



## **AGB (Nutzungsbedingungen) für Advertiser**

### **Präambel**

Die Media-Part GmbH, Friedensallee 38, D-22765 Hamburg (nachfolgend „Media-Part“) ist eine Full-Service-Agentur im Influencer Marketing. Sie akquiriert und berät Werbekunden („Advertiser“), konzipiert und plant Influencer-Kampagnen, engagiert und koordiniert Influencer und ist verantwortlich für die gesamte Kampagnenumsetzung.

Der Advertiser ist eine juristische Person und möchte im Bereich Influencer-Marketing mit Media-Part kollaborieren.

### **§ 1 Vertrag**

(1) Der Vertrag zwischen dem Advertiser und Media-Part kommt durch Ausfüllen und Absenden der unterschriebenen Auftragsbestätigung oder durch eine unterschriebene Rahmenvereinbarung zu Stande. Mit dem Absenden der ausgefüllten Auftragsbestätigung bzw. der ausgefüllten Rahmenvereinbarung erkennt der Advertiser die Geltung dieser Nutzungsbedingungen im Rahmen der Zusammenarbeit als verbindlich an.

(2) Alle Angaben des Advertisers müssen wahrheitsgemäß sein.

(4) Soweit der Advertiser als Kleinunternehmer über keine Umsatzsteuer-Identifikationsnummer verfügt, sondern lediglich über eine Steuernummer, hat er dies im Rahmen der Auftragsbestätigung entsprechend anzugeben. Als Kleinunternehmer wird keine Umsatzsteuer auf die durch den Advertiser erbrachten Leistungen erhoben oder in Rechnung gestellt. Sofern sich der steuerliche Status des Advertisers als Kleinunternehmer ändert, hat der Advertiser dies Media-Part zusammen mit seiner Umsatzsteuer-Identifikationsnummer unverzüglich mitzuteilen. Unverzüglich ist die Mitteilung, wenn sie vor der nächsten Abrechnung der Media-Part über Leistungen des Advertisers vorliegt.

(5) Zumutbare Änderungen dieser Nutzungsbedingungen werden dem Advertiser in Textform, d.h. schriftlich oder per E-Mail mitgeteilt. Widerspricht der Advertiser diesen Änderungen nicht innerhalb von sechs Wochen nach Zugang der Mitteilung, gelten die Änderungen als anerkannt.

(6) Der Advertiser ist nicht berechtigt, auf Basis von Informationen, die er durch Nutzung des Media-Part-Marktplatzes oder durch eine andere Art von Kommunikation mit einem Media-Part Mitarbeiter erhalten hat, mit einem Influencer bzw. dessen Vertreter in direkten Kontakt zu treten und ohne Media-Part diese oder eine andere Kampagne direkt durchzuführen. Dieses hat für mindestens zwölf Monate nach Kenntnisnahme des Advertisers der jeweils vorgestellten Influencer bestand und schließt eine direkte Kooperation zwischen dem Advertiser und dem Influencer bzw. dessen Vertreter während dieses Zeitraumes aus. Sollte der Advertiser und der Influencer trotzdem eine Kooperation durchführen, greift § 5.3.

(7) Bei Verstoß gegen die Regelungen dieser AGB kann Media-Part das Vertragsverhältnis mit sofortiger Wirkung beenden. Rechtsanspruch auf die Rechnungsstellung für die noch ausstehenden Zahlungen der vereinbarten Kooperation haben für Media-Part fortbestand und werden nach Rechnungsstellung sofort fällig.

### **§ 2 Zusammenarbeit**

(1) Den jeweils angebotenen Influencer-Inhalt wird der Influencer nach Erteilung des Zuschlages durch den Advertiser gemäß den Spezifikationen im Briefing produzieren.



(2) Treten Verzögerungen oder Probleme bei der Produktion der Influencer-Inhalte auf, so hat Media-Part den Advertiser unverzüglich darüber zu unterrichten. Media-Part kann unverzüglich nach Unterrichtung des Advertisers nach eigenem Ermessen entscheiden, ob eine verzögerte Veröffentlichung noch von Interesse ist (insbesondere wegen der etwaigen Bindung an Kampagnen und deren zeitliche Gestaltung). Soweit nicht in der Auftragsbestätigung anders vereinbart, handelt es sich bei dem Veröffentlichungstermin stets um ein Fixgeschäft. Media-Part steht zudem das Recht zu, jederzeit in Absprache mit dem Advertiser vorgeschlagene und besprochene Influencer mit und ohne triftigen Grund auszutauschen.

(3) Im Falle von vereinbarten Freigabeprozessen für Influencer-Inhalte im Rahmen des Vertrages verpflichtet sich der Advertiser, Nachfragen, Gesuche um Freigabe und sonstige kampagnenrelevante Anliegen Media-Parts innerhalb von 24 Stunden zu bearbeiten. Geschieht dies nicht innerhalb der genannte Frist, so fällt Media-Part die alleinige Entscheidungsgewalt zu in den jeweiligen Sachlagen.

(4) Nach Fertigstellung der Produktion stellt der Influencer den Influencer-Inhalt entsprechend der Fertigstellungsfrist in der Auftragsbestätigung dem Advertiser zur Verfügung, indem der Influencer gemäß den jeweils anwendbaren Plattform-Bestimmungen (i) den jeweils vertraglichen Influencer-Inhalt veröffentlicht, (ii) zum definierten Datum (Fixtermin) den Link und/oder den Content an Media-Part übermittelt und (iii) während der Dauer von mindestens 365 Kalendertagen auf YouTube, Instagram und Facebook oder gemäß entsprechend sonstiger Vereinbarung für andere Plattformen auf seinem Plattform-Kanal zur Verfügung stellt.

(5) Der Advertiser hat das Recht, die Produktion eines Influencer-Inhalts jederzeit abzubrechen. Auch nach Veröffentlichung des Influencer-Inhalts kann der Advertiser jederzeit vom Influencer verlangen, dass der Influencer einen Influencer-Inhalt nicht mehr veröffentlicht oder in irgendeiner Form zum Abruf bereithält.

(6) Der Advertiser hat im Media-Part Monitoring Tool die Möglichkeit die öffentlich zugänglichen KPI-Daten der jeweiligen Postings des Influencers abzurufen. Hierzu zählen z.B. die Views pro Posting, Engagements, Anzahl von Kommentaren sowie Interaktionen.

### **§ 3 Vergütung**

(1) Der Advertiser beauftragt Media-Part mit der Auszahlung des Entgelts an die Influencer.

(2) Alle Preise sind Nettopreise und gelten zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer soweit anwendbar.

(3) Es wird pauschal eine Bezahlung per Vorkasse über das vereinbarte Budget laut Auftragsbestätigung vereinbart. Es erfolgt die Abrechnung (Rechnung) zzgl. ggf. anfallender gesetzlicher Umsatzsteuer. Erst nach vollständigem Eingang der Rechnungssumme auf dem Konto von Media-Part werden die Influencer-Inhalte auf den entsprechenden Social Media Kanälen des Influencers publiziert. Geänderte Zahlungsbedingungen können in einer gesonderte Vereinbarung oder in der Auftragsbestätigung bzw. dem Rahmenvertrag festgehalten werden. Sollte dieses der Fall sein, haben diese primären Vorrang gegenüber dieser Klausel in den AGB von Media-Part.

(4) Wird die Produktion eines Influencer-Inhalts vor oder nach dem Fertigstellungstermin durch den Advertiser aus triftigem Grund abgebrochen, so erhält der Influencer kein Entgelt (allenfalls eine Stornogebühr). Die Bezahlung der Leistungen von Media-Part bleiben davon unberührt und werden natürlich vergütet.

(5) Ebenfalls erhält der Influencer keine Vergütung, wenn sein Influencer-Inhalt gegen die vertraglich vereinbarten Inhalte verstößt, insbesondere gegen die in der Auftragsbestätigung definierten NoGos. Bei einem Streit über das Vorliegen oder Nichtvorliegen von NoGos oder eine vertragliche Verletzung hat das diesbezügliche Entscheidungsrecht der Advertiser, wobei die Entscheidung durch ein Gericht



überprüft werden kann. Wegen des Fixgeschäfts-Charakters entfällt insoweit die Möglichkeit der Nacherfüllung bzw. Nachbesserung, auf die der Influencer gleichzeitig verzichtet.

(6) Vorstehendes Recht nach Abs. 5 auf Nichtzahlung wegen Mängeln am Influencer-Inhalt bzw. einer behaupteten Nichteinhaltung von NoGos besteht nicht, wenn der von dem Influencer produzierte Influencer-Inhalt länger als 14 Tage (YouTube), bzw. 3 Tage (Instagram) bzw. gemäß sonstiger Vereinbarung nach dem vereinbarten Veröffentlichungsdatum abrufbar war.

#### **§ 4 Rechte, Datenschutzbestimmungen**

(1) Die von dem Advertiser hinterlegten personenbezogenen und unternehmensbezogenen Daten werden im Rahmen der vom Advertiser abgegebenen Datenschutzerklärung sowie gemäß den gesetzlichen Vorschriften des Datenschutzrechtes, insbesondere denjenigen des Bundesdatenschutzgesetzes (BDSG) sowie des Telemediengesetzes (TMG) verwendet.

(2) Der Advertiser räumt Media-Part das uneingeschränkte zeitliche und räumliche Recht ein, mit dem Projekt zu werben und dazu auch den Unternehmensnamen sowie Projektdetails des Advertisers zu veröffentlichen, zu bearbeiten und zu verwerten. Die Nutzungsrechte werden für alle zum Zeitpunkt des Vertragsabschlusses bekannten Nutzungsarten eingeräumt.

(3) Sollte der Advertiser gegen §2.7 verstoßen, so ist Media-Part berechtigt, eine Entschädigungsgebühr in Höhe von 10.000 Euro netto dem Advertiser in Rechnung zu stellen. Diese Summe gilt unabhängig von der Budgethöhe der möglichen Kooperation zwischen dem Advertiser und dem Influencer.

#### **§ 5 Haftung**

(1) Für andere als durch Verletzung von Leben, Körper und Gesundheit entstehende Schäden haftet Media-Part lediglich, soweit diese auf vorsätzlichem oder grob fahrlässigem Handeln oder auf schuldhafter Verletzung einer wesentlichen Vertragspflicht (sog. „Kardinalpflicht“, d. h. eine Verpflichtung, deren Erfüllung die ordnungsgemäße Durchführung des Vertrages überhaupt erst ermöglicht und auf deren Einhaltung der Vertragspartner regelmäßig vertraut und vertrauen darf) durch Media-Part oder deren Erfüllungsgehilfen beruhen.

(2) Eine darüber hinausgehende Haftung auf Schadenersatz ist ausgeschlossen. Insbesondere ist der Ersatz des entgangenen Gewinns, mittelbarer Schäden sowie sonstiger Vermögensschäden im Falle einfacher Fahrlässigkeit ausgeschlossen. Die Bestimmungen des Produkthaftungsgesetzes bleiben hiervon unberührt; unbeschränkt bleibt darüber hinaus die Haftung für das arglistige Verschweigen eines Mangels, für eine ausdrücklich garantierte Beschaffenheit sowie für Personenschäden.

(3) Sofern Media-Part fahrlässig eine wesentliche Vertragspflicht verletzt, ist die Ersatzpflicht auf den typischerweise vorhersehbaren Schaden, in jedem Fall aber auf die Höhe von 5.000,00 EUR beschränkt.

(4) Media-Part haftet nicht für den Verlust von Daten, wenn der Schaden bei ordnungsgemäßer Datensicherung im Verantwortungsbereich des Influencers nicht eingetreten wäre. Von einer ordnungsgemäßen Datensicherung ist dann auszugehen, wenn der Advertiser die Datenbestände mindestens täglich in maschinenlesbarer Form nachweislich sichert und damit gewährleistet, dass diese Daten mit vertretbarem Aufwand wieder hergestellt werden können. Die Haftung von Media-Part für den Verlust von Daten wird auf den typischen Wiederherstellungsaufwand beschränkt, der bei ordnungsgemäßer Datensicherung eingetreten wäre.

(5) Der Influencer und Advertiser sind allein dafür verantwortlich, dass die jeweiligen Influencer-Inhalte den Nutzungsbedingungen der jeweiligen Plattform und geltendem Recht entsprechen.



(6) Der Advertiser stellt Media-Part von allen Ansprüchen Dritter frei, insbesondere solche, die auf einer Verletzung von Urheberrecht, Markenrecht, Wettbewerbsrecht, Medienrecht, Steuerrecht oder anderen vertraglichen Pflichten vom Advertiser entstehen.

(7) Media-Part haftet nicht für etwaige aus der Verletzung der Pflicht zum Ausweisen der Umsatzsteuer resultierende Steuernachforderungen, etwaige Zinsen oder andere daraus entstehende Schäden, sofern diese auf mangelnden oder falschen Angaben des Advertisers beruhen. Fehlerhafte Angaben oder eine mangelnde Unterrichtung gehen zu Lasten des Advertisers. Der Advertiser stellt Media-Part von Ansprüchen Dritter frei. Media-Part erbringt lediglich die Vermittlung des Auftrags zwischen dem Influencer und dem Advertiser. Media-Part haftet daher nicht für die Zahlung der Vergütung vom Advertiser an den Influencer. Für Inhalte der Influencer, Briefings und Angebote ist Media-Part nicht verantwortlich. Media-Part überprüft diese Influencer-Inhalte nicht und übernimmt daher auch keinerlei Gewähr für die Richtigkeit der von dem Influencer oder Advertiser hinterlegten Projektdaten, Qualifikationen, Angaben zur Identität, Bankdaten etc. Ebenso wenig überprüft Media-Part, ob und inwieweit der von dem Influencer erstellte Influencer-Inhalt den Anforderungen an das Briefing entspricht.

## **§ 6 Geheimhaltung**

(1) Der Advertiser verpflichtet sich, über die Kooperation mit Media-Part Stillschweigen zu bewahren. Hierunter fallen alle Informationen, die innerhalb und außerhalb der Plattform kommuniziert werden, insbesondere Auftragsbestätigungen und Angaben des Advertisers, die Höhe von Vergütungen oder Vergütungssätze sowie Inhalte, die in direkter Kommunikation mit dem Influencer entstehen. Als geheimhaltungsbedürftige Informationen gelten ebenso Informationen von Media-Part.

(2) Dem Advertiser ist es insbesondere untersagt, diese Informationen im Internet, insbesondere in sog. sozialen Netzwerken und Medien zu verbreiten, bekanntzugeben oder in sonstiger Form zu veröffentlichen.

(3) Von dieser Verpflichtung ausgenommen sind solche Informationen, die

a. dem Advertiser bereits vorher ohne Verpflichtung zur Geheimhaltung bekannt waren

oder

b. allgemein bekannt sind oder werden, ohne dass dies der Advertiser zu vertreten hat

oder

c. dem Advertiser von einem Dritten ohne Geheimhaltungsverpflichtung mitgeteilt bzw. überlassen werden

oder

d. aufgrund rechtlicher Vorschriften Behörden zugänglich zu machen sind

oder

e. von Media-Part gegenüber dem Advertiser zur Bekanntmachung schriftlich freigegeben worden sind.

## **§ 7 Schlussbestimmungen**

(1) Leistungs-, Zahlungs- und Erfüllungsort ist der Sitz von Media-Part.



(2) Für diese Vereinbarung gilt ausschließlich das Recht der Bundesrepublik Deutschland unter Ausschluss des internationalen Privatrechts sowie unter Ausschluss des UN-Kaufrechts über den internationalen Warenkauf (CISG), auch wenn eine Vertragspartei ihren Firmensitz im Ausland hat.

(3) Ausschließlicher Gerichtsstand für sämtliche Streitigkeiten aus dem Vertragsverhältnis mit dem Advertiser ist Hamburg.

(4) Für etwaige Vereinbarungen zwischen Advertiser und Media-Part untereinander wird ebenfalls das Recht der Bundesrepublik Deutschland unter Ausschluss des internationalen Privatrechts sowie unter Ausschluss des UN-Kaufrechts über den internationalen Warenkauf (CISG) vereinbart; Advertiser und Media-Part können davon untereinander abweichende Vereinbarungen treffen.

(5) Sollte eine Bestimmung dieser Nutzungsbedingungen unwirksam sein oder werden, so berührt dies die Gültigkeit der Bestimmungen im Übrigen nicht. Anstelle der unwirksamen Bestimmung gelten die einschlägigen gesetzlichen Vorschriften.

Stand: 01.05.2016

// Letztes Update: 16. März 2017