

# Vertrag mit Influencern? Was unbedingt hinein muss!

*Die Werbe- und Medienwelt befindet sich aktuell im Umschwung. Durch Blogs, Vlogs, YouTube, Facebook, Twitter, Instagram und Co haben sich die Werbemöglichkeiten mannigfaltig erweitert. Welche vertraglichen Vereinbarungen brauchen Agenturen und Unternehmer?*

Ein Blogger schreibt im Blogartikel eine kurze Geschichte über ein Produkt, ein anderer berichtet im selbstproduzierten YouTube-Video über eine Reise und einen Hotelbesuch. Diese Beiträge haben eines gemeinsam – starke Präsenz und hohes Ansehen in sozialen Netzwerken. Die Blogger, Vlogger, Instagramer und YouTuber erhalten von ihren Anhängern oft Millionen an Likes bzw. Dislikes – je mehr Klicks, umso besser. Als Unternehmer und Werbetreibender kann man diese Popularität und Fanbase natürlich nutzen, um die eigenen Produkte bzw. Dienstleistungen zu vermarkten. Doch worauf muss geachtet werden?

**Kennzeichnungspflicht**

Vorab wesentlich ist, dass jegliche bezahlte Werbung gemäß § 26 MedienG der Kennzeichnungspflicht unterliegt. Unabhängig davon, wie der Vertrag zwischen dem Unternehmer und Influencer ausgestaltet ist, muss der Influencer die Transparenzpflicht in Bezug auf bezahlte Werbung als Medieninhaber – dabei handelt es sich um denjenigen, der die Letztverantwortung für die durch das Medium bereitgestellten Inhalte hat – wahren und im Video, Blog bzw. Beitrag darauf hinweisen, dass es sich um ein „Werbevideo“ bzw. „bezahlte Werbung“ handelt. Für den Fall, dass der Kennzeichnungspflicht nicht nachgekommen wird, kann es zu einer Verwaltungsstrafe bis zu 20.000 Euro kommen.

**Welcher Vertrag?**

Bei der Kooperation zwischen Influencern und Werbetreibenden stellt sich natürlich zunächst die Frage: Welcher Vertrag ist überhaupt zu erstellen – ein Werkvertrag, ein Auftrags- bzw. Bevollmächtigungsvertrag oder überhaupt ein Dienstvertrag? Wie auch im allgemeinen Arbeitsrecht ist zunächst zu erörtern, wie der Influencer für den Werbetreibenden tätig wird. Wenn der Influencer nur für eine Werbekampagne beigezogen wird und grundsätzlich mit seiner eigenen Ausrüstung (Kamera, Videoschnittcomputer etc.) agiert, handelt es sich um einen selbstständigen Influencer und es ist daher ein Werkvertrag bzw. Bevollmächtigungsvertrag zu erstellen.

***Kennzeichnungspflichten beachten! Es kann sonst teuer werden.***

Sofern der Influencer jedoch z. B. für ein größeres Unternehmen ständig und mit der Ausrüstung des Unternehmens tätig wird, also nicht nur einzelne Produkte bewirbt, sondern sämtliche Materialien und Vorgaben zur Erstellung der Werbung zur Verfügung gestellt erhält, liegt ein deutliches Abhängigkeitsverhältnis vor und es ist daher ein Dienstvertrag zu erstellen. In der Praxis ist freilich eher davon auszugehen, dass die Influencer individuell für die Präsentation eines Produktes bzw. einer Produktlinie beauftragt werden. Daher wird im Weiteren näher beleuchtet, welche wesentlichen Eckpunkte im Werkvertrag bzw. Bevollmächtigungsvertrag eingearbeitet werden müssen.

**Dauer und Regelmäßigkeit**

Natürlich darf die persönliche oder künstlerische Entfaltung des Influencers grundsätzlich nicht zu sehr eingeschränkt werden. Ungeachtet dessen sollte vertraglich jedenfalls festgehalten werden, ob der Influencer lediglich ein bestimmtes Produkt bzw. bestimmte Produkte oder Dienstleistungen in Form einer selbstständigen Kampagne, die er selbst ausgestalten kann, oder in regelmäßigen Abständen präsentieren soll. Diesbezüglich kann entweder vertraglich anhand des jeweiligen Produktes bzw. der Dienstleistung bereits vertraglich festgehalten werden, dass der Influencer entweder an bestimmten Tagen zu bestimmten Zeiten eine Veröffentlichung durchzuführen hat, oder es wird die Präsentation zur Gänze dem Influencer überlassen, wobei hier natürlich auch ein zeitlicher Rahmen festzulegen ist.
Die Definition eines Zeitrahmens und der Intensität der Regelmäßigkeit der Werbung ist insbesondere deshalb vonnöten, um auch klar abgrenzen zu können, ob der Influencer seine Leistung erbracht hat. Diesbezüglich ist zu beachten, dass der „Influencer-Vertrag" – sofern er nicht für das Ziel der „Werbung eines Produktes zu einem bestimmten Zeitpunkt" abgeschlossen wurde, sondern dahingehend lautet, dass innerhalb eines bestimmten Zeitraumes die Werbeleistung zu erbringen ist – von jedem Teil jederzeit widerrufen oder aufgelöst werden kann. Einzig bei der Auflösung des Vertrags zur Unzeit wird der Auflösende schadenersatzpflichtig.

**Urheberrechte an Texten, Fotos und Filmaufnahmen**

Grundsätzlich ist der Influencer als Ersteller der Werbetexte, Fotos, Filmaufnahmen etc. der Urheber und hat daher auch sämtliche Verwertungsrechte. Es kann jedoch vertraglich definiert werden, dass der Werbetreibende sämtliche vom Influencer erstellten Texte, Fotos und Filmaufnahmen ebenso nutzen und verwerten darf.

**Wettbewerbsrecht und Rechtsverletzung**

Wie zuvor angeführt, unterliegt jegliche bezahlte Werbung der Kennzeichnungspflicht. Es sollte daher auch vertraglich geregelt werden, dass sich der Influencer dazu verpflichtet, in den von ihm erstellten Werbetexten, Fotos, Filmaufnahmen etc. ab dem Zeitpunkt der Publizierung darauf hinzuweisen, dass es sich um bezahlte Werbung handelt und für den Fall des Zuwiderhandelns die Verwaltungsstrafe von ihm zu tragen ist. Ebenso ist vertraglich zu definieren, dass sich der Influencer an sämtliche medien-, wettbewerbs- und presserechtlichen Vorschriften hält sowie das Lauterkeits- bzw. Wettbewerbsrecht eingehalten wird. Eine Kampagne oder Werbung darf nicht beleidigend, rassistisch oder sonst strafrechtlich relevant sein. Diesbezüglich kann vertraglich definiert werden, dass der Influencer für allfällige Verletzungen haftet bzw. den Werbetreibenden im Fall eines Fehlverhaltens schad- und klaglos hält.

**Honorar und Goodys**

Je nachdem, wie der Leistungsumfang definiert wurde, kann vertraglich das Honorar für die gesamte Kampagne oder für einzelne Beiträge vereinbart werden. In der Praxis wird es wohl am zielführendsten sein, pro Publikation ein Grundhonorar zu vereinbaren, jedoch eine Art Erfolgsbeteiligung, die nach Anzahl der Klicks bestimmt wird (z. B. bei YouTube), zu definieren, sodass der Influencer auch einen Ansporn hat, eine weitreichende Werbung zu erstellen. Zusätzlich können vertraglich auch die Vergütungen für Reisekosten, Spesen (also Barauslagen) festgehalten werden.

Zusammengefasst ist festzuhalten, dass sich durch die Kooperation mit Influencern ein vollkommen neues Spektrum der Werbemöglichkeiten ergibt. Jedoch ist vorweg Obacht zu geben und eine genaue vertragliche Regelung über die zu erbringenden Leistungen zu treffen.

Foto: iStock.com/g-stockstudio