Erhard-Str. 18, 20459 Hamburg (nachfolgend „PERANDI“ oder „wir“).

(2) Diese AGB gelten für alle Verträge mit unseren Kunden über Websites, Content und Medien, Musik und Audio, Druckvorlagen, Werbung und Social Media sowie Systeme und Automatisierung.

(3) Wir schließen Verträge ausschließlich mit Unternehmern im Sinne von § 14 BGB, juristischen Personen des öffentlichen Rechts und öffentlich-rechtlichen Sondervermögen. Mit der Beauftragung bestätigt der Kunde, dass er in Ausübung seiner gewerblichen oder selbständigen beruflichen Tätigkeit handelt.

(4) Allgemeine Geschäftsbedingungen des Kunden gelten nicht, auch wenn wir ihnen nicht ausdrücklich widersprechen.

(5) Was in der Kostenübersicht und in unserer Auftragsbestätigung steht, hat Vorrang vor diesen AGB.

§ 2 Kostenübersicht, Vertragsschluss und Art der Leistung

(1) Unsere Kostenübersichten sind unverbindlich. Sie sind noch kein bindendes Angebot, sondern die Grundlage für den Auftrag des Kunden. Eine kurze erste Einschätzung auf eine Anfrage ist kostenlos. Einen ausführlichen Website-Check erstellen wir nur nach gesonderter Beauftragung; seine Vergütung nennen wir vorher in der Kostenübersicht.

(2) Der Kunde erteilt den Auftrag, indem er die Kostenübersicht in Textform annimmt (eine E-Mail genügt). Der Vertrag kommt zustande, sobald ihm unsere Auftragsbestätigung in Textform zugeht. Beginnen wir auf ausdrücklichen Wunsch des Kunden schon vor der Bestätigung mit der Arbeit, kommt der Vertrag mit dem Arbeitsbeginn zu den Bedingungen der Kostenübersicht zustande.

(3) In der Kostenübersicht halten wir fest, soweit es für den Auftrag zutrifft:

- die Leistungen und konkreten Ergebnisse,
- Formate, Umfang und Stückzahlen,
- die Zahl der Entwürfe und Korrekturrunden,
- den Zeitplan und die Mitwirkung, die wir vom Kunden brauchen,
- die Vergütung und den Zahlungsplan,
- voraussichtliche Fremdkosten und wer sie bezahlt,
- die Nutzungsrechte und Lizenzen,
- was wir am Ende übergeben (Dateien, Quellcode, Zugänge),
- bei laufenden Leistungen den monatlichen Umfang, die Laufzeit und die Berichte.

(4) Wir schulden die Leistungen, die in der Kostenübersicht und der Auftragsbestätigung stehen. Zusätzliche Leistungen setzen wir erst um, nachdem wir dem Kunden den voraussichtlichen Aufwand genannt haben und er in Textform zugestimmt hat.

(5) Schulden wir ein bestimmtes Ergebnis, etwa eine Website, ein Logo, ein Video, einen Jingle, eine Druckvorlage oder einen eingerichteten Ablauf, gelten die Regeln für Werkleistungen einschließlich der Abnahme (§ 4). Bei laufenden Leistungen wie Betreuung, Wartung, Kampagnensteuerung oder Social-Media-Betreuung schulden wir die sorgfältige Ausführung der vereinbarten Tätigkeiten, aber kein bestimmtes Ergebnis.

(6) Wir können sorgfältig ausgewählte Partner einsetzen, zum Beispiel Sprecher, Musiker, Fotografen oder Entwickler. Wir bleiben Ansprechpartner des Kunden und stehen für die Arbeit unserer Partner ein wie für unsere eigene.

(7) Einen wirtschaftlichen Erfolg schulden wir nicht, insbesondere keine bestimmte Platzierung in Suchmaschinen und keine bestimmte Zahl an Aufrufen, Klicks, Anfragen, Bewerbungen oder Umsätzen. Die vereinbarten Leistungen und Berichte schulden wir dagegen so, wie sie in der Kostenübersicht beschrieben sind.

(8) Für vor Vertragsschluss überlassene Konzepte und Entwürfe bleiben gesetzliche Schutzrechte unberührt. Eine kostenpflichtige Ausarbeitung oder besondere Vertraulichkeit vereinbaren wir vorab gesondert.

§ 3 Mitwirkung des Kunden

(1) Der Kunde benennt einen Ansprechpartner, der Auskünfte gibt und Freigaben erteilt. Rückmeldungen mehrerer Personen fasst der Ansprechpartner zusammen, bevor er sie an uns gibt.

(2) Der Kunde stellt uns die Inhalte, Informationen und Zugänge, die wir brauchen, zu den Terminen aus dem Zeitplan vollständig und in geeigneter Form zur Verfügung.

(3) Wirkt der Kunde nicht oder zu spät mit, verschieben sich unsere Termine angemessen.

(4) Mehraufwand, der durch fehlende oder verspätete Mitwirkung entsteht, zum Beispiel für Umplanung oder erneute Einarbeitung nach einer längeren Pause, berechnen wir nur, wenn wir ihn vorher in Textform angekündigt und seinen Umfang genannt oder geschätzt haben. Gesetzliche Ansprüche, insbesondere nach § 642 BGB, bleiben unberührt.

(5) Wirkt der Kunde auch nach Ablauf einer angemessenen Nachfrist nicht mit, können wir die bis dahin erbrachten Leistungen abrechnen und den Vertrag aus wichtigem Grund kündigen.

(6) Bevor wir an bestehenden Websites, Konten oder Systemen des Kunden arbeiten, sichert der Kunde seine Daten, soweit die Datensicherung nicht zu unseren vereinbarten Leistungen gehört.

§ 4 Entwürfe, Korrekturen, Abnahme und Veröffentlichung

(1) Eine Korrekturrunde ist eine gesammelte Rückmeldung des Ansprechpartners zu einem Arbeitsstand, die wir in einem Durchgang umsetzen. Korrekturen sind Änderungen innerhalb des vereinbarten Konzepts, zum Beispiel an Texten, Farben, Anordnung, Bildauswahl oder Schnitt. Ein neues Konzept, eine neue gestalterische Richtung, zusätzliche Inhalte oder zusätzliche Formate sind keine Korrektur, sondern eine Zusatzleistung nach § 2 Abs. 4.

(2) Die Zahl der Korrekturrunden steht in der Kostenübersicht. Steht dort nichts, sind je vereinbartem Ergebnis (zum Beispiel je Website, Logo oder Video) zwei Korrekturrunden enthalten. Legen wir anfangs mehrere Entwürfe zur Auswahl vor, ist die Auswahl eines Entwurfs keine Korrekturrunde.

(3) Innerhalb des Briefings haben wir gestalterischen Spielraum. Dass ein Ergebnis dem persönlichen Geschmack des Kunden nicht entspricht, ist kein Mangel.

(4) Zwischenstände legen wir zur Rückmeldung vor. Meldet sich der Kunde innerhalb von zehn Werktagen nicht, dürfen wir auf Grundlage des Zwischenstands weiterarbeiten. Spätere Änderungen daran zählen als Korrekturrunde. Eine Rückmeldung zu einem Zwischenstand ist keine Abnahme.

(5) Ist ein Werk fertig, teilen wir das dem Kunden in Textform mit und setzen ihm eine Frist zur Abnahme von mindestens zehn Werktagen. Verweigert der Kunde die Abnahme nicht innerhalb dieser Frist unter Angabe mindestens eines Mangels, gilt das Werk als abgenommen (§ 640 Abs. 2 BGB). Wegen unwesentlicher Mängel darf die Abnahme nicht verweigert werden; solche Mängel beheben wir trotzdem im Rahmen von § 17.

(6) Nutzt der Kunde ein Werk ohne Vorbehalt in seinem Geschäftsbetrieb, zum Beispiel durch Veröffentlichung, liegt darin in der Regel die Abnahme.

(7) In Kanälen des Kunden (zum Beispiel Website, soziale Medien, Werbekonten, Unternehmensprofile) veröffentlichen wir nur nach seiner ausdrücklichen Freigabe in Textform. Schweigen gilt nie als Freigabe zur Veröffentlichung.

(8) Der Kunde kann einen Redaktionsplan freigeben, in dem die einzelnen Beiträge fertig enthalten sind (Text, Bild oder Video) und der die Termine nennt. Diese Freigabe gilt für genau diese Beiträge zu genau diesen Terminen. Ändert sich ein Beitrag danach, braucht er eine neue Freigabe. Bis zum Vortag des geplanten Termins kann der Kunde die Freigabe einzelner Beiträge zurückziehen.

(9) Vor einer Freigabe prüft der Kunde die von ihm gelieferten Angaben und solche Angaben zu seinem Geschäft, deren Richtigkeit nur er verlässlich beurteilen kann, insbesondere Namen, Preise, Öffnungszeiten und Kontaktdaten. Für die Richtigkeit seiner gelieferten oder ausdrücklich als richtig bestätigten Angaben ist er verantwortlich. Unsere Pflicht, diese Angaben sorgfältig zu übernehmen und die vereinbarten Leistungen vertragsgemäß zu erstellen, bleibt unberührt. Eine Freigabe entbindet uns nicht von unserer Verantwortung für eigene Fehler nach § 17 und § 18. Hat der Kunde durch eine

schuldhaft unterlassene, ihm zumutbare Prüfung zu einem Schaden beigetragen, berücksichtigen wir dies nach den gesetzlichen Regeln über das Mitverschulden (§ 254 BGB).

§ 5 Termine, Ausfall und Kündigung vor Fertigstellung

(1) Von uns genannte Termine sind unverbindlich, sofern sie nicht ausdrücklich als verbindlich vereinbart wurden.

(2) Produktionstermine sind fest vereinbarte Termine für Foto-, Video-, Ton- oder Sprachaufnahmen. Sagt der Kunde einen solchen Termin ab oder scheitert er aus Gründen, die der Kunde zu vertreten hat, vergütet der Kunde bereits erbrachte Leistungen. Nachweislich angefallene Fremdkosten, die wir nicht mehr stornieren können, trägt er ebenfalls, soweit er ihnen vorher zugestimmt hat. Eine pauschale Ausfallgebühr berechnen wir nicht. Gesetzliche Ansprüche bleiben unberührt; eine Doppelberechnung erfolgt nicht.

(3) Kündigt der Kunde eine Werkleistung vor der Fertigstellung, können wir die vereinbarte Vergütung abzüglich der ersparten Aufwendungen und dessen verlangen, was wir anderweitig erwerben oder böswillig zu erwerben unterlassen (§ 648 BGB). Nach Zahlung übergeben wir die bis dahin fertigen Zwischenergebnisse. Für laufende Leistungen gilt § 16.

(4) Werden wir durch Umstände, die wir nicht zu vertreten haben, an der Leistung gehindert, zum Beispiel durch höhere Gewalt, Ausfälle von Plattformen oder Drittanbietern, behördliche Maßnahmen oder unverschuldete Krankheit, verschieben sich die Termine um die Dauer der Behinderung und eine angemessene Anlaufzeit. Dauert die Behinderung länger als zwei Monate, können beide Seiten den noch nicht erfüllten Teil des Vertrags kündigen. Bereits erbrachte Leistungen werden vergütet.

§ 6 Preise und Zahlung

(1) Als Kleinunternehmer im Sinne von § 19 UStG berechnen wir keine Umsatzsteuer. Unsere Preise sind Endpreise.

(2) Endet die Kleinunternehmerregelung, teilen wir das dem Kunden mit. Bereits vereinbarte Preise bleiben die zu zahlenden Endpreise; eine anfallende Umsatzsteuer ist dann darin enthalten. Für neue Aufträge weisen wir die Umsatzsteuer aus, soweit wir dazu verpflichtet sind.

(3) Bei Werkleistungen berechnen wir die Vergütung mit der Schlussrechnung nach der Abnahme. Für bereits erbrachte, vertragsgemäße Leistungen können wir Abschlagszahlungen nach § 632a BGB verlangen; den Leistungsstand weisen wir mit einer Aufstellung nach. Ein Zahlungsplan in der Kostenübersicht kann solche Abschläge nach erbrachten Projektabschnitten vorsehen. Gesetzliche Rechte des Kunden, bei Mängeln einen angemessenen Teil der Zahlung zurückzuhalten, bleiben unberührt. Eine Anzahlung vor der Leistungserbringung ist nur geschuldet, wenn wir sie mit dem Kunden im Einzelfall ausgehandelt haben. Dabei halten wir Höhe, Fälligkeit und Anrechnung in Textform fest. Anzahlungen und Abschlagszahlungen rechnen wir auf die Gesamtvergütung an. Bei Vertragsende rechnen wir sie mit der geschuldeten Vergütung ab und erstatten eine Überzahlung.

(4) Laufende Leistungen berechnen wir monatlich im Voraus. Eine Einrichtungsgebühr fällt nur an, wenn sie in der Kostenübersicht vereinbart ist. Sie vergütet die dort beschriebenen Einrichtungsleistungen. Wird der Vertrag beendet, bevor diese Leistungen vollständig erbracht sind, rechnen wir die tatsächlich erbrachten Teile ab und erstatten einen darüber hinaus gezahlten Betrag.

(5) Leistungen nach Aufwand berechnen wir mit dem Stundensatz aus der Kostenübersicht und weisen die Zeit mit einer kurzen Tätigkeitsübersicht nach.

(6) Rechnungen sind innerhalb von 14 Tagen nach Zugang ohne Abzug zu zahlen.

(7) Unsere Vergütung und Fremdkosten halten wir getrennt. Werbebudgets zahlt der Kunde direkt an die Plattform, über sein eigenes Werbekonto und mit seinem eigenen Zahlungsmittel; wir nehmen keine Werbebudgets entgegen. Andere Fremdkosten, zum Beispiel für Lizenzen, Stockmaterial oder Software, bezahlt der Kunde grundsätzlich direkt an den Anbieter. Kaufen wir sie nach vorheriger Zustimmung des Kunden ein, berechnen wir nur die tatsächlich angefallenen Kosten ohne Aufschlag weiter. Welcher Weg gilt, steht in der Kostenübersicht.

(8) Ist der Kunde mit einer Zahlung in Verzug, können wir weitere Leistungen nach vorheriger Ankündigung bis zum Ausgleich zurückhalten. Außerdem schuldet er die gesetzlichen Verzugszinsen von neun Prozentpunkten über dem Basiszinssatz und die Pauschale von 40 Euro (§ 288 Abs. 2 und 5 BGB). Weitergehende gesetzliche Ansprüche bleiben unberührt.

§ 7 Websites

- (1) Wir gestalten Websites für die bei Fertigstellung aktuellen Versionen der gängigen Browser auf Smartphone, Tablet und Desktop.
- (2) Für die Rechtstexte seiner Website ist der Kunde verantwortlich, etwa für Impressum, Datenschutzerklärung, Cookie-Hinweise, AGB und Barrierefreiheitserklärung. Wir binden diese Texte und die dafür nötigen Werkzeuge (zum Beispiel ein Cookie-Banner) technisch ein. Wir verfassen und prüfen sie aber nicht rechtlich; Hinweise von uns sind keine Rechtsberatung.
- (3) Ob für die Website gesetzliche Anforderungen an Barrierefreiheit gelten, klärt der Kunde. Wir setzen die vereinbarten Maßnahmen um. Die Einhaltung eines bestimmten Standards, zum Beispiel WCAG 2.2 Stufe AA, schulden wir nur, wenn er in der Kostenübersicht genannt ist.
- (4) Wir legen Websites technisch so an, dass Suchmaschinen sie erfassen können. Eine bestimmte Platzierung schulden wir nicht.
- (5) Nach der Abnahme schulden wir ohne Betreuungsvertrag nur die Behebung von Mängeln, die bei der Abnahme schon vorhanden waren (§ 17). Nicht enthalten sind insbesondere Software-, Framework- und Sicherheitsupdates, Datensicherungen, Überwachung, Pflege von Inhalten, der Betrieb des Hostings und Anpassungen an Änderungen von Drittanbietern. Diese Leistungen übernehmen wir im Rahmen eines Betreuungsvertrags (§ 16) oder als Einzelauftrag.
- (6) Ändern sich nach der Abnahme Gesetze oder technische Vorgaben, passen wir die Website auf Wunsch gegen Vergütung an.
- (7) Hosting- und Domainverträge schließt der Kunde selbst mit dem jeweiligen Anbieter. Er wird Inhaber der Domain und trägt dessen Kosten. Wenn vereinbart, unterstützen wir ihn bei der Einrichtung und erhalten dafür die nötigen Zugriffsrechte. Die Bedingungen des Anbieters und der Vergabestelle, zum Beispiel DENIC, gelten für dessen Leistungen. Für Ausfälle beim Anbieter haften wir nur, soweit wir sie zu vertreten haben.

§ 8 Content, Medien und KI

- (1) Wir setzen bei Text, Bild, Video, Musik und Automatisierung auch KI-Werkzeuge ein. Richtung, Auswahl und Prüfung der Ergebnisse liegen bei uns. Wir nutzen nur Werkzeuge und Tarife, deren Bedingungen die geschäftliche Nutzung der Ergebnisse erlauben.
- (2) Bei der Übergabe nennen wir, welche Inhalte ganz oder teilweise mit KI erzeugt oder verändert wurden. Veröffentlicht der Kunde die Inhalte selbst, erfüllt er die gesetzlichen und von der Plattform verlangten Kennzeichnungspflichten, soweit sie ihn treffen (zum Beispiel nach Art. 50 der EU-KI-Verordnung). Veröffentlichten wir in seinem Auftrag, stimmen wir die erforderliche Kennzeichnung mit der Freigabe ab und nutzen die Kennzeichnungsfunktionen der Plattform. Gesetzliche Kennzeichnungspflichten, die uns selbst treffen, erfüllen wir unabhängig davon.
- (3) Vor der Freigabe prüft der Kunde, ob die Inhalte sachlich stimmen, insbesondere Angaben zu seinen Leistungen, Preisen und seinem Unternehmen.
- (4) Digitale Sprecher, Stimmen, Avatare oder digitale Zwillinge realer Personen erstellen wir nur, wenn die betroffene Person vorher in Textform eingewilligt hat. Für unsere eigene Stimme und darauf beruhende Stimmproben, Stimm-Modelle und Stimmprofile gilt die gesonderte Regelung am Ende dieses Absatzes. In den übrigen Fällen holt der Kunde die Einwilligung ein und weist sie uns nach. Sie muss den Zweck, die Medien und Plattformen sowie die Dauer der Nutzung abdecken. Vor dem Einsatz erläutern wir dem Kunden wesentliche Bedingungen des Werkzeugs zu Speicherung, Weiterverwendung und Löschung, damit auch die dafür erforderlichen Rechte und Einwilligungen geklärt werden können. Wir nutzen solche Aufnahmen und Modelle nur im Rahmen der Einwilligung, nur für diesen Kunden und nur mit Werkzeugen, deren Bedingungen diese Nutzung erlauben. Auf Wunsch nennen wir das verwendete Werkzeug. Widerruft die Person ihre Einwilligung, stellen wir die Nutzung für die Zukunft ein; bereits veröffentlichte Inhalte entfernt der Kunde aus seinen Kanälen. Nach Projektende löschen wir diese projektbezogenen Aufnahmen und Modelle aus unseren aktiven Systemen, sofern nichts anderes vereinbart ist oder eine gesetzliche Aufbewahrungspflicht besteht. Bei Drittanbietern veranlassen wir die Löschung über die vorgesehenen Verfahren. Welche Speicherung und Löschung dort zulässig und tatsächlich möglich ist, klären wir vor dem Einsatz mit dem Kunden; gesetzliche Löschpflichten bleiben unberührt. Eine Löschung beendet nicht automatisch bereits wirksam eingeräumte Nutzungsrechte des Anbieters.

Unsere eigene Stimme und darauf beruhende Stimmproben, Stimm-Modelle und Stimmprofile dürfen wir für mehrere Projekte und Kunden einsetzen und nach Projektende weiter vorhalten. Der Kunde muss hierfür keine Einwilligung beschaffen. Diese Modelle und Profile gehören nicht zur Übergabe. Die Nutzungsrechte am gelieferten Ergebnis richten sich nach § 9 und § 13; unsere Zusage, den fertigen Jingle oder das fertige Soundlogo nicht für andere Kunden wiederzuverwenden, bleibt unberührt.

(5) Fiktive Avatare, Figuren und Stimmen, die keiner realen Person nachgebildet sind, erstellen wir mit KI-Werkzeugen. Wir gestalten sie nicht bewusst einer realen Person ähnlich; soll ein Avatar einer bestimmten Person ähneln, gilt Absatz 4. Eine zufällige Ähnlichkeit mit realen Personen können wir nicht völlig ausschließen. An fiktiven Avataren erhält der Kunde ein einfaches Nutzungsrecht nach § 13 Abs. 2, aber kein Exklusivrecht. Wir dürfen einen fiktiven Avatar und seine Vorlagen auch für andere Kunden verwenden, es sei denn, die Kostenübersicht sieht eine ausschließliche Verwendung für den Kunden vor. Der Kunde darf fiktive Avatare nicht als reale Personen ausgeben, zum Beispiel als echte Mitarbeiter oder als echte Kunden mit einer Bewertung.

(6) Für Stockmaterial, Schriften und andere lizenzierte Inhalte nennen wir in der Kostenübersicht oder bei der Übergabe die Quelle, die Lizenz, den Lizenznehmer und ob die Lizenz nach Projektende weitergilt. Lizenzen, die nur während eines laufenden Abos gelten, setzen wir nur ein, wenn der Kunde selbst Lizenznehmer wird oder wir es ausdrücklich vereinbaren. Der Kunde darf solche Inhalte nur im Rahmen der jeweiligen Lizenz nutzen.

(7) Der Kunde ist für die Richtigkeit der von ihm gelieferten oder ausdrücklich als richtig bestätigten Angaben zu seinem Unternehmen, seinen Leistungen und Preisen verantwortlich (§ 4 Abs. 9). Er informiert uns über besondere rechtliche Vorgaben für seine Tätigkeit, die ihm bekannt sind, zum Beispiel berufsrechtliche Vorgaben für Werbung von Arzt- und Therapiepraxen. Eine rechtliche Prüfung seiner Angaben und der von ihm vorgegebenen Werbeaussagen übernehmen wir nicht; auf offensichtliche Bedenken weisen wir hin. Unsere Verantwortung für eigene Fehler und für die Beschaffung der Rechte und Lizenzen, die für die vereinbarte Nutzung der von uns ausgewählten oder erstellten Inhalte erforderlich sind, bleibt unberührt. Für Mängel und Schadensersatz gelten § 17 und § 18. Inhalte, die wir für rechtswidrig halten, dürfen wir ablehnen.

§ 9 Musik, Jingles und Soundlogos

(1) Bei Musikproduktionen halten wir in der Kostenübersicht fest, woraus das Ergebnis besteht:

- von uns selbst geschriebene Liedtexte und gegebenenfalls eigene, tatsächlich aufgenommene Gesangs- oder Sprechleistungen,
- Beiträge beteiligter Musiker, Sänger, Sprecher oder Komponisten,
- mit KI-Werkzeugen erzeugte Musik, Stimmen und weitere Bestandteile; dabei unterscheiden wir eine eigene Aufnahme von einer künstlich erzeugten Stimme, die unserer Stimme ähnelt,
- lizenzierte fremde Bestandteile wie Samples oder Loops.

(2) An unseren selbst geschriebenen Liedtexten und eigenen, tatsächlich aufgenommenen Gesangs- oder Sprechleistungen, die im gelieferten Ergebnis enthalten sind, erhält der Kunde die Nutzungsrechte nach § 13 Abs. 2, soweit daran Rechte bestehen und wir darüber verfügen. Er darf den gelieferten Jingle oder das Soundlogo damit für seine geschäftlichen Zwecke verwenden, auch in Werbung und auf seinen Kanälen, bearbeiten und durch beauftragte Dienstleister bearbeiten oder nutzen lassen. Ist darin eine künstlich erzeugte Stimme enthalten, die unserer Stimme ähnelt, gestatten wir ihre Nutzung als Bestandteil des gelieferten Ergebnisses für diese Zwecke. Eine solche Stimme ist nicht schon deshalb eine Aufnahme unserer eigenen Gesangs- oder Sprechleistung. Der Kunde erhält weder unser Stimm-Modell noch ein von uns verwendetes Stimmprofil oder das Recht, damit eigenständig neue Inhalte zu erzeugen.

(3) An Beiträgen beteiligter Personen räumen wir die Rechte ein, die wir von ihnen vertraglich erworben haben. Umfang, Medien und Dauer nennen wir in der Kostenübersicht. Ist eine beteiligte Person Mitglied einer Verwertungsgesellschaft wie der GEMA, können für bestimmte Nutzungen Gebühren an die Verwertungsgesellschaft anfallen. Darauf weisen wir vor der Produktion hin.

(4) Mit KI erzeugte Bestandteile erstellen wir nur mit Werkzeugen und Verfahren, deren geltende Bedingungen die vereinbarte geschäftliche Nutzung und die Weitergabe des gelieferten Ergebnisses an den Kunden erlauben. Wir erfüllen die dafür erforderlichen Voraussetzungen, etwa einen geeigneten Tarif oder einen zugelassenen Download- oder Exportweg, soweit der jeweilige Anbieter dies verlangt. Ergebnisse oder Bearbeitungen, deren kommerzielle Nutzung der Anbieter ausschließt, setzen wir nicht ein. Dem Kunden räumen wir die Nutzungsbefugnisse an dem gelieferten Ergebnis

ein, die wir nach den Bedingungen des jeweiligen Werkzeugs wirksam weitergeben können. Ändern sich vor der Fertigstellung durch einen Werkzeugwechsel oder geänderte Anbieterbedingungen die für die vereinbarte Nutzung wesentlichen Rechte oder Beschränkungen, informieren wir den Kunden und stimmen erforderliche Änderungen des Auftrags vor dem weiteren Einsatz in Textform ab. An rein KI-erzeugter Musik oder KI-Stimme kann Urheberrechtsschutz fehlen; gleiche oder ähnliche Ergebnisse können auch für andere Nutzer entstehen. Wir versprechen für solche Bestandteile weder Einzigartigkeit noch ein gegen Dritte durchsetzbares Exklusivrecht.

(5) Wenn wir eigene Texte, Aufnahmen oder Stimmproben bei einem KI-Anbieter eingeben, können diesem nach seinen Bedingungen eigene Nutzungsrechte an Eingaben, Stimmprofilen oder Ergebnissen zustehen. Solche für die vereinbarte Nutzung oder eine ausdrücklich gewünschte Ausschließlichkeit wesentlichen Einschränkungen erläutern wir dem Kunden vor der Beauftragung in der Kostenübersicht. Eine von solchen Rechten freie Ausschließlichkeit versprechen wir nicht. Wir selbst geben den fertigen Jingle oder das fertige Soundlogo nicht an andere Kunden weiter und verwenden es nicht erneut für sie. Rechte des Anbieters und anderer nach dessen Bedingungen Berechtigter bleiben unberührt.

(6) Die Anmeldung bei Verwertungsgesellschaften, bei Vertriebsplattformen oder bei Systemen zur Inhaltserkennung (zum Beispiel Content ID) gehört nicht zu unserer Leistung, sofern nichts anderes vereinbart ist. Ob ein Soundlogo als Marke eingetragen werden kann, prüfen wir nicht.

§ 10 Druckvorlagen

(1) Bei Flyern, Visitenkarten, Plakaten und anderen Drucksachen gestalten wir die Druckvorlagen. Den Druck selbst führen wir nicht aus und schulden ihn nicht.

(2) Wir erstellen druckfertige Daten nach den vereinbarten Vorgaben, insbesondere zu Format, Beschnitt, Farbprofil und Auflösung. Nennt uns der Kunde vorher seine Druckerei, richten wir die Daten nach deren Anforderungen aus.

(3) Die endgültige Druckdatei erhält der Kunde als PDF und gibt sie in Textform frei. Er prüft dabei insbesondere Texte, Telefonnummern und Preise. Für die Angaben und die Freigabe gilt § 4 Abs. 9. Unsere Verantwortung für eigene Fehler, auch bei der Übernahme von Texten sowie bei Beschnitt, Farbprofil oder Auflösung, richtet sich nach § 17 und § 18.

(4) Den Druck beauftragt der Kunde selbst bei einer Druckerei seiner Wahl. Auf Wunsch geben wir den Druck in seinem Namen und auf seine Rechnung in Auftrag. Dazu erteilt er uns vorher in Textform eine Vollmacht, in der Druckerei, Auflage, Material und Preis genannt sind. Eine Datei geben wir erst in Druck, wenn der Kunde sie nach Absatz 3 freigegeben hat; Schweigen gilt nicht als Freigabe. Der Vertrag über den Druck kommt in beiden Fällen zwischen dem Kunden und der Druckerei zustande. Es gelten deren Bedingungen, Preise und Lieferzeiten, und die Druckerei stellt ihre Leistung dem Kunden direkt in Rechnung. Mängel des Drucks macht der Kunde gegenüber der Druckerei geltend; wir helfen ihm bei der Abstimmung. Unseren Aufwand für Bestellung und Abstimmung berechnen wir nach der Kostenübersicht.

(5) Wie Farben im Druck wirken, hängt von Druckerei, Papier und Verfahren ab. Technisch bedingte Abweichungen zwischen Bildschirm und Druck sind kein Mangel unserer Druckdaten. Wer Farben verbindlich prüfen möchte, kann bei der Druckerei einen farbverbindlichen Probedruck bestellen.

(6) Der Kunde erhält die endgültigen Druckdateien als PDF. Für offene Arbeitsdateien gilt § 13 Abs. 6.

§ 11 Systeme und Automatisierung

(1) In der Kostenübersicht beschreiben wir die Abläufe, die beteiligten Werkzeuge, die Auslöser und das erwartete Ergebnis.

(2) Konten bei Drittanbietern laufen auf den Namen des Kunden und werden von ihm bezahlt. Wir erhalten den nötigen Zugriff. Nutzen wir ausnahmsweise eigene Konten, vereinbaren wir das vorher und übertragen die Abläufe bei Vertragsende auf Konten des Kunden.

(3) Vor dem Start testen wir die Abläufe mit Testdaten. Danach testet der Kunde sie an realistischen Fällen und gibt den Start in Textform frei. Die Abnahme richtet sich nach § 4 Abs. 5.

(4) Überwachung, Wartung und Anpassungen nach dem Start gehören nur zur Leistung, wenn ein Betreuungsvertrag besteht (§ 16). Ohne Betreuungsvertrag achtet der Kunde selbst darauf, ob die Abläufe weiter wie vorgesehen laufen.

(5) Ändern Drittanbieter nach der Abnahme ihre Schnittstellen oder Funktionen, ist ein dadurch verursachter späterer Ausfall für sich genommen kein Mangel unserer ursprünglichen Leistung. Bemerken wir eine solche Änderung im Rahmen eines laufenden Auftrags, informieren wir den Kunden. Nötige Anpassungen übernehmen wir im Rahmen eines Betreuungsvertrags oder als Einzelauftrag.

(6) Der Kunde stellt sicher, dass für den von ihm vorgesehenen Versand die erforderlichen Einwilligungen oder sonstigen gesetzlichen Voraussetzungen vorliegen, zum Beispiel bei Werbe-E-Mails. Für seine Angaben und vorgegebenen Inhalte gilt § 8 Abs. 7. Unsere Verantwortung für eigene Fehler bei der Erstellung von Inhalten sowie bei der Einrichtung der Automatisierung bleibt nach § 17 und § 18 unberührt.

§ 12 Werbung, Social Media und Sichtbarkeit

(1) Werbekonten (zum Beispiel bei Google oder Meta), Seiten in sozialen Medien und Unternehmensprofile laufen auf den Kunden; er ist Inhaber und behält die Verwaltungsrechte. Wir erhalten die für die Arbeit nötige Rolle. Gibt es noch kein Konto, richten wir es auf den Namen des Kunden und mit seinem Zahlungsmittel ein.

(2) Das Werbebudget stellt die Plattform dem Kunden direkt in Rechnung. Wir richten Budgets und Einstellungen so ein, dass das vereinbarte Monatsbudget nach den Abrechnungsregeln der jeweiligen Plattform eingehalten wird. Einzelne Tage können nach diesen Regeln über dem Tagesdurchschnitt liegen. Änderungen am Budget nehmen wir nur nach Zustimmung des Kunden in Textform vor. Bei ungültigen Klicks oder Abrechnungsfehlern der Plattform gelten deren Erstattungsverfahren; wir unterstützen den Kunden dabei.

(3) Innerhalb des vereinbarten Ziels, Budgets und der Zielgruppe passen wir Einzelheiten fachlich an, zum Beispiel Suchbegriffe, Gebote, Ausspielung und die Gewichtung freigegebener Anzeigen. Änderungen an Ziel, Zielgruppe oder Budget stimmen wir vorher mit dem Kunden ab. Neue Anzeigentexte und Motive gehen erst nach Freigabe online (§ 4 Abs. 7). Wie die Plattform freigegebene Bausteine automatisch kombiniert, steuert sie selbst.

(4) Berichte erhält der Kunde in dem Umfang und Rhythmus, den die Kostenübersicht nennt. Unabhängig davon kann er seine Konten jederzeit selbst einsehen.

(5) Anzeigen, Profile und Konten unterliegen den Richtlinien der Plattformen. Lehnt eine Plattform Anzeigen ab, schränkt sie ein Konto ein oder ändert sie ihre Funktionen, haften wir dafür nicht, soweit wir es nicht zu vertreten haben.

(6) Das Beantworten von Kommentaren, Nachrichten und Bewertungen gehört nur zur Leistung, wenn es vereinbart ist.

(7) Nach Vertragsende bleiben Konten, Kampagnen, Zielgruppen und Daten beim Kunden. Wir geben unseren Zugriff zurück oder der Kunde entzieht ihn. Auf Wunsch übergeben wir eine kurze Übersicht über den Aufbau der Kampagnen.

§ 13 Nutzungsrechte und Übergabe

(1) Die Nutzungsrechte an einem Arbeitsergebnis gehen mit vollständiger Bezahlung der dafür geschuldeten Vergütung über. Bis dahin darf der Kunde Ergebnisse nur zur Prüfung und für freigegebene Veröffentlichungen im laufenden Auftrag nutzen.

(2) Urheber unserer Arbeiten bleiben PERANDI und die beteiligten Personen; das Urheberrecht selbst ist nicht übertragbar (§ 29 UrhG). Soweit Absatz 4 kein ausschließliches Recht vorsieht, erhält der Kunde an unseren individuell für ihn erstellten Arbeiten ein einfaches, zeitlich und räumlich unbeschränktes Nutzungsrecht für seine geschäftlichen Zwecke. Es umfasst das Recht, die Ergebnisse zu bearbeiten oder durch Dritte bearbeiten zu lassen, und darf zusammen mit dem Geschäftsbetrieb des Kunden auf einen Nachfolger übertragen werden. Das gilt, soweit an den Ergebnissen Rechte bestehen und wir darüber verfügen; für Stock, KI und Musik gelten zusätzlich § 8 und § 9.

(3) Individuell für den Kunden erstellte Gestaltungen, Texte, Logos, Jingles und Soundlogos verwenden wir für keinen anderen Kunden, außer als Referenz nach § 15. Für fiktive Avatare gilt § 8 Abs. 5.

(4) An visuellen Logos und anderen visuellen Kennzeichen, die wir eigens für den Kunden entwerfen, erhält er an unseren eigenen gestalterischen Beiträgen ein ausschließliches Nutzungsrecht. Die Nutzung als Referenz nach § 15 bleibt uns dabei vorbehalten (§ 31 Abs. 3 UrhG). Für Soundlogos gilt § 9. Ob ein Kennzeichen als Marke eingetragen werden kann oder Rechte Dritter entgegenstehen, prüfen wir nur, wenn das vereinbart ist.

(5) Bei Websites übergeben wir:

- den Quellcode als Git-Repository oder als Archiv,
- die Konfiguration für Build und Veröffentlichung,
- eine kurze Dokumentation zu Einrichtung, Build und Veröffentlichung,
- die für die Nutzung und Weitergabe der Website erforderlichen Lizenzhinweise zu Open-Source-Bestandteilen,
- eine Liste der Drittanbieter-Dienste und kostenpflichtigen Lizenzen mit dem jeweiligen Lizenznehmer,
- die Zugänge zu den Konten des Kunden.

Individuell programmierten Code darf der Kunde nach Absatz 2 frei nutzen, ändern und weiterentwickeln lassen.

Allgemeine Bausteine und Vorlagen, die wir auch in anderen Projekten einsetzen, darf er als Teil seiner Website ebenso nutzen und ändern; die Rechte daran behalten wir. Open-Source-Bestandteile unterliegen ihren eigenen Lizenzen. Eigene Konten, Zugangsdaten und interne Werkzeuge von PERANDI gehören nicht zur Übergabe.

(6) Offene Arbeitsdateien, Rohmaterial, nicht verwendete Aufnahmen und verworfene Entwürfe gehören nur zur Übergabe, wenn das vereinbart ist. Auf Wunsch geben wir sie gegen gesonderte Vergütung heraus.

§ 14 Material des Kunden

(1) An Material, das uns der Kunde für den Auftrag überlässt, räumt er uns die Rechte ein, die wir für die Durchführung brauchen, einschließlich der vereinbarten Bearbeitung. Sein Material dürfen wir als Teil der fertigen Arbeit in Referenzen nach § 15 zeigen, soweit der Kunde uns dafür die erforderlichen Rechte einräumen kann; für erkennbare Personen gilt § 15 Abs. 3. Vertrauliches Material und Material mit personenbezogenen Daten, insbesondere Stimmen und Gesichtern, laden wir nur nach vorheriger Freigabe des Kunden in KI-Werkzeuge hoch. Dabei müssen auch die Rechte und Einwilligungen der betroffenen Personen sowie gegebenenfalls § 19 Abs. 3 beachtet werden.

(2) Der Kunde versichert, dass er über die nötigen Rechte an seinem Material verfügt und dass abgebildete oder zu hörende Personen in die vorgesehene Nutzung eingewilligt haben.

(3) Werden wir von Dritten in Anspruch genommen, weil der Kunde diese Pflichten schuldhaft verletzt hat, stellt er uns von den berechtigten Ansprüchen einschließlich angemessener Kosten der Rechtsverteidigung frei. Wir informieren den Kunden unverzüglich und stimmen die Verteidigung mit ihm ab.

§ 15 Referenzen und Hinweis auf PERANDI

(1) Fertige Arbeiten dürfen wir nach ihrer Veröffentlichung durch den Kunden in unseren eigenen Kanälen als Referenz zeigen, vorspielen und beschreiben, zum Beispiel auf unserer Website, in sozialen Medien und in Präsentationen. Das gilt ausdrücklich auch für Musik, Jingles, Soundlogos und Videos. Dabei dürfen wir den Namen des Kunden nennen.

(2) Vor der Veröffentlichung durch den Kunden und bei Projekten, für die Vertraulichkeit vereinbart ist, zeigen wir Arbeiten nur mit seiner Zustimmung. Geschäftsgeheimnisse und interne Daten des Kunden zeigen wir nie (§ 19 Abs. 1).

(3) Erkennbare Personen, Stimmen realer Sprecher oder Sänger und lizenzierte Inhalte Dritter zeigen wir als Referenz nur, soweit deren Einwilligung oder die Lizenz das erlaubt. Sonst zeigen wir die Arbeit ohne diese Bestandteile, zum Beispiel mit unkenntlich gemachten Gesichtern.

(4) Auf Websites, die wir erstellen, dürfen wir in der Fußzeile einen dezenten Hinweis mit Link auf PERANDI setzen.

(5) Der Kunde kann der Nennung seines Namens und dem Hinweis in der Fußzeile jederzeit in Textform widersprechen. Den Hinweis entfernen wir dann innerhalb einer angemessenen Frist. Die Arbeit selbst dürfen wir weiter zeigen, aber nur anonymisiert, also ohne Namen, Logo, Adresse und andere Angaben, die auf den Kunden schließen lassen.

(6) Macht eine Arbeit den Kunden zwangsläufig erkennbar, zum Beispiel ein Logo oder ein Jingle mit seinem Namen, zeigen wir sie nach einem Widerspruch nicht mehr als Referenz. Das gilt auch für nicht öffentliche Präsentationen.

§ 16 Laufende Betreuung

(1) Den Umfang laufender Leistungen legt die Kostenübersicht fest, zum Beispiel als Leistungspaket für Updates, Datensicherung, Überwachung, Inhaltsänderungen oder Kampagnensteuerung. Ein monatliches Stundenkontingent gilt nur, wenn es ausdrücklich vereinbart ist.

- (2) Leistungen über den vereinbarten Umfang hinaus erbringen wir nach Zustimmung des Kunden nach Aufwand (§ 6 Abs. 5).
- (3) Stundenkontingente bieten wir nur an, wenn die Kostenübersicht auch ausdrücklich regelt, ob und wie nicht genutzte Stunden übertragen oder erstattet werden.
- (4) Verträge über laufende Leistungen haben eine Mindestlaufzeit von drei Monaten, sofern nichts anderes vereinbart ist. Danach laufen sie unbefristet weiter und können von beiden Seiten mit einer Frist von einem Monat zum Monatsende gekündigt werden.
- (5) Gesetzliche Rechte zur außerordentlichen Kündigung, einschließlich § 627 BGB, soweit anwendbar, bleiben unberührt. Ein wichtiger Grund kann für uns insbesondere vorliegen, wenn der Kunde mit zwei Monatsvergütungen in Verzug ist oder von uns die Veröffentlichung rechtswidriger Inhalte verlangt.
- (6) Kündigungen bedürfen der Textform; eine E-Mail genügt.
- (7) Bei Vertragsende übergeben wir die Zugänge und eine kurze Dokumentation des aktuellen Stands.

§ 17 Mängel

- (1) Diese Regeln gelten für Werkleistungen, auch für Druckvorlagen. Bei laufenden Leistungen nach § 2 Abs. 5 Satz 2 gibt es keine Mängelrechte im Sinne dieser Vorschrift; es gilt die Haftung nach § 18.
- (2) Ob ein Werk einen Sach- oder Rechtsmangel hat, richtet sich nach § 633 BGB. Für die vereinbarte Beschaffenheit sind insbesondere Kostenübersicht, Briefing und Freigaben maßgeblich. Soweit eine Beschaffenheit nicht vereinbart ist, gelten die gesetzlichen Anforderungen an die Eignung des Werks. Ein bloßer Änderungs- oder Erweiterungswunsch nach der Abnahme ist kein Mangel, sondern eine mögliche Zusatzleistung nach § 2 Abs. 4.
- (3) Nimmt der Kunde ein Werk ab, obwohl er einen Mangel kennt, muss er sich seine Rechte wegen dieses Mangels bei der Abnahme vorbehalten, um die Rechte aus § 634 Nr. 1 bis 3 BGB zu behalten (§ 640 Abs. 3 BGB). Gesetzliche Schadensersatzansprüche bleiben davon unberührt.
- (4) Hat ein Ergebnis einen Mangel, bessern wir zunächst nach oder erstellen es neu; die Wahl liegt bei uns. Schlägt die Nacherfüllung fehl, in der Regel nach dem zweiten erfolglosen Versuch, stehen dem Kunden die gesetzlichen Rechte zu. Für Schadensersatz gilt § 18.
- (5) Wir bitten den Kunden, erkannte Mängel möglichst zeitnah in Textform zu beschreiben, damit wir sie prüfen und beheben können. Seine gesetzlichen Mängelrechte hängen nicht von einer solchen Anzeige innerhalb einer bestimmten Frist ab.
- (6) Eine bloße Geschmacksabweichung bei einer dem vereinbarten Briefing entsprechenden Gestaltung ist kein Mangel. Gleiches gilt für technisch bedingte Farbabweichungen im Rahmen von § 10 Abs. 5 sowie für Fehler, die ausschließlich durch spätere Änderungen des Kunden oder Dritter entstehen. Unsere gesetzlichen Pflichten für eigene Fehler bleiben unberührt.
- (7) Für die Verjährung von Mängelansprüchen gelten die gesetzlichen Fristen.

§ 18 Haftung

- (1) Wir haften unbeschränkt bei Vorsatz und grober Fahrlässigkeit, bei Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit, bei arglistig verschwiegenen Mängeln, im Rahmen übernommener Garantien und nach dem Produkthaftungsgesetz.
- (2) Bei leichter Fahrlässigkeit haften wir nur, wenn wir eine wesentliche Vertragspflicht verletzen. Wesentlich sind Pflichten, deren Erfüllung die ordnungsgemäße Durchführung des Vertrags erst möglich macht und auf deren Einhaltung der Kunde regelmäßig vertrauen darf. In diesem Fall ist die Haftung auf den vorhersehbaren, vertragstypischen Schaden begrenzt.
- (3) Gehört die Datensicherung nicht zu unseren vereinbarten Leistungen, berücksichtigen wir bei einem Datenverlust eine vom Kunden schuldhaft unterlassene, ihm zumutbare Datensicherung nach den gesetzlichen Regeln über das Mitverschulden (§ 254 BGB). Haben wir die Datensicherung übernommen, bleibt unsere Verantwortung dafür unberührt.
- (4) Diese Regeln gelten auch für unsere Partner und Erfüllungsgehilfen.

§ 19 Vertraulichkeit, Zugangsdaten und Datenschutz

(1) Beide Seiten behandeln vertrauliche Informationen der anderen Seite vertraulich, auch nach Vertragsende. Dazu gehören insbesondere Geschäftsgeheimnisse, Zahlen und Zugangsdaten.

(2) Zugangsdaten des Kunden verwahren wir geschützt und nutzen sie nur für den Auftrag. Nach Vertragsende geben wir dem Kunden die für ihn eingerichteten Konten und Verwaltungsrechte zurück, entziehen unsere Zugriffe und löschen nicht mehr benötigte Zugangsdaten aus unseren aktiven Systemen innerhalb von 30 Tagen. Gesetzliche Aufbewahrungspflichten bleiben unberührt. Der Kunde sollte danach die Passwörter ändern und uns erteilte Rollen entziehen.

(3) Verarbeiten wir im Auftrag des Kunden personenbezogene Daten, schließen wir vor Beginn dieser Arbeiten einen gesonderten Vertrag zur Auftragsverarbeitung nach Art. 28 DSGVO. Das betrifft voraussichtlich die Betreuung von Websites mit Zugriff auf Formulareingänge oder Datenbanken, Automatisierungen mit Anfragen, Terminen oder Kundendaten, die Einrichtung oder Betreuung von Newsletter- und Kundenverwaltungssystemen, die Betreuung sozialer Medien mit Zugriff auf Nachrichten sowie Kampagnen mit Kontaktformularen oder Bewerbungen. Diese AGB ersetzen den Vertrag zur Auftragsverarbeitung nicht.

(4) Wie wir mit personenbezogenen Daten unserer Kunden umgehen, steht in unserer Datenschutzerklärung auf www.perandi.de.

§ 20 Schlussbestimmungen

(1) Ändern wir diese AGB, gelten die neuen Bedingungen nur für Verträge, die danach geschlossen werden. Für laufende Betreuungsverträge gelten geänderte AGB nur, wenn der Kunde zustimmt.

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

(3) Für Streitigkeiten aus dem Vertrag gelten die gesetzlichen Gerichtsstände.

(4) Ist eine Bestimmung dieser AGB unwirksam, bleibt der Vertrag im Übrigen wirksam. An die Stelle der unwirksamen Bestimmung treten die gesetzlichen Vorschriften.