

INFLUENCER-VERTRAG

Vertrag über eine Social-Media-Kooperation

zwischen

Auftraggeber / Unternehmen

Unternehmen / Name: _____

Rechtsform: _____

Anschrift / Sitz: _____

Vertreten durch: _____

– nachfolgend „Auftraggeber“ genannt –

und

Influencer / Creator

Vor- und Nachname / Firma: _____

Künstler-/Accountname: _____

Anschrift / Sitz: _____

Geburtsdatum, falls erforderlich: _____

Steuernummer / USt-IdNr., soweit vorhanden: _____

– nachfolgend „Influencer“ genannt –

wird folgender Influencer-Vertrag geschlossen.

§ 1 Gegenstand der Kooperation

Der Influencer erstellt und veröffentlicht im Rahmen der Kooperation Inhalte für beziehungsweise über:

Marke / Unternehmen:

Produkt / Dienstleistung:

Kampagnenbezeichnung:

Ziel der Kooperation ist insbesondere:

- ☐ Bekanntheitssteigerung
- ☐ Produktvorstellung
- ☐ Verkaufsförderung
- ☐ Markenkommunikation
- ☐ Launch
- ☐ Eventbegleitung
- ☐ Leadgenerierung
- ☐ Community-Aktivierung
- ☐ sonstiges Ziel:

§ 2 Social-Media-Kanäle

Die vereinbarten Inhalte werden auf folgenden Kanälen veröffentlicht:

Instagram

Account:

- ☐ Feed
- ☐ Reel
- ☐ Story
- ☐ Live

TikTok

Account:

- ☐ Video
- ☐ Story
- ☐ Live

YouT ube

Kanal:

- ☐ Video
- ☐ Short
- ☐ Livestream

Weitere Plattformen

- ☐ Facebook
- ☐ Twitch
- ☐ Pinterest
- ☐ LinkedIn
- ☐ X
- ☐ Podcast
- ☐ Blog
- ☐ sonstige Plattform:

§ 3 Umfang der Content-Leistungen

Der Influencer erstellt:

Inhalt	Anzahl	Plattform	geplante Veröffentlichung
Feed-Post			
Reel / Kurzvideo			
Story			
längeres Video			
Livestream			
sonstiger Inhalt			

Zusätzliche Beschreibung:

§ 4 Mindestanforderungen an Inhalte

Die vereinbarten Inhalte sollen folgende Elemente enthalten:

- ☐ Produkt sichtbar
- ☐ Marke sichtbar
- ☐ Produktname genannt
- ☐ Markierung des Unternehmensaccounts
- ☐ Link zur Website
- ☐ Link zum Shop
- ☐ Rabattcode
- ☐ Affiliate-Link
- ☐ Call-to-Action
- ☐ Hashtag
- ☐ mündliche Produktnennung
- ☐ sonstige Vorgabe:

§ 5 Kampagnenbotschaften

Folgende Kernbotschaften sollen berücksichtigt werden:

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.

Verbindliche Produktinformationen:

§ 6 Kreative Freiheit

- ☐ Der Influencer gestaltet die Inhalte grundsätzlich eigenständig im eigenen Stil.
- ☐ Die Inhalte müssen sich eng an das Kampagnenbriefing halten.

☐ Folgende Vorgaben sind zwingend einzuhalten:

Der Auftraggeber soll keine Aussagen verlangen, die der Influencer tatsächlich nicht vertreten kann oder die objektiv unzutreffend sind.

§ 7 Briefing

Das Briefing wird bereitgestellt bis:

Es enthält insbesondere:

- ☐ Kampagnenziel
- ☐ Produktinformationen
- ☐ Markenrichtlinien
- ☐ Pflichtaussagen
- ☐ verbotene Aussagen
- ☐ Hashtags
- ☐ Links
- ☐ Veröffentlichungstermine
- ☐ Kennzeichnungsvorgaben
- ☐ sonstige Angaben:

§ 8 Erstellungstermine

Der Influencer erstellt die Inhalte bis spätestens:

Entwurf zur Freigabe bis:

Veröffentlichung:

von _____ bis _____

Besondere Zeitvorgaben:

§ 9 Freigabeverfahren

- ☐ Keine Vorabfreigabe erforderlich.
- ☐ Inhalte werden vor Veröffentlichung dem Auftraggeber vorgelegt.

Freigabefrist des Auftraggebers:

_____ **Stunden / Werktage**

Freigabe erfolgt:

- ☐ per E-Mail
- ☐ über Agenturplattform
- ☐ Messenger
- ☐ Projektmanagementsystem
- ☐ sonstiger Weg:

§ 10 Korrekturen

Im vereinbarten Honorar enthalten sind:

_____ **Korrekturschleifen**

Zulässige Korrekturen betreffen insbesondere:

- sachliche Fehler,
- falsche Produktinformationen,
- fehlende Pflichtbestandteile,
- Abweichungen vom vereinbarten Briefing.

Grundlegende Änderungen eines bereits briefingkonform erstellten Konzepts:

- ☐ sind nicht im Grundhonorar enthalten.
- ☐ werden zusätzlich vergütet.
- ☐ werden nach folgender Regelung behandelt:

§ 11 Werbekennzeichnung

Der Influencer verpflichtet sich, kommerzielle Inhalte nach den jeweils anwendbaren gesetzlichen und medienrechtlichen Anforderungen transparent zu kennzeichnen.

Die Parteien gehen davon aus, dass für diese Kooperation:

- ☐ eine Geldvergütung gezahlt wird.
- ☐ Produkte kostenlos bereitgestellt werden.
- ☐ Dienstleistungen kostenlos bereitgestellt werden.
- ☐ Affiliate-Provisionen gezahlt werden.
- ☐ Rabattcodes mit Vergütungsmodell verwendet werden.
- ☐ sonstige Gegenleistungen bestehen:

Die konkrete Kennzeichnung richtet sich nach dem jeweiligen Inhalt, der Plattform und der aktuellen Rechtslage.

Vereinbarte Kennzeichnung:

Der Auftraggeber darf keine Kennzeichnung untersagen, die zur Einhaltung gesetzlicher Pflichten erforderlich ist.

§ 12 Plattform-Kennzeichnung

Soweit die jeweilige Plattform spezielle Kennzeichnungsfunktionen bereitstellt:

- ☐ sollen diese zusätzlich verwendet werden.
- ☐ entscheidet der Influencer nach den geltenden Anforderungen.
- ☐ gilt folgende Vorgabe:

Eine plattformeigene Kennzeichnung ersetzt andere gesetzlich erforderliche Hinweise nicht automatisch.

§ 13 Wahrheitsgemäße Aussagen

Der Influencer macht keine bewusst unwahren Aussagen über das Produkt oder die Dienstleistung.

Insbesondere sollen persönliche Erfahrungen nur als solche dargestellt werden, wenn sie tatsächlich gemacht wurden.

Der Auftraggeber stellt korrekte Informationen über die beworbenen Produkte beziehungsweise Leistungen zur Verfügung.

§ 14 Unzulässige Aussagen

Nicht veröffentlicht werden sollen insbesondere Aussagen, die:

- objektiv falsch sind,
- nicht belegte Eigenschaften als Tatsachen darstellen,
- entgegen dem Briefing oder rechtlichen Vorgaben irreführend sind,
- Rechte Dritter verletzen.

Besondere Einschränkungen:

§ 15 Produkte und Muster

Der Auftraggeber stellt folgende Produkte zur Verfügung:

Wert:

_____ €

Die Produkte:

- ☐ gehen nach Übergabe in das Eigentum des Influencers über.
- ☐ werden nur leihweise überlassen.
- ☐ sind nach Kampagnenende zurückzugeben.
- ☐ werden nach folgender Vereinbarung behandelt:

§ 16 Rückgabe von Leihprodukten

Leihprodukte sind spätestens bis:

zurückzugeben an:

Versandkosten trägt:

- ☐ Auftraggeber
- ☐ Influencer
- ☐ nach folgender Regelung:

§ 17 Vergütung

Für die vereinbarten Leistungen erhält der Influencer:

- ☐ Pauschalhonorar:

_____ € netto

- ☐ Honorar pro Beitrag:

_____ € netto

- ☐ Honorar pro Video:

_____ € netto

- ☐ Honorar pro Story-Paket:

_____ € netto

- ☐ erfolgsabhängige Vergütung:

- ☐ ausschließlich Sachleistung

- ☐ Kombination:

Zuzüglich Umsatzsteuer, soweit diese anfällt.

§ 18 Zahlungsplan

Vergütung wird fällig:

- ☐ vollständig nach Veröffentlichung.
- ☐ _____ % bei Vertragsschluss.
- ☐ _____ % nach Veröffentlichung.

☐ nach Abschluss der Kampagne.

☐ nach folgendem Modell:

Zahlungsziel:

_____ **Kalendertage nach ordnungsgemäßer Rechnung**

§ 19 Affiliate- und Provisionsvergütung

☐ Keine Provision vereinbart.

☐ Der Influencer erhält:

_____ %

von:

☐ Nettoumsatz

☐ Bruttoumsatz

☐ Deckungsbeitrag

☐ sonstiger Grundlage:

Tracking erfolgt über:

☐ individuellen Link

☐ Rabattcode

☐ Affiliate-System

☐ sonstiges:

§ 20 Rabattcode

Persönlicher Rabattcode:

Rabatt für Kunden:

_____ % / €

Gültig:

von _____ bis _____

Verwendung:

- ☐ unbegrenzt
- ☐ maximal _____ Mal
- ☐ nach folgender Regelung:

§ 21 Reisekosten und Nebenkosten

Zusätzliche Kosten:

- ☐ sind im Honorar enthalten.
- ☐ werden gegen Nachweis erstattet.
- ☐ werden nur nach vorheriger Freigabe übernommen.

Dies betrifft insbesondere:

- ☐ Reise
- ☐ Hotel
- ☐ Produktion
- ☐ Styling
- ☐ Requisiten
- ☐ Studio
- ☐ sonstige Kosten:

§ 22 Veröffentlichung

Der Influencer verpflichtet sich, vereinbarte Inhalte innerhalb der festgelegten Zeiträume zu veröffentlichen.

Kann eine Veröffentlichung aus wichtigem Grund nicht erfolgen, informiert der Influencer den Auftraggeber unverzüglich.

Ersatztermin:

§ 23 Mindestdauer der Veröffentlichung

Feed-Posts / Videos bleiben mindestens:

_____ **Monate**

öffentlich verfügbar.

Stories bleiben entsprechend der plattformtypischen Dauer beziehungsweise:

Ausnahmen:

- Plattformlöschung,
- Kontosperrung,
- rechtlich erforderliche Entfernung,
- begründete Sicherheits- oder Persönlichkeitsrechtsgründe.

Weitere Vereinbarung:

§ 24 Löschung durch den Influencer

Vor Ablauf der vereinbarten Mindestdauer darf der Inhalt:

- ☐ nicht ohne Zustimmung gelöscht werden.
- ☐ aus wichtigem Grund gelöscht werden.
- ☐ nach folgender Regelung entfernt werden:

§ 25 Entfernung auf Verlangen des Auftraggebers

Der Auftraggeber kann die Entfernung verlangen, wenn ein gewichtiger Grund besteht, insbesondere bei:

- fehlerhaften Produktinformationen,
- Rechtsverletzungen,
- Rückruf eines Produkts,
- gesetzlicher Unzulässigkeit der Veröffentlichung.

Weitere Fälle:

Auswirkungen auf das Honorar:

§ 26 Reporting

Der Influencer stellt folgende Kennzahlen bereit:

- ☐ Reichweite
- ☐ Impressionen
- ☐ Videoaufrufe
- ☐ Likes
- ☐ Kommentare
- ☐ Shares
- ☐ Saves
- ☐ Link-Klicks
- ☐ Story-Aufrufe
- ☐ Klickrate
- ☐ Verkäufe / Conversions, soweit verfügbar
- ☐ sonstige Kennzahlen:

Reporting-Frist:

_____ Tage nach Veröffentlichung / Kampagnenende

§ 27 Nachweis

Das Reporting erfolgt:

- ☐ durch Screenshots der Plattformstatistiken.
- ☐ durch Export.
- ☐ über Kampagnenplattform.
- ☐ auf anderem Weg:

§ 28 Keine Reichweiten- oder Verkaufsgarantie

Der Influencer garantiert ohne ausdrückliche gesonderte Vereinbarung:

- ☐ keine bestimmte Reichweite.
- ☐ keine Mindestzahl an Views.
- ☐ keine Mindestzahl an Likes.
- ☐ keine bestimmte Verkaufszahl.
- ☐ keine bestimmte Conversion-Rate.

Vereinbarte Mindestleistung, falls vorhanden:

§ 29 Nutzungsrechte an den Inhalten

Der Influencer räumt dem Auftraggeber folgende Nutzungsrechte an den im Rahmen der Kooperation erstellten Inhalten ein:

- ☐ keine zusätzliche Nutzung außerhalb des Influenceraccounts
- ☐ einfaches Nutzungsrecht
- ☐ ausschließliches Nutzungsrecht

Das Recht gilt:

- ☐ weltweit
- ☐ für:

und:

- ☐ zeitlich unbegrenzt
- ☐ für _____ Monate / Jahre.

§ 30 Erlaubte Nutzungsarten

Der Auftraggeber darf die Inhalte verwenden für:

- ☐ eigene Social-Media-Accounts
- ☐ Website

- ☐ Online-Shop
- ☐ Newsletter
- ☐ Präsentationen
- ☐ Pressearbeit
- ☐ organische Social-Media-Beiträge
- ☐ bezahlte Werbung / Paid Ads
- ☐ Social Ads
- ☐ Printwerbung
- ☐ POS / stationärer Handel
- ☐ sonstige Nutzung:

§ 31 Paid Usage / Whitelisting

- ☐ Keine bezahlte Werbenutzung vereinbart.
- ☐ Auftraggeber darf den Inhalt für Paid Ads nutzen.

Dauer:

_____ **Monate**

Plattformen:

- ☐ Nutzung erfolgt über Unternehmensaccount.
- ☐ Nutzung erfolgt über den Account des Influencers mittels plattformseitiger Werbefunktion / Whitelisting.

Zusätzliche Vergütung:

_____ **€ netto**

§ 32 Bearbeitungsrechte

Der Auftraggeber darf:

- ☐ Inhalt unverändert verwenden.
- ☐ Format und Größe technisch anpassen.

- ☐ Ausschnitte erstellen.
- ☐ Untertitel ergänzen.
- ☐ Text/CTA ergänzen.
- ☐ Inhalt weitergehend bearbeiten:

Sinnentstellende oder persönlichkeitsverletzende Veränderungen sind nicht gestattet.

§ 33 Namens- und Bildrechte

Der Influencer gestattet im Umfang der vereinbarten Nutzungsrechte die Verwendung seines:

- ☐ Namens
- ☐ Accountnamens
- ☐ Bildnisses
- ☐ Stimme
- ☐ Videos

für folgende Zwecke:

Dauer:

§ 34 Musik und Fremdinhalte

Der Influencer verwendet:

- ☐ ausschließlich selbst erstellte Inhalte.
- ☐ Plattformmusik entsprechend den dortigen Nutzungsbedingungen.
- ☐ lizenzierte Musik.
- ☐ sonstige Fremdinhalte:

Der Influencer weist den Auftraggeber auf erkennbare Nutzungseinschränkungen hin, soweit Inhalte für zusätzliche Werbenutzung weiterlizenziert werden sollen.

§ 35 Rechte Dritter

Der Influencer achtet darauf, dass von ihm eigenständig eingebrachte Inhalte Rechte Dritter nicht unbefugt verletzen.

Dies betrifft insbesondere:

- Fotos,
- Videos,
- Musik,
- Marken,
- Designs,
- Persönlichkeitsrechte.

Vom Auftraggeber bereitgestellte Inhalte bleiben dessen Verantwortungsbereich, soweit nichts anderes vereinbart wird.

§ 36 Exklusivität

☐ Keine Exklusivität vereinbart.

☐ Der Influencer darf während des folgenden Zeitraums keine Kooperation mit unmittelbar konkurrierenden Marken eingehen:

von _____ bis _____

Produkt-/Marktkategorie:

Betroffene Wettbewerber:

Gebiet / Plattformen:

Exklusivitätsklauseln sollten zeitlich und sachlich angemessen begrenzt werden.

§ 37 Bereits bestehende Kooperationen

Der Influencer weist auf folgende bereits vereinbarte Kooperationen hin:

Diese gelten:

- ☐ nicht als Verstoß gegen die Exklusivität.
- ☐ nach folgender Vereinbarung:

§ 38 Verhalten und Markenreputation

Beide Parteien verpflichten sich, im Rahmen der Kooperation die berechtigten Interessen der jeweils anderen Partei zu berücksichtigen.

Eine Partei informiert die andere, wenn Umstände eintreten, die die Durchführung der konkreten Kampagne erheblich beeinträchtigen können.

Eine pauschale Kontrolle des privaten Verhaltens des Influencers außerhalb der Kooperation wird durch diese Regelung nicht begründet.

§ 39 Krisenfall

Tritt während der Kampagne ein Ereignis ein, das eine Veröffentlichung unzumutbar beziehungsweise rechtlich oder reputationsbezogen problematisch machen könnte, stimmen sich die Parteien über:

- ☐ Verschiebung
- ☐ Änderung
- ☐ vorläufige Deaktivierung
- ☐ Entfernung
- ☐ Beendigung der Kampagne

ab.

Besondere Regelung:

§ 40 Kommentare und Community Management

Für Kommentare unter gesponserten Inhalten ist verantwortlich:

- ☐ Influencer
- ☐ Auftraggeber
- ☐ beide Parteien im jeweiligen Bereich

Der Influencer muss:

- ☐ normale Kommentare nicht beantworten.
- ☐ folgende Produktfragen an den Auftraggeber weiterleiten:

Umgang mit Beschwerden:

§ 41 Gewinnspiele

- ☐ Kein Gewinnspiel Bestandteil der Kooperation.
- ☐ Ein Gewinnspiel ist vorgesehen.

Verantwortlich für Teilnahmebedingungen:

- ☐ Auftraggeber
- ☐ Influencer
- ☐ externe Beratung

Preise:

Zeitraum:

Plattformvorgaben und gesetzliche Anforderungen sind gesondert zu beachten.

§ 42 Datenschutz

Personenbezogene Daten dürfen nur im Rahmen der jeweils geltenden Datenschutzanforderungen verarbeitet werden.

Werden beispielsweise Gewinnerdaten, Leads oder Kundendaten zwischen den Parteien ausgetauscht, ist die datenschutzrechtliche Rollenverteilung gesondert zu prüfen.

- ☐ Kein Austausch personenbezogener Nutzerdaten vorgesehen.
- ☐ Folgender Datenaustausch ist vorgesehen:

§ 43 Selbstständige Tätigkeit

Der Influencer erbringt die vereinbarten Leistungen grundsätzlich selbstständig und organisiert seine Tätigkeit eigenverantwortlich.

Dieser Vertrag begründet grundsätzlich kein Arbeitsverhältnis.

Die tatsächliche rechtliche Einordnung richtet sich jedoch nach der konkreten Durchführung und nicht allein nach dieser Vertragsbezeichnung.

§ 44 Steuern und Abgaben

Der Influencer ist grundsätzlich selbst für die steuerliche Behandlung seiner Vergütung und sonstigen Gegenleistungen verantwortlich, soweit gesetzlich nichts anderes vorgesehen ist.

Rechnungen:

- ☐ mit Umsatzsteuer
- ☐ ohne Umsatzsteuer nach folgender Grundlage:

§ 45 Einsatz Dritter

Der Influencer:

- ☐ erstellt die Inhalte persönlich.
- ☐ darf folgende Aufgaben an Dritte vergeben:

Bei wesentlichen kreativen Leistungen:

- ☐ ist vorherige Zustimmung erforderlich.
- ☐ keine Zustimmung erforderlich.

§ 46 Vertraulichkeit

Nicht öffentliche Informationen über:

- Kampagnen,
- Produkte,
- Launches,
- Preise,
- Marketingstrategien,
- Zugangsdaten,
- Geschäftsgeheimnisse

dürfen nicht ohne Berechtigung offengelegt werden.

Embargo bis:

Besondere Geheimhaltung:

§ 47 Vertragslaufzeit

Der Vertrag beginnt am:

und endet:

☐ nach vollständigem Abschluss der Kampagne.

☐ am _____.

☐ nach Ablauf von _____ Monaten.

Fortbestehende Regelungen, insbesondere zu vereinbarten Nutzungsrechten und Vertraulichkeit, richten sich nach ihrer jeweiligen Laufzeit.

§ 48 Kündigung / Rücktritt vom Projekt

Vor vollständiger Durchführung kann der Vertrag nach Maßgabe der gesetzlichen Vorschriften und folgender Vereinbarungen beendet werden:

Bei einer Beendigung werden bereits erbrachte Leistungen und entstandene Kosten berücksichtigt.

§ 49 Ausfall des Influencers

Kann der Influencer die Leistung wegen Krankheit oder eines anderen gewichtigen Grundes nicht rechtzeitig erbringen, informiert er den Auftraggeber unverzüglich.

Die Parteien vereinbaren:

☐ Ersatztermin.

☐ Ersatzinhalt.

☐ anteilige Reduzierung.

☐ vollständige Stornierung, soweit erforderlich.

☐ folgende Lösung:

§ 50 Absage durch den Auftraggeber

Bei Absage einer bereits begonnenen Kampagne gilt:

Bereits entstandene Produktions- oder Fremdkosten:

- ☐ werden erstattet.
- ☐ sind mit dem Honorar abgegolten.
- ☐ nach folgender Regelung:

§ 51 Vertragsverletzungen

Bei erheblichen Vertragsverletzungen gelten die gesetzlichen Rechte.

Vor einer Beendigung soll – soweit nach Art der Pflichtverletzung erforderlich und zumutbar – Gelegenheit zur Abhilfe gegeben werden.

Besondere Vereinbarung:

§ 52 Anlagen

Folgende Anlagen gehören zum Vertrag:

- ☐ Anlage 1 – Kampagnenbriefing
- ☐ Anlage 2 – Content-Plan
- ☐ Anlage 3 – Vergütungsübersicht
- ☐ Anlage 4 – Veröffentlichungsplan
- ☐ Anlage 5 – Nutzungsrechte / Paid Usage
- ☐ Anlage 6 – Markenrichtlinien
- ☐ Anlage 7 – Reporting-Vorgaben
- ☐ Sonstige:

§ 53 Sonstige Vereinbarungen

§ 54 Schlussbestimmungen

Änderungen und Ergänzungen dieses Vertrages sollen nachvollziehbar dokumentiert werden. Gesetzlich zwingende Formvorschriften bleiben unberührt.

Sollten einzelne Bestimmungen unwirksam oder undurchführbar sein oder werden, richtet sich die Rechtsfolge nach den gesetzlichen Vorschriften. Die übrigen Regelungen bleiben grundsätzlich unberührt.

Zwingende wettbewerbs-, medien-, urheber-, datenschutz- und sonstige gesetzliche Vorschriften gehen entgegenstehenden Vertragsbestimmungen vor.

Hinweis

Diese Vorlage ist ein allgemeines Muster und ersetzt keine individuelle rechtliche oder steuerliche Beratung.

Bei Influencer-Kooperationen sollten insbesondere Werbekennzeichnung, Nutzungsrechte, Paid Usage, Musik- und Fremdlizenzen, Exklusivität, Vergütungsmodelle und konkrete Plattformanforderungen individuell geprüft werden.

Die Anforderungen an die Werbekennzeichnung können je nach Inhalt, Gegenleistung und Plattform unterschiedlich sein.

Unterschriften

Ort: _____

Datum: _____

Auftraggeber

Name / Funktion: _____

Unterschrift: _____

Influencer / Creator

Name: _____

Unterschrift: _____