

# Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB) für Firmenkunden

Die nachfolgenden AGB gelten für alle Services der ReachHero GmbH, Karl-Liebknecht-Str. 32, 10178 Berlin.

## § 1 Allgemeines

(1) Die vorliegenden allgemeinen Geschäftsbedingungen gelten für alle geschäftlichen Beziehungen mit unseren Auftraggebern (nachfolgend: „Brands“), insbesondere für geschäftliche Beziehungen die über die Plattform, per E-Mail oder per Telefon geschlossen wurden. Verträge zwischen ReachHero und der Brand kommen nur zustande, wenn die Brand Unternehmer (§ 14 BGB), juristische Personen des öffentlichen Rechts oder ein öffentlich-rechtliches Sondervermögen ist.

(2) ReachHero bietet der Brand eine Plattform, auf der sie die Erstellung von Werbekampagnen (u.a. Product Placement Kampagnen, Performance Kampagnen und Give-away Kampagnen, nachfolgend zusammen: Kampagnen) in sozialen Medien einschließlich Blogs (nachfolgend: Social Media) nach ihren Vorstellungen beauftragen können. ReachHero nimmt diese Aufträge entgegen und lässt sie dann von Werbern, Prominenten des Internets, Bloggern und Videoherstellern (nachfolgend: Influencer) als Subunternehmer anfertigen. Die Influencer stellen die Kampagnen nach den Vorstellungen der Brand im Auftrag von ReachHero fertig und veröffentlichen diese.

(3) Die AGB von ReachHero gelten ausschließlich. Abweichende, entgegenstehende oder ergänzende Allgemeine Geschäftsbedingungen der Brand werden nur dann und insoweit Vertragsbestandteil, als ReachHero ihrer Geltung ausdrücklich zugestimmt haben. Dieses Zustimmungserfordernis gilt in jedem Fall.

(4) Rechtserhebliche Erklärungen und Anzeigen, die nach Vertragsschluss von der Brand gegenüber ReachHero abgegeben sind (z.B. Fristsetzungen, Mängelanzeigen, Erklärung von Rücktritt oder Minderung), bedürfen zu ihrer Wirksamkeit mindestens der Textform.

(5) Hinweise auf die Geltung gesetzlicher Vorschriften haben nur klarstellende Bedeutung. Auch ohne eine derartige Klarstellung gelten daher die gesetzlichen Vorschriften, soweit sie in diesen AGB nicht unmittelbar abgeändert oder ausdrücklich ausgeschlossen werden.

## § 2 Registrierung, Nutzung, Account

(1) Die Brand verpflichtet sich bei der Registrierung wahrheitsgemäße Angaben zu machen und sich nicht als eine andere Person oder Unternehmen auszugeben oder einen Namen zu verwenden, für dessen Gebrauch sie keine Berechtigung hat.

(2) Die Brand verpflichtet sich, nur einen Account anzulegen. Die Brand ist nicht berechtigt, ihren Account ohne schriftliche Erlaubnis seitens ReachHero an Dritte zu übertragen.

(3) Die Brand ist allein für die Sicherheit ihres Passwortes verantwortlich. Eine Weitergabe an Dritte ist nicht gestattet. Ist das Passwort Dritten bekannt geworden, so ist die Brand gehalten, ihr Passwort unverzüglich zu ändern. Sie ist insoweit für das Verhalten ihrer Mitarbeiter verantwortlich und hat diese ordnungsgemäß zu unterweisen.

(4) Die Brand verpflichtet sich, keine Inhalte mit Viren, Trojanern oder sonstigen Programmierungen, die das System von ReachHero schädigen können, zu übermitteln. Bei Zuwiderhandlung wird die Brand sofort von der Nutzung der ReachHero-Plattform ausgeschlossen. Sie hat in diesem Falle ReachHero jedweden Schaden zu ersetzen, der durch eine schuldhafte Verletzung der vorstehenden Verpflichtungen entstanden ist.

(5) Die Brand verpflichtet sich, keine Werbung oder unzutreffende Warnungen vor Viren, Fehlfunktionen und dergleichen zu verbreiten oder zur Teilnahme an Gewinnspielen, Schneeballsystemen, Kettenbrief-, Pyramidenspiel- und vergleichbaren Aktionen aufzufordern.

(6) Bei jeder Nutzung der Plattform ist die Brand verpflichtet, die in diesen Teilnahmebedingungen niedergelegten Regeln einzuhalten und anzuerkennen. Bei Verstoß gegen diese Regelungen, kann die Brand mit sofortiger Wirkung von der Nutzung der ReachHero-Plattform ausgeschlossen werden.

(7) Die Brand kann ihren Benutzer-Account jederzeit löschen lassen. Sie informiert ReachHero über ihren Wunsch, den Account zu löschen, per E-Mail. Die Löschung wird innerhalb von zehn Tagen vorgenommen.

## § 3 Vertragsschluss, Leistungsbeschreibung

(1) Ein wirksamer Vertrag kommt nur zustande, wenn die Brand Unternehmer (§ 14 BGB), juristische Personen des öffentlichen Rechts oder ein öffentlich-rechtliches Sondervermögen ist. Wird ReachHero von einem Verbraucher beauftragt, so behält sich ReachHero vor, die Annahme binnen 14 Tagen ab Kenntnis von der Verbrauchereigenschaft zu widerrufen.

(2) Die Brand erstellt bei ReachHero ein Angebot für die Veröffentlichung einer Kampagne. Die Brand hat zunächst die Wahl, ob sie eine Product Placement Kampagne, eine Performance Kampagne oder eine Give-away Kampagne erstellen möchte. Es wird klargestellt, dass es sich bei der von ReachHero als Product Placement Kampagne bezeichneten Kampagnenart nicht um ein Product Placement im rechtlichen Sinne handeln muss. Der genaue Inhalt der jeweiligen Kampagnen wird von der Brand selbst vorgegeben.

(3) Die Brand hat bei allen Kampagnenarten zwingend Angaben darüber zu machen, welche Werbekennzeichnungen an dem Content anzubringen sind. Es obliegt der Brand, bei der Kampagnenbeschreibung dem Influencer genaue Vorgaben zu machen, welche Kennzeichnung in welcher Form und für welchen Zeitraum an dem Content vom Influencer anzubringen sind.

#### **(4) Product Placement Kampagne:**

(a) Hierbei kann die Brand zunächst wählen, für welchen Social Media Kanal sie ihre Kampagne erstellen möchte. Sodann trifft die Brand eine weitere Auswahl, z.B. des Videotyps oder der Art des Contents (Text, Bild, etc.). ReachHero gibt die Arten und Kategorien der angebotenen Kanäle und Dateitypen vor und behält sich vor, diese jederzeit zu ändern, sofern es dies für die Ausgestaltung seines Angebots für erforderlich hält. Ein Anspruch der Brand, die Kampagne in einem bestimmten Dateityp erstellen zu lassen, besteht nicht. Darüber hinaus kann die Brand in ihrem Angebot ihre Wünsche hinsichtlich der zu erstellenden Kampagne detailliert beschreiben. Die Brand gibt eine Preisspanne für die zu veröffentlichende Kampagne an. Die Brand ist verpflichtet, die Beschreibung ihrer gewünschten Kampagne so genau wie möglich anzugeben, um zukünftige Auseinandersetzungen hinsichtlich des Inhalts und des Erscheinungsbildes der Kampagne zu vermeiden.

(b) Die Einstellung des o.g. Angebots gilt als verbindliches Vertragsangebot.

(c) ReachHero prüft nach Eingang des Angebots, ob die gewünschte Kampagne realisierbar ist. Insbesondere behält sich ReachHero die Prüfung hinsichtlich beleidigender, rassistischer, anderweitig diffamierender oder strafbarer Inhalte vor. In einem solchen Fall erfolgt eine Mitteilung, dass die beauftragte Kampagne nicht produziert werden kann. Eine Annahme wird dann nicht erfolgen.

(d) ReachHero leitet den Auftrag der Brand an registrierte Influencer weiter, damit diese als Subunternehmer im Auftrag von ReachHero das Angebot prüfen und sich um eine Ausführung bewerben können. Bei Interesse geeigneter Influencer legt ReachHero der Brand deren Angebote vor. Die Brand kann diese Angebote auf Kompatibilität mit dem eigenen Angebot prüfen. Die Annahme oder Ablehnung eines dieser Angebote durch die Brand hat unverzüglich zu erfolgen. Im Fall der Annahme werden die nach § 6 der AGB zu zahlenden Entgelte sofort fällig.

Lehnt die Brand alle unterbreiteten Vorschläge ab, unterbreitet ReachHero neue, von Influencern erstellte Vorschläge. Die Brand hat das Recht, bis zu zwei Runden an Vorschlägen abzulehnen. Lehnt sie auch beim dritten Mal ihr unterbreitete Vorschläge ab, behält sich ReachHero vor, vom Vertrag zurückzutreten.

Hat die Brand sich für ein Angebot eines Influencers entschieden und ist ReachHero nach Prüfung des Angebots der Brand zu dem Schluss gekommen, der Brand die gewünschte Kampagne erstellen zu können, erfolgt die Annahme des Angebots per Mitteilung an die Brand.

(e) ReachHero verpflichtet sich, die direkte Kommunikation zwischen Brand und Influencer zu ermöglichen, um Feinabstimmungen hinsichtlich der Einzelheiten der Kampagne zu ermöglichen und so das bestmögliche Ergebnis zu erzielen. Mit Eingang der fälligen Zahlung wird die Kommunikation zwischen der Brand und dem Influencer freigeschaltet. Die Brand ist dabei verpflichtet, vom ursprünglichen eingestellten Produktionsauftrag nicht abzuweichen und die Kalkulationsgrundlage von ReachHero und des Influencers zu respektieren. Die Kommunikation zwischen Brand und Influencer dient der Absprache von Details und Einzelheiten, nicht jedoch der Änderung des ursprünglichen Auftrages.

(f) Sobald die Kampagne von dem Influencer erstellt wurde, wird ReachHero die Brand darüber informieren und Zugang zum Content ermöglichen, damit die Brand diesen prüfen kann. Die Brand hat dabei insbesondere zu überprüfen, ob die notwendigen Werbekennzeichnungen an dem Content angebracht sind und die gesetzlichen Vorschriften bezüglich etwaiger Kennzeichnungspflichten beachtet wurde. Sofern das erstellte Kampagnenmaterial nicht wesentlich vom ursprünglichen Auftrag abweicht, ist die Brand zur Abnahme durch Freigabe der Kampagne verpflichtet. Auf eine Abweichung kann sich die Brand nicht beziehen, wenn sie zuvor

nicht hinreichende Angaben zur Erstellung der Kampagne gemacht hat. Die Kampagne wird nach der Abnahme auf den jeweils ausgewählten Kanälen des Influencers veröffentlicht.

(g) Die Abnahme des Contents hat innerhalb einer Woche nach Bekanntgabe durch ReachHero zu erfolgen. Einwendungen sind ebenfalls innerhalb einer Woche gegenüber ReachHero geltend zu machen. Erteilt die Brand innerhalb dieser Frist weder die Freigabe noch macht sie Einwendungen geltend, so gilt nach Ablauf der Frist der erstellte Content als abgenommen und zur Veröffentlichung abgenommen. Der Content wird sodann veröffentlicht.

#### **(5) Performance Kampagne:**

(a) Die Brand kann auf der Plattform eine Performance Kampagne starten. Dabei verweist der Influencer mittels eines Links auf Inhalte, die bereits von der Brand erstellt wurden (Call to Action). Der von ReachHero zur Verfügung gestellte Link ist ein von ReachHero generierter sogenannter Tracking-Link, mit dessen Hilfe die Aktionen (z.B. Klicks, Installs, Reservierungen etc.) verfolgt werden können. Die Influencer, denen der Tracking-Link zur Verfügung gestellt wird, werden diesen in ihren sozialen Netzwerken und auf anderen, von ReachHero gestützten Kanälen veröffentlichen. Die Veröffentlichung erfolgt erst nach Freigabe durch die Brand, sofern die Brand die Freigabe bei Erstellung der Kampagne nicht deaktiviert hat. Schaltet die Brand die Teilnahme nicht binnen 72 Stunden frei, erfolgt die Freischaltung des Links automatisch. Auf der Plattform macht die Brand Angaben zur Art der Vergütung (z.B. pro Klick, pro Conversion, pro Registrierung, etc.) („Cost per Action“) sowie zur Höhe des Budgets der Kampagne. Zudem ist zwingend eine Beschreibung des zu bewerbenden Produktes bzw. der zu bewerbenden Dienstleistung anzugeben. Sodann stellt die Brand den Link zu ihrer Kampagne zur Verfügung.

(b) Das Veröffentlichen des Links auf der Plattform gilt als verbindliches Vertragsangebot.

(c) ReachHero überprüft nach Eingang des Links, ob die gewünschte Kampagne beleidigende, rassistische, anderweitig diffamierende oder strafbare Inhalte enthält. In einem solchen Fall erfolgt eine Mitteilung, dass die beauftragte Kampagne nicht veröffentlicht werden kann. Eine Annahme wird dann nicht erfolgen.

(d) Ist ReachHero nach Prüfung der Kampagne zu dem Schluss gekommen, die Kampagne der Brand veröffentlichen zu können, so stellt ReachHero den Link mit der von der Brand gemachten Beschreibung sowie den angegebenen Konditionen der Kampagne auf seiner Plattform den Influencern zur Verfügung. Dadurch erklärt ReachHero die verbindliche Annahme des Vertrages.

(e) Ist das von der Brand angegebene Budget der Kampagne aufgebraucht, wird die Kampagne von ReachHero gestoppt. Die Links stehen dann nicht weiter zur Verfügung. Da die Aktualisierung der Klicks lediglich im 2-Minuten-Takt erfolgt, kann es zu einer Überschreitung des zuvor von der Brand eingestellten Budgets kommen, wenn nach Überschreitung des Budgets weitere Klicks erfolgen, die erst bei der nächsten Aktualisierung erfasst werden.

(f) Der Brand steht es frei, die von ihr eingestellte Performance Kampagne jederzeit zu stoppen. Sobald die Kampagne von der Brand gestoppt wurde, wird über die jeweilige Kampagne abgerechnet. Eine einmal gestoppte Performance Kampagne kann nicht wieder gestartet werden.

(g) ReachHero steht es frei, die Performance Kampagnen nach eigenem Ermessen jederzeit zu beenden und mit der Brand abzurechnen. ReachHero wird eine Kampagnen insbesondere dann beenden, wenn das von der Brand angegebene Budget auch nach längerer Zeit nicht verbraucht wurde oder wenn zu wenige oder keine Influencer an der Kampagne teilgenommen haben.

(h) Die Brand hat die Möglichkeit, zu jeder eingestellten Performance Kampagne auf einer Liste diejenigen Influencer einzusehen, die an der Kampagne teilnehmen. Die Brand kann jeden Influencer einzeln von der Teilnahme an einer Kampagne oder mehrerer ausschließen oder vollständig für die Teilnahme an allen Kampagnen der Brand sperren. Eine Kommunikation zwischen Brand und Influencer ist anders als bei der Product Placement Kampagne nicht möglich.

#### **(6) Give-away Kampagne:**

(a) Inhalt der Give-away Kampagne ist die Vermittlung von Kontakten zu Influencern durch ReachHero an die Brand. ReachHero tritt bei dieser Kampagnenart lediglich als Vermittler zu den Influencern auf. Eine eigene vertragliche Verpflichtung von ReachHero, die Kampagne zu erstellen oder Inhalte zu produzieren besteht nicht. Diese Verpflichtung liegt nach Abschluss der Vermittlung ausschließlich bei den Influencern. Die von ReachHero vermittelten Influencer haben dabei regelmäßig höchstens 30.000 Abonnenten, Follower, Subscriber o.ä.

(b) Bei dieser Kampagnenart kann die Brand ebenfalls zunächst den von ihr gewünschten Social Media Kanal wählen, auf dem sie ihre Kampagne erstellen möchte. Anschließend macht die Brand Angaben zu dem von ihr zur Verfügung gestellten und zu bewerbenden Give-away. Die Brand trifft sodann eine Auswahl darüber, wie viele Kontakte ihr vermittelt werden sollen. Dabei kann die Brand jeweils Pakete mit Kontakten in verschiedenen Größen erwerben.

(c) ReachHero leitet das von der Brand erstellte Profil den in Frage kommenden Influencern weiter. Diese können sich auf die Kampagne der Brand bewerben. Die Bewerbungen der Influencer sind verbindliche Vertragsangebote zur Ausführung der Kampagne. Die eingegangenen Bewerbungen der Influencer übermittelt ReachHero sodann der Brand. Die Brand hat nun die Gelegenheit, die Bewerbungen der Influencer zu prüfen. Mit der Auswahl eines oder mehrerer Influencer beauftragt die Brand den oder die Influencer verbindlich, das von ihr bereitgestellte Give-away zu bewerben. Die Brand ist verpflichtet, das Give-away nach Vertragsschluss an den bzw. die Influencer zu übermitteln.

(d) ReachHero verpflichtet sich, die direkte Kommunikation zwischen Brand und Influencer zu ermöglichen, um Feinabstimmungen hinsichtlich der Einzelheiten der Kampagne zu ermöglichen und so das bestmögliche Ergebnis zu erzielen. Die Kommunikation zwischen Brand und Influencer dient der Absprache von Details und Einzelheiten, nicht jedoch der Änderung des ursprünglichen Auftrages, insbesondere nicht der Vereinbarung einer gesonderten Vergütung.

(e) Sobald die Kampagne von dem Influencer erstellt wurde, wird ReachHero die Brand darüber informieren. Eine Überprüfung durch ReachHero findet im Rahmen der Give-away Kampagnen ausdrücklich nicht statt. Der Inhalt wird nach Fertigstellung veröffentlicht. Einwände gegen den Content hat die Brand direkt beim Influencer geltend zu machen.

(f) ReachHero übernimmt keine Haftung und keine Gewähr über die Durchführung der vermittelten Aufträge im Rahmen der Give-away Kampagnen und wird diese auch nicht überprüfen. Das Rechtsverhältnis bzgl. der Kampagnen betrifft allein die beteiligte Brand und den Influencer. Rechtswirkungen gegenüber ReachHero entfalten diese Verträge nicht. Die Brand kann Ansprüche aus dem von ReachHero vermittelten Vertrag ausschließlich dem Influencer gegenüber geltend machen. Gegenüber ReachHero entstehen keinerlei Ansprüche aus dem vermittelten Vertragsverhältnis.

(g) Die Brand hat jederzeit die Möglichkeit, weitere Influencer-Kontakte zu buchen. Diese können ebenfalls in den zur Verfügung stehenden Paketen gebucht werden.

(h) Sollte die Brand nach Ablauf von drei Monaten nach Einstellung ihrer Kampagne noch vermittelte Kontakte haben, mit denen es nicht zu einem Vertragsschluss zwischen der Brand und dem Influencer, gleich aus welchem Grund, gekommen ist, so ist die Brand berechtigt, bezüglich der erworbenen und nicht genutzten Kontakte eine Rückerstattung von ReachHero zu verlangen.

#### **(7) Individuelle Kampagne:**

(a) ReachHero bietet zudem sog. individuelle Kampagnen an. Bei diesen Kampagnen handelt es sich in der Regel um Product Placement Kampagnen wie unter § 3 Abs. 4 beschrieben mit der Maßgabe, dass der Inhalt der Kampagne zwischen der Brand und ReachHero selbst individuell abgestimmt wird.

(b) Verträge über individuelle Kampagnen kommen zustande, indem ReachHero der Brand nach Absprache über den Inhalt der Kampagne ein schriftliches Angebot unterbreitet. In dem Angebot werden der Inhalt der Leistung, die Leistungszeit sowie die zu zahlenden Entgelte beschrieben. Sofern die Brand mit dem Angebot einverstanden ist, erklärt sie verbindlich die Annahme des Angebots mindestens in Textform.

(c) Die Brand hat keinen Anspruch darauf, dass die Kampagne von einem oder mehreren bestimmten Influencern durchgeführt wird. Das Recht zur Auswahl der Influencer liegt ausschließlich bei ReachHero. Im Übrigen ergeben sich Inhalt und Umfang der zu erbringenden Leistungen aus dem Angebot.

(d) Im Übrigen gelten auch für die individuellen Kampagnen die Regelungen über die Abnahme gemäß § 3 Abs. 4 lit. (f) und lit. (g).

(e) Sollte die prognostizierte Untergrenze an Impressionen durch den Influencer nicht erreicht werden, so behält sich ReachHero das Recht vor, die Kampagne durch unterstützende Werbemaßnahmen zu fördern. Die Kosten für die werbliche Förderung trägt ReachHero.

#### **§ 4 Influencer Relation Management**

(1) Zusätzlich zu den unter § 3 genannten Kampagnen stellt ReachHero der Brand auch ein Influencer Relation Management – Tool („IRM“) zur Verfügung. Mit diesem Tool kann die Brand ihre Kampagnen komplett individuell kontrollieren und auch verschiedene Kampagnen miteinander verknüpfen. Sie erhält zudem einen Überblick über die mit ihr verknüpften Influencer und kann diese in dem IRM verwalten. Schließlich kann die Brand mit Hilfe des IRM selbst Influencer zur Teilnahme bei ReachHero einladen. Die Einzelheiten des Leistungsumfangs ergeben sich jeweils aus dem von der Brand gebuchten Paket und werden bei der Buchung des IRM angegeben. Im Rahmen des IRM steht der Brand bei allen Paketen eine Chat-Funktion mit den Influencern zur Verfügung.

(2) Die Preise für das IRM werden beim Buchungsprozess angegeben und sind abhängig von dem gebuchten Paket. Sie verstehen sich als Netto-Preise zzgl. MwSt. und sind mit Buchung des jeweiligen Pakets fällig und zahlbar jeweils im Voraus.

(3) Sofern die Brand das IRM nutzt, darüber Influencer zur Teilnahme bei ReachHero einlädt und mit diesen eine Kampagne durchführt, gelten in Bezug auf die von der Brand eingeladenen Influencer die § 7 Abs. 3 sowie § 10 nicht. Im Übrigen gelten für diesen Dienst die Allgemeinen Geschäftsbedingungen für SaaS-Dienste.

### **§ 5 Rücktritt und Kündigung bei Product Placement Kampagnen**

(1) ReachHero leitet die von Influencern erhaltenen Angebote für Product Placement Kampagnen an die Brand weiter. Der Brand steht es frei, die von den Influencern beschriebenen Leistungen anzunehmen oder abzulehnen. Lehnt die Brand alle ihr unterbreiteten Vorschläge ab, wird ReachHero weitere Influencer zur Erstellung der Kampagne innerhalb der angegebenen Preisspanne finden und diese wiederum der Brand vorschlagen.

(2) ReachHero behält sich vor, vom mit der Brand geschlossenen Vertrag zurückzutreten, wenn die Brand auch beim dritten Mal die von ReachHero unterbreiteten Vorschläge zur Erstellung der Kampagne ablehnt. ReachHero behält sich die Geltendmachung von Schadensersatzansprüchen für diesen Fall ausdrücklich vor.

(3) ReachHero behält sich das Recht zum Rücktritt vom Vertrag auch für den Fall vor, dass der beauftragte Influencer trotz dessen vertraglicher Verpflichtung seine Leistung nicht erbringt, ohne dass ReachHero dies zu verschulden hat. In diesem Fall wird ReachHero die Brand unverzüglich darüber informieren, dass die vertraglich geschuldete Leistung vom Influencer nicht erbracht wurde, und etwaige schon erbrachte Leistungen unverzüglich erstatten. Einen darüber hinausgehenden Anspruch auf Schadensersatz oder Ersatz vergeblicher Aufwendungen steht der Brand nicht zu.

(4) Der Brand steht es ihrerseits frei, den Rücktritt vom Vertrag zu erklären, wenn auch beim dritten Mal die von ReachHero unterbreiteten Vorschläge nicht den angegebenen Beschreibungen der Brand entsprechen. Ein Anspruch auf Ersatz der Mehraufwendungen gegen ReachHero besteht nicht, da es sich typischerweise um einen Designvertrag handelt, der geprägt ist von individuellen Vorstellungen der Vertragsparteien, so dass es typischerweise nicht unüblich ist, dass drei vorgelegte Vorschläge nicht den Vorstellungen des Auftraggebers entsprechen.

(5) Kündigt die Brand vor Fertigstellung des Auftrages, so berechnet sich die von ihr zu zahlende Vergütung wie folgt:

- Kündigung bis zum Beginn der Content-Produktion: 50% der vereinbarten Gesamtsumme
- Kündigung nach Beginn der Content-Produktion: 100% der vereinbarten Gesamtsumme

Der Brand bleibt der Nachweis unbenommen, dass ReachHero Aufwendungen erspart oder durch anderweitige Verwendung seiner Arbeitskraft erwirbt oder zu erwerben böswillig unterlässt. Entsprechendes gilt, wenn die Produktion nicht begonnen und/oder vollständig zum Abschluss gebracht werden kann, weil die Brand und/oder deren Erfüllungsgehilfen trotz - soweit die Setzung einer solchen möglich und zumutbar ist - angemessener Nachfristsetzung ihren Mitwirkungspflichten (beispielsweise der Zurverfügungstellung benötigter Materialien oder Informationen) nicht nachkommt.

### **§ 6 Urheberrecht**

(1) Nach Fertigstellung der Kampagne durch den Influencer verpflichtet sich ReachHero, der Brand das geistige Eigentum an den Inhalten der Kampagne in geeigneter Form zur Verfügung zu stellen, soweit dies für die Vertragserfüllung erforderlich ist. Hierfür wird der Brand regelmäßig ein Link zur Plattform von ReachHero mitgeteilt, unter der sie den Inhalt der Kampagne prüfen kann.

(2) Die Brand erhält an den Inhalten der Kampagne lediglich ein dahingehendes Nutzungsrecht, als dass sie den Content auf ihren eigenen Social Media Kanälen teilen sowie „embedded“ auf ihrer eigenen Homepage

integrieren darf. Dabei ist von der Brand jeweils in angemessener Weise der Urheber zu benennen. Darüberhinausgehende Nutzungsrechte, insbesondere das Recht zur Bearbeitung, Veröffentlichung, Verbreitung oder zum öffentlichen Zugänglichmachen, stehen ihr nicht zu. Für eine Übertragung von Nutzungsrechten bedarf es einer gesonderten Vereinbarung mit ReachHero.

ReachHero versichert, über alle übertragbaren Rechte an den Inhalten verfügen zu dürfen. ReachHero stellt die Brand von allen Ansprüchen des produzierenden Influencers hinsichtlich des Urheberrechts frei.

(3) Die Brand überträgt ReachHero ein einfaches Nutzungsrecht an der jeweils betroffenen Marke bzw. dem Unternehmenskennzeichen sowie an allen sonstigen geistigen Eigentumsrechten, soweit dies für die Vertragserfüllung erforderlich ist. Die Brand bestätigt ReachHero bei Vertragsschluss, dass sie über alle mit der Brand im Zusammenhangstehenden gewerblichen Schutzrechte und geistigen Eigentumsrechten verfügen darf, insbesondere hinsichtlich der Inhalte der Performance Kampagnen. Von eventuell bestehenden diesbezüglichen Ansprüchen Dritter stellt die Brand ReachHero ausdrücklich frei, einschließlich etwaiger Anwalts- und Gerichtskosten. Dieses Nutzungsrecht ist zeitlich und inhaltlich auf die Dauer der Kampagnen und deren Veröffentlichung auf den Kanälen des Influencers begrenzt. ReachHero ist berechtigt, dem produzierenden Influencer eine entsprechende Unterlizenz zu diesem Zweck zu erteilen.

(4) Im Rahmen der Give-away Kampagne ist die Brand verpflichtet, alle für die Produktion des Inhalts notwendigen Rechte dem Influencer zu übertragen. Dies betrifft insbesondere die Rechte an der jeweils betroffenen Marke bzw. dem Unternehmenskennzeichen sowie an allen sonstigen geistigen Eigentumsrechten.

## **§ 7 Entgelt und Provision**

(1) Bei der Auftragserstellung gibt die Brand einen Festpreis für die zu erstellenden bzw. zu veröffentlichenden Kampagnen nach ihren Vorstellungen ein. Im Falle einer Product Placement Kampagne bezieht sich der Preis auf die komplette Erstellung der Kampagne; bei einer Performance Kampagne gibt die Brand die Art der Kampagnen-Vergütung sowie den Preis pro Aktion an. Die Preise der Give-away Kampagnen sind Festpreise und werden von ReachHero jeweils ausgewiesen. Die Preise der individuellen Kampagne werden zwischen der Brand und ReachHero jeweils individuell vereinbart und sind auf dem Angebot ausgewiesen.

(2) ReachHero wird nur die Influencer beauftragen, die zugesagt haben, die gewünschte Kampagne für diesen Preis umsetzen zu können. Nachträgliche Auftragsänderungen der Kampagnen, die zu einer Erhöhung des vereinbarten Preises führen, sind ausschließlich an ReachHero zu erteilen. Leistungsänderungen bedürfen der Absprache mit ReachHero und den beteiligten Influencern und sind ohne Genehmigung von ReachHero nicht möglich.

(3) Die von der Brand eingestellten Preise verstehen sich netto, d.h. zuzüglich der gegebenenfalls anfallenden Umsatzsteuer.

(4) Zu dem vereinbarten Netto-Entgelt ist für die Product Placement Kampagnen eine Provision in Höhe von 20% und für die Performance Kampagnen eine Provision in Höhe von 30% des Entgelts hinzuzurechnen. Das Netto-Entgelt zzgl. Provision ergibt den insgesamt von der Brand zu zahlenden Betrag. Wird dieser Betrag zur Zahlung fällig, fällt hierauf die Umsatzsteuer an, die ebenfalls von der Brand zu zahlen ist.

(5) Das Entgelt und die Provision werden fällig, sobald ReachHero den Vertrag für die Erstellung der Kampagne mit einem Influencer geschlossen hat und der Brand dies mitgeteilt wurde. In diesem Fall erhält die Brand die Information, dass ein Influencer die beauftragte Kampagne umsetzen wird, sobald der vollständige Betrag zzgl. Umsatzsteuer von der Brand bezahlt wurde. Bezüglich der Give-away Kampagne wird die Zahlung mit Buchung der Leistungs-Pakete sofort fällig.

(6) Bei Performance Kampagnen wird der durch die Brand bei Auftragserstellung eingestellte Festpreis und die Provision fällig, sobald ReachHero den Vertrag für die Erstellung der Kampagne mit einem Influencer geschlossen hat und der Brand dies mitgeteilt wurde. In diesem Fall erhält die Brand die Information, dass ein Influencer die beauftragte Kampagne umsetzen wird, sobald der vollständige Betrag zzgl. Umsatzsteuer von der Brand bezahlt wurde. Die Cost per Action werden bei Performance Kampagnen von ReachHero nach Beendigung der Kampagne abgerechnet. Die Kampagne ist beendet, wenn das von der Brand angegebene Budget erreicht ist, wenn die Brand die Kampagne gestoppt hat oder wenn ReachHero die Kampagne vorzeitig beendet hat (§3, Abs. 5 (g)). Sobald das Budget, welches die Brand für die Cost per Action einstellt 10.000 (zehntausend) Euro übersteigen, muss die Brand 50% des Budgets vorab an ReachHero leisten.

(7) Grundlage für die Abrechnung der Vergütung für die Performance Kampagnen sind ausschließlich die Daten, die über den von ReachHero generierten, unveränderten Tracking-Link erzeugt werden. Die Klicks bzw. die für die jeweilige Kampagne erforderliche Aktionen werden in regelmäßigen Abständen aktualisiert und mit den von

der Brand in den Kampagnenbedingungen eingestellten Cost per Action multipliziert und ergibt das Endbudget der Performance Kampagne. Aufgrund der Aktualisierung der Daten des Tracking-Links im 2-Minuten-Takt kann es zu einer Überschreitung des angegebenen Budgets kommen.

(8) Der von der Brand zu zahlende Endbetrag für Performance Kampagnen setzt sich zusammen aus dem Endbudget für die jeweilige Kampagne zuzüglich einer Provision für ReachHero in Höhe von 30% des Endbudgets zzgl. der jeweils geltenden Umsatzsteuer. Über den Endbetrag erhält die Brand eine Rechnung. Er ist nach Rechnungslegung sofort fällig.

(9) Die Brand kann die Zahlung per PayPal oder Überweisung vornehmen.

## **§ 8 Gewährleistung**

(1) Es besteht kein Anspruch der Brand auf ununterbrochene Verfügbarkeit des Services. Der Zugriff auf ReachHero kann gelegentlich unterbrochen oder beschränkt sein, um Instandsetzungen, Wartungen oder die Einführung von neuen Einrichtungen oder Services zu ermöglichen. Es besteht kein Ausfallanspruch der Brand, wenn aus den vorstehenden Gründen oder aufgrund höherer Gewalt nicht auf die Services von ReachHero zugegriffen werden kann.

(2) Für die Rechte der Brand bei Sach- und Rechtsmängeln gelten die gesetzlichen Vorschriften, soweit nachfolgend nichts anderes bestimmt ist.

(3) Grundlage der Mängelhaftung ist insbesondere die über die Beschaffenheit der Inhalte der Kampagnen getroffene Vereinbarung. Als Vereinbarung über die Beschaffenheit gelten die Auftragsbeschreibungen der Brand sowie die Kommunikation zwischen Brand und Influencer bzw. das von ReachHero unterbreitete Angebot im Fall einer individuellen Kampagne.

(4) ReachHero leistet Gewähr für die vereinbarte Beschaffenheit. Entspricht der Kampagneninhalte den von der Brand gemachten Vorgaben und Beschreibungen, so kann die Brand die Abnahme des Contents nicht ablehnen, soweit nicht wesentlich vom ursprünglichen Auftrag abgewichen wurde und nur Beanstandungen hinsichtlich der Erscheinungsform der Kampagne bestehen, die nicht die vereinbarte Beschaffenheit betreffen. Dies ist insbesondere dann der Fall, wenn die Brand zu den beanstandeten Teilen der Kampagne keine Vorgaben in ihrem Angebot gemacht hat.

(5) Bei Performance Kampagnen übernimmt ReachHero keine Gewähr, dass die veröffentlichten Links eine bestimmte Reichweite haben oder eine bestimmte Zielgruppe erreichen. Die Brand kann hierauf ggfs. durch die Auswahl der Influencer Einfluss nehmen, die die Tracking Links veröffentlichen. ReachHero haftet ausschließlich dafür, dass die Tracking Links sowie die Informationen zur Kampagne den Influencern zur Verfügung gestellt werden. Ob und wo die Tracking Links veröffentlicht werden, kann ReachHero nicht gewährleisten. ReachHero wird jedoch in seiner vertraglichen Beziehung zu den Influencern darauf hinwirken, dass diese die Tracking Links ausschließlich auf von den Influencern selbst betriebenen Kanälen anerkannter sozialer Netzwerke veröffentlicht werden.

(6) Die Brand hat Product Placement Kampagnen und individuelle Kampagnen unverzüglich nach Erhalt auf offensichtliche Mängel zu überprüfen und diese bei Vorliegen ReachHero unverzüglich mitzuteilen, ansonsten ist eine Gewährleistung für diese Mängel ausgeschlossen. Dies gilt sowohl hinsichtlich der technischen Nutzbarkeit der Inhalte als auch hinsichtlich der vereinbarten Beschaffenheit in inhaltlicher, grafischer und künstlerischer Hinsicht. Insbesondere gilt dieses Erfordernis auch für das Vorhandensein etwaiger Werbekennzeichnungen. Entsprechendes gilt, wenn sich später ein solcher Mangel zeigt. § 377 HGB findet Anwendung.

(7) ReachHero ist im Falle eines Mangels zunächst zur Nacherfüllung berechtigt, d.h. nach eigener Wahl zur Beseitigung des Mangels („Nachbesserung“) oder zur Ersatzlieferung. Schlägt die Nacherfüllung fehl, so bleibt das Recht der Brand, zu mindern oder vom Vertrag zurück zu treten, unberührt. Ein Rücktrittsrecht besteht nicht bei unerheblichen Mängeln.

(8) Gewährleistungsansprüche aufgrund von Sachmängeln verjähren innerhalb von einem Jahr. Die Verjährung beginnt mit der Nutzungsüberlassung der Inhalte durch Bereitstellen des Links.

## **§ 9 Haftung**

(1) ReachHero haftet für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit sowie im Falle von Personenschäden uneingeschränkt, für leichte Fahrlässigkeit jedoch nur bei der Verletzung vertragswesentlicher Pflichten, sowie bei von uns zu vertretender Unmöglichkeit und bei Verzug. Die Haftung ist auf den vertragstypischen Schaden begrenzt, mit dessen Entstehen ReachHero bei Vertragsschluss auf Grund der zu diesem Zeitpunkt bekannten Umstände

rechnen musste. Im Übrigen haftet ReachHero für Schäden uneingeschränkt, für die zwingende gesetzliche Vorschriften, wie z.B. das Produkthaftungsgesetz, eine Haftung vorsehen.

(2) Für Verlust von Daten haftet ReachHero nur nach Maßgabe der vorstehenden Absätze und nur dann, wenn ein solcher Verlust durch angemessene Datensicherungsmaßnahmen seitens der Brand nicht vermeidbar gewesen wäre.

(3) Die Haftungsbeschränkungen gelten sinngemäß auch für Erfüllungsgehilfen von ReachHero.

(4) Eine weitergehende Haftung von ReachHero besteht nicht, insbesondere haftet ReachHero nicht für von der Brand oder dem Influencer eingestellte Inhalte, sofern sich ReachHero diese nicht durch Weitergabe an Dritte zu Eigen macht.

(5) ReachHero haftet insbesondere nicht für fehlende oder falsche Kennzeichnung des gelieferten Contents als Werbung bzw. Dauerwerbesendung. Die Brand stellt ReachHero hiermit ausdrücklich von jedweder, sich aus einer fehlenden oder falschen Kennzeichnung ergebenden Haftung frei, einschließlich etwaiger Anwalts- und Gerichtskosten.

(6) Versendet die Brand zum Zweck der Erstellung des Contents Materialien, Produkte oder sonstige Gegenstände an den Influencer, so haftet dieser alleine für den Zustand und die Rückgabe der überlassenen Materialien, Produkte oder sonstige Gegenstände. ReachHero übernimmt für dem Influencer überlassene Materialien, Produkte oder sonstige Gegenstände keine Haftung und keine Gewähr.

### **§ 10 Dateneingabe durch die Brand**

(1) Sofern die Brand die Möglichkeit hat, auf der Plattform von ReachHero selbständig Daten und Informationen über einen oder mehrere Influencer anzulegen, so ist dies zwingend nur auf Daten beschränkt, die keine besonderen Kategorien personenbezogener Daten im Sinne von Art. 9 DSGVO sind. Die Brand hat also zu unterlassen, solche Daten anzugeben, aus denen die rassische und ethnische Herkunft, politische Meinungen, religiöse oder weltanschauliche Überzeugungen oder die Gewerkschaftszugehörigkeit hervorgehen. Ferner ist auch die Angabe oder Verwendung von genetischen Daten, biometrischen Daten zur eindeutigen Identifizierung einer natürlichen Person, Gesundheitsdaten oder Daten zum Sexualleben oder der sexuellen Orientierung auf unserer Plattform untersagt.

(2) Verstößt die Brand gegen die vorgenannte Verpflichtung, so hat sie ReachHero jedweden Schaden zu ersetzen, der aus der Verarbeitung dieser, durch die Brand eingegebenen Daten entstanden ist. Hierunter fallen auch etwaige Bußgelder, die gegen ReachHero aufgrund der Verarbeitung der besonderen Kategorien personenbezogener Daten verhängt werden. Von Ansprüchen Dritter, insbesondere der Influencer, die diese aufgrund der Verarbeitung der besonderen Kategorien personenbezogener Daten gegen ReachHero erheben, stellt die Brand uns auf erstes Anfordern frei. Dies beinhaltet auch alle allfälligen Rechtsanwalts- und Gerichtskosten.

### **§ 11 Vertragsstrafe**

(1) Geht die Brand unter Umgehung unseres Leistungsangebots direkt mit dem Influencer ein Vertragsverhältnis über die Erstellung von Product Placement Kampagnen, Performance, Kampagnen, Give-away-Kampagnen, individuellen Kampagnen oder sonst von uns erbrachten Leistungen ein, nachdem die Angebote der Influencer durch Vermittlung über die ReachHero-Plattform, per E-Mail oder Telefon der Brand übermittelt wurden, ist eine von ReachHero festzusetzende Vertragsstrafe, deren Angemessenheit im Einzelfall auf Verlangen der Brand von einem zuständigen Gericht überprüft werden kann zu zahlen.. Gleiches gilt für den Fall, dass die Daten des Influencers an Dritte weitergegeben werden, die nicht Vertragspartei sind.

(2) Sofern die Brand innerhalb von sechs Monaten nach Umsetzung einer Product Placement Kampagne unter Umgehung des Leistungsangebots von ReachHero direkt mit dem Influencer ein Vertragsverhältnis über die Erstellung einer weiteren Kampagne eingeht, die nicht mehr von der ursprünglich unter Mithilfe von ReachHero erstellten Kampagne gedeckt ist, so hat die Brand gleichwohl eine Provision gemäß den Maßgaben in diesen AGB an ReachHero zu zahlen. Die Fälligkeit der Provision tritt dabei 10 Tage nach Kenntniserlangung durch ReachHero ein. Die Brand hat in diesem Fall einen Anspruch auf eine die Provision ausweisende Rechnung.

### **§ 12 Kundenreferenz**

(1) Sofern nichts anderes vereinbart ist oder die Brand nicht ausdrücklich widerspricht, willigt die Brand mit Vertragsschluss ein, dass ReachHero sie nach Umsetzung einer Kampagne als Referenz nennen darf. Die

Referenzen dürfen dabei sowohl in digitaler als auch in nicht-digitaler Form dargestellt werden. ReachHero darf bei der Darstellung der Referenz sowohl die Firma der Brand als auch das Logo sowie ggfs. weitere, öffentlich bekannte Informationen wie zum Beispiel Branche verwenden.

(2) Die Brand kann die Entfernung der Referenz verlangen, sofern der letzte erteilte Auftrag mindesten fünf Jahre zurückliegt. Darüber hinaus kann die Brand die Einwilligung jederzeit widerrufen und die Entfernung verlangen, sofern von der Veröffentlichung als Referenz personenbezogene Daten betroffen sind. Insofern wird auf die Datenschutzbestimmungen hingewiesen. Ein Recht auf Entfernung steht der Brand ebenfalls zu, wenn mit der Nennung als Referenz nachweislich besondere betriebliche Belange der Brand, insbesondere Betriebsgeheimnisse betroffen sind.

(3) Ist ReachHero nach dem vorstehende Absatz zur Entfernung der Referenz verpflichtet, so räumt die Brand für leicht veränderliche Verwendungen (z.B. Website, E-Mails, Social Media Kanäle, etc.) eine Frist von einem Monat, für alle übrigen Verwendungen eine Frist von sechs Monaten zur Entfernung der Referenz ein.

### **§ 13 Geheimhaltung**

(1) Die Brand verpflichtet sich, über die Angebote zu allen Kampagnen (Product Placement Kampagnen, Give-Away-Kampagnen, Performance Kampagnen und individuelle Kampagnen) Stillschweigen zu bewahren und diese Informationen vertraulich zu behandeln. Dies beinhaltet insbesondere alle Angaben, Informationen und Daten über die teilnehmenden Influencer, die vereinbarten Preise sowie insbesondere auch Angaben über die Plattform selbst. Hierunter fällt auch der Name des Influencers sowie die Art der Kampagne und der Inhalt der Absprachen zwischen Influencer und der Brand bzw. zwischen ReachHero und der Brand.

(2) Der Brand 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 über die Kampagne,

a) die der Brand bei Vertragsschluss nachweislich bereits bekannt waren oder danach von dritter Seite bekannt werden, ohne dass dadurch eine Vertraulichkeitsvereinbarung, gesetzliche Vorschriften oder behördliche Anordnungen verletzt werden;

b) die bei Einstellung des Angebots öffentlich bekannt sind oder danach öffentlich bekannt gemacht werden, soweit dies nicht auf einer Verletzung dieses Vertrags beruht;

c) die aufgrund gesetzlicher Verpflichtungen oder auf Anordnung eines Gerichts oder einer Behörde offen gelegt werden müssen. Soweit zulässig und möglich, wird der zur Offenlegung verpflichtete Empfänger die andere Partei vorab unterrichten und ihr Gelegenheit geben, gegen die Offenlegung vorzugehen.

(4) Jeder schuldhafte Verstoß gegen diese Regelungen zieht eine angemessene und von ReachHero festzusetzende Vertragsstrafe nach sich, deren Angemessenheit im Einzelfall auf Verlangen der Brand von einem zuständigen Gericht überprüft werden kann.. Weitergehende Ansprüche von ReachHero bleiben davon unberührt.

### **§ 14 Schlussbestimmungen**

(1) Auf Verträge zwischen ReachHero und der Brand findet das Recht der Bundesrepublik Deutschland unter Ausschluss des UN-Kaufrechts Anwendung. Vertragssprache ist ausschließlich Deutsch.

(2) Gerichtsstand für alle Streitigkeiten aus Vertragsverhältnissen zwischen der Brand und ReachHero ist Berlin, sofern es sich bei der Brand um einen Kaufmann im Sinne des HGB handelt oder diese keinen allgemeinen Wohnsitz in Deutschland hat.

(3) ReachHero ist berechtigt, die vorstehenden AGB jederzeit zu ändern. In diesem Fall wird ReachHero auf seiner Plattform und per E-Mail Änderungen der AGB mitteilen. Der Brand wird die Gelegenheit eingeräumt, den geänderten AGB binnen zwei Wochen zu widersprechen. Tut sie dies nicht, gilt die Zustimmung zur Änderung als erteilt. Andernfalls gelten diese AGB unverändert fort.

(4) Sollten einzelne Bestimmungen der vorliegenden AGB ganz oder teilweise unwirksam sein, wird die Wirksamkeit der AGB im Übrigen hierdurch nicht berührt. Anstelle der unwirksamen Punkte treten, soweit vorhanden, die gesetzlichen Vorschriften.

