

Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB) für Ghostwriting- und textbezogene Dienstleistungen

I. Geltungsbereich und Begriffsbestimmungen

1. Diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) gelten für alle gegenwärtigen und zukünftigen Verträge zwischen der [Name der Agentur] und dem Kunden, soweit nicht ausdrücklich etwas anderes vereinbart ist.

2. Gegenüber Unternehmern gelten die AGB in der jeweils aktuellen Fassung auch für zukünftige Verträge, ohne dass nochmals ausdrücklich auf sie hingewiesen werden muss, sofern sie bei einem früheren Vertrag wirksam einbezogen wurden.

3. Abweichende, entgegenstehende oder ergänzende Geschäftsbedingungen des Kunden werden nur dann Vertragsbestandteil, wenn die Agentur ihrer Geltung ausdrücklich in Textform zugestimmt hat. Dies gilt auch dann, wenn die Agentur in Kenntnis solcher Bedingungen Leistungen vorbehaltlos erbringt. Die bloße Nichtausübung eines Rechts oder das stillschweigende Dulden abweichender Vereinbarungen bedeutet keinen Verzicht auf die Geltung dieser Geschäftsbedingungen.

Gegenbestätigungen des Kunden unter Hinweis auf seine eigenen Geschäfts- oder Einkaufsbedingungen wird hiermit widersprochen. Schweigen der Agentur auf derartige Bedingungen gilt in keinem Fall als Zustimmung.

4. Änderungen und Ergänzungen dieser Geschäftsbedingungen sollen in Textform erfolgen.

5. „Verbraucher“ im Sinne dieser AGB ist jede natürliche Person, die ein Rechtsgeschäft zu Zwecken abschließt, die überwiegend weder ihrer gewerblichen noch ihrer selbständigen beruflichen Tätigkeit zugerechnet werden können (§ 13 BGB).

6. „Unternehmer“ ist eine natürliche oder juristische Person oder eine rechtsfähige Personengesellschaft, die bei Abschluss eines Rechtsgeschäfts in Ausübung ihrer gewerblichen oder selbständigen beruflichen Tätigkeit handelt (§ 14 BGB).

7. „Text“ bezeichnet jedes von der Agentur oder ihren Erfüllungsgehilfen erstellte Werk in sprachlicher Form, unabhängig von Umfang, Medium oder Verwendungszweck (z. B. Rede, Artikel, Manuskript, Buchprojekt, wissenschaftliche Musterarbeit).

8. „Musterarbeit“ bezeichnet wissenschaftliche Texte, die ausschließlich als inhaltliche und formale Vorlage, Orientierungshilfe und Arbeitsgrundlage für den Kunden dienen und nicht dazu bestimmt sind, unverändert oder im Wesentlichen unverändert als eigene Prüfungsleistung eingereicht zu werden.

9. „Normseite“ oder „Seite“ im Sinne dieser AGB ist eine Seite mit höchstens 1.800 Zeichen einschließlich Leerzeichen. Für die Berechnung des Umfangs wird die Gesamtzahl der Zeichen

(einschließlich Leerzeichen) durch 1.800 geteilt und auf eine Dezimalstelle kaufmännisch gerundet, sofern nichts anderes vereinbart ist. Tabellen, Grafiken, Abbildungen, Diagramme und sonstige nichtlaufende Inhalte zählen nicht zum Umfang der in Normseiten abgerechneten Textleistung. Die bloße Einfügung vom Kunden bereitgestellter Tabellen oder Grafiken ist von der Normseitenvergütung umfasst. Die Erstellung, inhaltliche Überarbeitung oder gestalterische Anpassung solcher Elemente erfolgt nur nach gesonderter Vereinbarung und wird nach Pauschale oder Zeitaufwand abgerechnet.

10. „Werktage“ sind die Wochentage Montag bis Freitag, mit Ausnahme gesetzlicher Feiertage am Sitz der Agentur.

11. „Textform“ entspricht § 126b BGB und umfasst insbesondere Erklärungen per E-Mail oder über sonstige elektronische Kommunikationsmittel, die eine lesbare Erklärung auf einem dauerhaften Datenträger wiedergeben.

12. „Freelancer“ sind selbständig tätige Dritte, die von der Agentur zur Unterstützung bei der Leistungserbringung eingesetzt werden. Vertragspartner des Kunden bleibt ausschließlich die Agentur. Die Agentur ist berechtigt, sich zur Vertragserfüllung Dritter (insbesondere Freelancer) zu bedienen.

II. Vertragsgegenstand

1. Die Agentur erbringt entgeltliche Leistungen im Bereich der Texterstellung und damit zusammenhängender Dienstleistungen. Hierzu zählen insbesondere, ohne hierauf beschränkt zu sein:

- Ghostwriting- und Textstellungsleistungen für Reden, Fachtexte, Marketingtexte, Manuskripte, Buchprojekte,
- Erstellung wissenschaftlicher Musterarbeiten (z. B. Hausarbeiten, Abschlussarbeiten, Dissertationen oder vergleichbare wissenschaftliche Texte),
- Leistungen wie Lektorat, Korrekturen, Strukturierung, Coaching und ähnliche textbezogene Beratungsleistungen.

2. Bei wissenschaftlichen Texten erstellt die Agentur ausschließlich Musterarbeiten, Vorlagen und Orientierungstexte („Musterarbeiten“). Diese dienen der inhaltlichen und formalen Orientierung, der eigenen Ausarbeitung des Kunden sowie seiner Wissensvertiefung.

3. Die von der Agentur erstellten wissenschaftlichen Musterarbeiten sind nicht dafür bestimmt, unverändert als eigene Prüfungsleistung im Rahmen von Hochschul-, Schul- oder sonstigen Prüfungen eingereicht zu werden. Der Kunde ist allein dafür verantwortlich, die für

ihn geltenden Prüfungs- und Studienordnungen sowie sonstige rechtliche oder institutionelle Vorgaben einzuhalten.

4. Die Agentur schuldet die Erstellung der jeweils vereinbarten Texte oder Leistungen entsprechend den im Angebot oder in der Auftragsbestätigung festgelegten Spezifikationen. Ein bestimmter äußerer Erfolg, insbesondere das Bestehen von Prüfungen, das Erreichen bestimmter Noten, die Veröffentlichung eines Werkes oder ein wirtschaftlicher Erfolg, ist nicht geschuldet.

5. Die Agentur erbringt keine Rechts-, Steuer-, Prüfungs- oder Studienberatung und ersetzt keine anwaltliche, steuerliche oder sonstige fachliche Beratung. Sämtliche Coaching- und Beratungsleistungen der Agentur beziehen sich ausschließlich auf Aufbau, Struktur und sprachliche Ausarbeitung von Texten.

6. Der konkrete Inhalt, Umfang und die Ausführung der Leistungen ergeben sich aus dem jeweiligen Angebot bzw. der Auftragsbestätigung der Agentur.

III. Vertragsschluss

1. Die Darstellung von Leistungen auf der Website oder in sonstigen Medien der Agentur stellt kein rechtlich bindendes Angebot dar, sondern eine unverbindliche Aufforderung zur Abgabe einer Anfrage durch den Kunden.

2. Der Kunde kann eine unverbindliche Anfrage in Textform (per E-Mail oder über ein Kontaktformular) stellen. Auf Grundlage dieser Anfrage unterbreitet die Agentur dem Kunden ein individuelles Angebot, das insbesondere Leistungsbeschreibung, Umfang, Vergütung und voraussichtliche Lieferfristen enthält.

3. Ein Vertrag kommt zustande, wenn der Kunde das Angebot der Agentur innerhalb der darin genannten Frist in Textform annimmt. Sofern im Angebot keine Frist genannt ist, kann die Annahme innerhalb einer angemessenen Frist erfolgen.

4. Mit Annahme des Angebots erkennt der Kunde die zum Zeitpunkt des Vertragsschlusses geltenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Agentur an, sofern er bei Vertragsschluss in zumutbarer Weise auf deren Geltung hingewiesen wurde und sie einsehen konnte.

5. Ein Vertrag kann ferner dadurch zustande kommen, dass der Kunde nach Zugang eines Angebots die vereinbarte Vergütung ganz oder teilweise zahlt oder die Leistung ausdrücklich in Anspruch nimmt, sofern aus den Umständen eindeutig hervorgeht, dass der Kunde das Angebot annehmen wollte.

IV. Widerrufsrecht für Verbraucher

1. Verbrauchern steht grundsätzlich ein gesetzliches Widerrufsrecht zu.
2. Das Widerrufsrecht besteht jedoch gemäß § 312g Abs. 2 Nr. 1 BGB nicht bei Verträgen über individuell angefertigte Leistungen, die eindeutig auf die persönlichen Bedürfnisse des Kunden zugeschnitten sind. Die von der Agentur erstellten Texte werden individuell nach den Vorgaben des Kunden angefertigt und sind auf dessen persönliche Bedürfnisse zugeschnitten. Ein Widerrufsrecht besteht daher nicht.
3. Soweit dennoch ein Widerrufsrecht bestehen sollte, verlangt der Kunde ausdrücklich, dass die Agentur vor Ablauf der Widerrufsfrist mit der Leistung beginnt.
4. Dem Kunden ist bekannt, dass er bei vollständiger Vertragserfüllung sein Widerrufsrecht verliert.
5. Im Falle eines Widerrufs nach Beginn der Leistung schuldet der Kunde Wertersatz für die bis dahin erbrachten Leistungen.

V. Mitwirkungspflichten des Kunden

1. Der Kunde ist verpflichtet, der Agentur alle zur Leistungserbringung erforderlichen Informationen, Unterlagen und Vorgaben vollständig, zutreffend und rechtzeitig zur Verfügung zu stellen. Verzögerungen oder Mehraufwände, die auf einer verspäteten, unvollständigen oder fehlerhaften Mitwirkung des Kunden beruhen, gehen nicht zu Lasten der Agentur und können zu einer angemessenen Anpassung von Fristen und Vergütung führen.
2. Der Kunde versichert, dass die von ihm bereitgestellten Unterlagen, Daten und Informationen keine Rechte Dritter (insbesondere Urheber-, Persönlichkeits-, Marken- oder Geheimhaltungsrechte) verletzen und keine rechtswidrigen Inhalte enthalten.
 - a) Ist der Kunde Unternehmer, stellt er die Agentur von sämtlichen Ansprüchen Dritter, die aus einer solchen Rechtsverletzung resultieren, vollumfänglich frei und übernimmt auch die erforderlichen Kosten einer angemessenen Rechtsverteidigung. Dies gilt auch für behördliche Bußgelder, Vertragsstrafen und Abmahnkosten.
 - b) Ist der Kunde Verbraucher, stellt er die Agentur von Ansprüchen Dritter frei, soweit er die Rechtsverletzung zu vertreten hat.
3. Bei wissenschaftlichen Musterarbeiten verpflichtet sich der Kunde ausdrücklich,
 - a) die von der Agentur gelieferten Texte ausschließlich als Muster, Vorlage oder Orientierungshilfe zu nutzen,
 - b) die Texte eigenständig zu prüfen, anzupassen, zu überarbeiten und mit eigener geistiger Leistung zu ergänzen,

c) die Texte nicht unverändert oder im Wesentlichen unverändert als eigene Prüfungsleistung einzureichen,

d) sämtliche für ihn geltenden Prüfungs-, Studien-, Berufs- oder sonstigen Regularien eigenverantwortlich zu beachten.

Der Kunde trägt die alleinige Verantwortung für die Art und Weise der Verwendung der gelieferten Texte.

VI. Leistungsumfang , Fristen und Abnahme

1. Der konkrete Leistungsumfang ergibt sich aus dem jeweiligen Angebot oder der Auftragsbestätigung der Agentur.

2. Die Lieferung der Leistungen erfolgt in der Regel in elektronischer Form an die vom Kunden angegebene E-Mail-Adresse oder über ein sonstiges vereinbartes Übermittlungsmedium. Die Leistung gilt als zugestellt, sobald der ordnungsgemäße Versand nachgewiesen werden kann und keine konkreten Anhaltspunkte für eine Fehlzustellung bestehen.

3. Die Agentur ist berechtigt, Teillieferungen zu erbringen, soweit dies dem Kunden zumutbar ist und der vertraglich vereinbarte Zweck hierdurch nicht beeinträchtigt wird.

4. Sofern nicht ausdrücklich als verbindlich bezeichnet, sind Liefertermine und -fristen unverbindliche Richtwerte. Verbindliche Termine (Fixtermine) bedürfen der ausdrücklichen Vereinbarung in Textform.

5. Verzögerungen, die auf Umständen beruhen, die der Kunde zu vertreten hat (insbesondere verspätete Mitwirkung, unvollständige oder fehlerhafte Informationen, nachträgliche wesentliche Änderungswünsche), verlängern vereinbarte Fristen angemessen. Hierdurch entstehende Mehraufwände kann die Agentur gesondert berechnen.

6. Verzögerungen aufgrund von Umständen, die weder die Agentur noch der Kunde zu vertreten haben (insbesondere höhere Gewalt, erhebliche technische Störungen, Ausfall von Kommunikationsnetzen, Erkrankung von für den Auftrag wesentlichen Mitarbeitern oder Freelancern), verlängern vereinbarte Fristen ebenfalls um die Dauer der Behinderung zuzüglich einer angemessenen Anlaufzeit. Dies gilt auch im Fall einer unerwarteten Erkrankung oder des Ausfalls von für den Auftrag wesentlichen Mitarbeitern oder eingesetzten Freelancern, sofern die Agentur bei zumutbarer organisatorischer Anstrengung keinen gleichwertigen Ersatz stellen kann.

VII. Abnahme

1. Nach Lieferung der vereinbarten Leistung ist der Kunde verpflichtet, diese unverzüglich zu prüfen und etwaige wesentliche Mängel innerhalb von 7 Werktagen in Textform anzuzeigen.
2. Erfolgt innerhalb dieser Frist keine Anzeige wesentlicher Mängel, gilt die Leistung als abgenommen.
3. Ist der Kunde Verbraucher, gilt Absatz (2) nur, wenn die Agentur bei Lieferung auf die Folgen des Schweigens hingewiesen hat.
4. Die Nutzung der gelieferten Leistung durch den Kunden gilt ebenfalls als Abnahme.
5. Unwesentliche Mängel berechtigen nicht zur Verweigerung der Abnahme.
6. Die Agentur ist berechtigt, in sich abgeschlossene Teilleistungen zur Abnahme vorzulegen. Soweit eine Teilabnahme erfolgt, gelten die vorstehenden Regelungen entsprechend.
7. Mit Eintritt der Abnahme beginnt die gesetzliche Verjährungsfrist für Mängelansprüche. Die gesetzlichen Mängelrechte bleiben unberührt.

VIII. Vergütung und Zahlungsbedingungen

1. Die Vergütung der Agentur richtet sich nach dem jeweiligen Angebot. Alle Preise verstehen sich, sofern nicht anders angegeben, inklusive der jeweils geltenden gesetzlichen Umsatzsteuer.
2. Soweit nicht anders vereinbart, erfolgt die Abrechnung nach der Anzahl der vereinbarten oder tatsächlich erbrachten Normseiten bzw. nach dem im Angebot genannten Pauschalhonorar. Leistungen, die über den ursprünglich vereinbarten Umfang hinausgehen (insbesondere zusätzliche Korrekturschleifen, Nacharbeiten aufgrund nachträglicher Änderungswünsche des Kunden, zusätzliche Inhalte), werden gesondert nach dem jeweils vereinbarten oder ortsüblichen Honorar abgerechnet. Dies gilt insbesondere für die Erstellung, inhaltliche Überarbeitung oder gestalterische Anpassung von Tabellen, Grafiken oder sonstigen vom Kunden bereitgestellten Elementen.
3. Die Agentur ist berechtigt, angemessene Vorschüsse zu verlangen. Soweit nicht anders vereinbart, ist eine Anzahlung von 50 % der vereinbarten Vergütung bei Vertragsschluss fällig. Der verbleibende Restbetrag ist vor Lieferung der Endfassung zur Zahlung fällig.
4. Rechnungen sind, sofern nichts anderes vereinbart ist, innerhalb von 7 Tagen nach Rechnungsdatum ohne Abzug zur Zahlung fällig.
5. Gerät der Kunde in Zahlungsverzug, ist die Agentur berechtigt, Verzugszinsen in gesetzlicher Höhe zu berechnen und die weitere Leistungserbringung bis zum Ausgleich offener Forderungen zurückzuhalten. Die Geltendmachung eines weitergehenden Verzugschadens bleibt vorbehalten.

6. Der Kunde kann nur mit unbestrittenen oder rechtskräftig festgestellten Forderungen aufrechnen. Ein Zurückbehaltungsrecht steht dem Kunden nur wegen unbestrittener oder rechtskräftig festgestellter Ansprüche aus demselben Vertragsverhältnis zu.

IX. Urheberrecht und Nutzungsrechte

1. Die von der Agentur bzw. ihren Mitarbeitern, Freelancern oder sonstigen Erfüllungsgehilfen erstellten Texte sind urheberrechtlich geschützt. Urheber ist der jeweils schaffende Autor. Die Agentur ist berechtigt, dem Kunden die nachfolgend geregelten Nutzungsrechte einzuräumen.

2. Die Einräumung der dem Kunden nach Maßgabe dieser AGB und des jeweiligen Angebots zustehenden Nutzungsrechte erfolgt aufschiebend bedingt durch die vollständige Zahlung der vereinbarten Vergütung.

3. Soweit nicht ausdrücklich etwas anderes vereinbart ist, räumt die Agentur dem Kunden nach vollständiger Bezahlung der Vergütung ein ausschließliches, zeitlich und räumlich unbeschränktes Nutzungsrecht zur Nutzung im vertraglich vorausgesetzten Umfang ein. Das Nutzungsrecht umfasst insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, öffentlichen Zugänglichmachung sowie zur Bearbeitung und Umgestaltung des Textes.

4. Bei wissenschaftlichen Musterarbeiten beschränkt sich das dem Kunden eingeräumte Nutzungsrecht auf die Nutzung als Vorlage, Orientierungshilfe und Arbeitsgrundlage. Die Nutzung als eigene Prüfungsleistung im Rahmen von Hochschul-, Schul- oder sonstigen Prüfungsverfahren bleibt dem Kunden untersagt. Dies gilt unabhängig von einer etwaigen Bearbeitung oder Umgestaltung. Der Kunde trägt die alleinige Verantwortung für die Einhaltung der für ihn geltenden Prüfungs- und Studienordnungen.

5. Soweit nicht ausdrücklich vereinbart, besteht kein Anspruch des Kunden auf Nennung des Urhebers.

X. Mängelrechte (Gewährleistung)

1. Die Agentur schuldet die Erstellung eines Werkes, das den vereinbarten Spezifikationen entspricht. Inhaltliche Bewertungen durch Dritte (z. B. Noten, Prüfungsergebnisse, Verlagsentscheidungen, wirtschaftlicher Erfolg) sind nicht geschuldet.

2. Ist der Kunde Unternehmer, hat er das gelieferte Werk innerhalb von 7 Werktagen nach Zugang zu prüfen und etwaige offensichtliche Mängel innerhalb dieser Frist in Textform zu rügen. Unterbleibt die rechtzeitige Rüge, gilt das Werk im Hinblick auf offensichtliche Mängel als genehmigt.

3. Ist der Kunde Verbraucher, wird er gebeten, das gelieferte Werk zeitnah zu prüfen und offensichtliche Mängel möglichst innerhalb von 7 Werktagen in Textform anzuzeigen. Die Unterlassung einer Anzeige berührt die gesetzlichen Mängelrechte des Verbrauchers nicht.

4. Bei berechtigten Mängelrügen steht der Agentur zunächst das Recht zur Nachbesserung innerhalb angemessener Frist zu. Schlägt die Nachbesserung fehl, kann der Kunde die Vergütung in angemessenem Umfang mindern oder vom Vertrag zurücktreten. Weitergehende Ansprüche richten sich nach § XI (Haftung) dieser AGB.

5. Eine Gewährleistung für einen bestimmten äußeren Erfolg wird nicht übernommen.

6. Die Agentur erstellt die Texte eigenständig. Eine Haftung für Plagiate ist ausgeschlossen, soweit diese auf vom Kunden bereitgestellten Inhalten, Quellen oder Vorgaben beruhen. Eine besondere Prüfung mittels spezieller Plagiatssoftware ist nur geschuldet, wenn dies ausdrücklich vereinbart wurde.

XI. Haftung

1. Die Haftung der Agentur auf Schadensersatz – gleich aus welchem Rechtsgrund – ist nach Maßgabe der folgenden Bestimmungen beschränkt.

2. Die Agentur haftet unbeschränkt

- a) bei Vorsatz und grober Fahrlässigkeit,
- b) für Schäden aus der Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit,
- c) bei Übernahme einer ausdrücklich als solchen bezeichneten Garantie.

3. Bei einfacher Fahrlässigkeit haftet die Agentur nur bei Verletzung einer wesentlichen Vertragspflicht (Kardinalpflicht). In diesem Fall ist die Haftung der Höhe nach auf den typischerweise vorhersehbaren Schaden, maximal jedoch auf die Höhe der vereinbarten Vergütung begrenzt.

4. Wesentliche Vertragspflichten sind solche Pflichten, deren Erfüllung die ordnungsgemäße Durchführung des Vertrages überhaupt erst ermöglicht und auf deren Einhaltung der Kunde regelmäßig vertrauen darf.

5. Soweit sich aus den vorstehenden Absätzen nichts anderes ergibt, ist eine weitergehende Haftung der Agentur ausgeschlossen. Insbesondere haftet die Agentur nicht für mittelbare Schäden, entgangenen Gewinn, ausgebliebene Beförderungen, entgangene Karrierechancen, die Nichtannahme oder Nichtveröffentlichung von Texten durch Dritte oder vergleichbare Folgeschäden. Eine Haftung für das Ausbleiben eines bestimmten äußeren Erfolgs insbesondere für das Bestehen von Prüfungen, das Erreichen bestimmter Noten, den Abschluss von Verlagsverträgen oder eine bestimmte berufliche oder wirtschaftliche Entwicklung des Kunden ist ausgeschlossen.

(Agentur)

(Kunde)
