

## ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN DER THE STORY LAB GMBH FÜR ENTWICKLUNG VERMARKTUNG UND UMSETZUNG VON MEDIAKONZEPTEN, WERBEPLATZIERUNGEN UND WERBEKONZEPTEN FÜR KUNDEN

Abrufbar unter <http://de.storylab.com/uploads/files/AGB.pdf>

Stand: Februar 2017

Fassung: 1.6

## 1. GELTUNGSBEREICH UND BEGRIFFSBESTIMMUNGEN

1.1. The Story Lab GmbH, Alsterufer 3, 20354 Hamburg, die diese Allgemeine Geschäftsbedingungen stellt, wird im Folgenden als „The Story Lab“ bezeichnet; die andere Partei als „Auftraggeber“.

1.2. Die Begriffe "Auftrag", "Auftragnehmer" und "Auftraggeber" sind im kaufmännischen Sinn zu verstehen. "Auftrag" bezeichnet das Vertragsverhältnis ohne Rücksicht auf den jeweiligen Vertragstyp, "Auftragnehmer" denjenigen, der die Hauptleistung schuldet, "Auftraggeber" denjenigen, in dessen Namen die Hauptleistung geordert wird.

1.3. In diesen Allgemeinen Geschäftsbedingungen steht „verbundene Unternehmen“ für The Story Lab und alle direkten und indirekten Tochter-, Holding- und Schwestergesellschaften von The Story Lab an denen das oberste Mutterunternehmen von The Story Lab (Dentsu Aegis Network und/oder Dentsu Inc.) einen Mehrheitsanteil hält.

1.4. Die nachfolgenden Bedingungen sind die ausschließlichen Auftragsbedingungen für alle im Rahmen des Geltungsbereichs dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen und im Rahmen der jeweils von The Story Lab angebotenen Leistungen (vgl. Ziffer 2) an The Story Lab erteilten Aufträge. Die Leistungen von The Story Lab werden im Weiteren durch Einzelangebote und Konzepte/Layouts näher spezifiziert. Insbesondere für Leistungen des „Blogger Circles“ und für „Storyforce“ bestehen gesonderte Allgemeine Geschäftsbedingungen – diese Leistungen fallen nicht unter die vorliegenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen.

1.5. Der Auftraggeber erkennt diese Bedingungen für den vorliegenden Auftrag und alle zukünftig erteilten Aufträge bis zu einer wirksamen Einbeziehung abweichender Bedingungen an und verzichtet auf die Geltung eigener allgemeiner Geschäfts- und Lieferbedingungen. Diese werden – ganz oder teilweise – nur dann Vertragsbestandteil, sofern The Story Lab diese Bedingungen ausdrücklich schriftlich für den jeweiligen Auftrag anerkennt.

1.6. Diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen gelten unabhängig davon, in wessen Namen der Auftraggeber den Vertrag mit dem Auftragnehmer abschließt (im eigenen Namen oder im Namen eines Dritten). Für den Fall, dass der Auftraggeber einen Vertrag für einen Dritten oder für den Bedarf eines Dritten (im eigenen Namen oder im Namen des Dritten) mit The Story Lab abschließt, hat der Auftraggeber dafür Sorge zu tragen, dass er dem Dritten diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen zur Kenntnis bringt. Hat der Dritte dem in seinem Namen geschlossenen Vertrag nicht zugestimmt, ist der tatsächliche Auftraggeber (z.B. die Agentur eines werbetreibenden Unternehmens) Vertragspartner von The Story Lab.

## 2. LEISTUNGEN VON THE STORY LAB

2.1. The Story Lab ist eine auf die Entwicklung, Vermarktung und Umsetzung von Mediakonzepten, Werbeplatzierungen und Sonder-/Werbekonzepten (nachfolgend auch als „Werbeformen“ bezeichnet) sowie die Beratung von Werbetreibenden Unternehmen, Vermarktern von Werbeformen und -flächen und Medien spezialisierte Agentur. Sie bietet Werbeformen insbesondere werbetreibenden Unternehmen, Medien, Vermarktern von Medien, Produktionsunternehmen, Rechteinhabern und Werbe- und Mediaagenturen (nachfolgend „Auftraggeber“) zur Umsetzung, Vermarktung, Verwertung oder sonstigen Nutzung an. Werbeformen sind insbesondere auch Werbeplätze und Nutzungen von Werbeflächen, die im Rahmen von Lizenzierungen, neuartiger Werbeformate und -platzierungen oder crossmedialer Mediakonzepte von The Story Lab entwickelt werden. Das Leistungsportfolio von The Story Lab umfasst weiter die Implementierung, Umsetzung und Betreuung sowie Weiterentwicklung dieser Werbeformen während der gesamten Laufzeit einschließlich sämtlicher Laufzeitverlängerungen. Die Leistungen von The Story Lab beinhalten Planung und ggf. entsprechende Kreativleistungen im Rahmen des jeweiligen Projektes, Verhandlungen und Abstimmungen mit den Medien-/Kooperationspartnern, (ggf. den zuständigen Redaktionen) sowie den Vermarktern.

2.2. Das Leistungsspektrum von The Story Lab umfasst darüber hinaus auch die Erstellung und Entwicklung von Content-Lösungen für Auftraggeber sowie Erwerb, Entwicklung, Marketing und Vertrieb von Formaten, Content Finanzierung, und Erwerb und Vertrieb von Lizenzrechten.

## 3. ANGEBOTSUMFANG

3.1. Beschaffenheit und Umfang der Leistungen von The Story Lab an den jeweiligen Auftraggeber ergeben sich jeweils aus dem Angebot von The Story Lab dessen Bestandteil diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen sind.

3.2. Sofern nicht abweichend schriftlich angeboten und vom Auftraggeber freigegeben, erwirbt der Auftraggeber von The Story Lab jeweils ein Leistungspaket. The Story Lab gibt über die angebotenen Kosten des Leistungspakets hinaus keine anderen/weiteren Rabatte in Zusammenhang mit den Werbeformen an den Auftraggeber weiter. D.h. Alle Preise, Angebote

bzw. Rechnungsbeträge verstehen sich bereits nach Abzug aller dem Auftraggeber von The Story Lab oder von mit dem Auftragnehmer (gem. §§ 15 ff. AktG) verbundenen Unternehmen gewährten Rabatte/Konditionen. Eine weitergehende Herausgabe von Vorteilen ist ausdrücklich abbedungen. Insofern ist ausdrücklich insbesondere § 667 BGB abbedungen.

3.3. The Story Lab kann innerhalb eines Leistungspakets insbesondere Honorare für die Entwicklung der Werbeform, Lizenzkosten, die Produktion und das Handling anbieten und als Vergütung einbehalten.

3.4. Abbildungen, Layouts, Beschreibungen durch The Story Lab dienen lediglich der Illustration und sind nur „Näherungsangaben“. Eine Gewähr für ihre Einhaltung wird nicht übernommen.

3.5. Etwaige Mediaschaltkosten können ebenfalls innerhalb eines jeweiligen Leistungspaketes angeboten werden, wobei The Story Lab berechtigt ist, Werbezeit bzw. Werbefläche im eigenen Namen, auf eigenes wirtschaftliches Risiko und zur eigenen wirtschaftlichen Verwertung für den jeweiligen Bedarf werbetreibender Unternehmen bzw. Mediaagenturen zu erwerben oder sich für diesen Zweck verbundenen Unternehmen z.B. (Einkaufsgesellschaft der Dentsu Aegis Gruppe) zu bedienen.

#### 4. AUFTRAGSERTEILUNG

Angebote von The Story Lab sind unverbindlich und freibleibend. Die verbindliche Auftragserteilung erfolgt grundsätzlich durch Freigabe (via E-Mail ist ausreichend) des Angebots oder Kostenvoranschlages und durch die Auftragsbestätigung (via E-Mail ist ausreichend) seitens The Story Lab oder die Aufnahme der tatsächlichen Ausführung des Auftrags durch The Story Lab.

#### 5. RECHTE AN NICHT DURCH THE STORY LAB UMGESetzten PRÄSENTATION

5.1. Wird nach einer Präsentation kein Auftrag zur Umsetzung erteilt, so bleiben alle Leistungen, insbesondere die Präsentationsunterlagen und die darin enthaltenen Entwürfe, Werke, Ideen etc. Eigentum von The Story Lab. Der Auftraggeber ist nicht berechtigt, dieses Material gleich in welcher Form, zu nutzen, zu bearbeiten oder als Grundlage zur Herstellung eigenen Materials zu nutzen. Der Auftraggeber hat, falls es nicht zur Auftragserteilung kommt, alle in seinem Besitz befindlichen Präsentationsunterlagen unverzüglich an The Story Lab zurückzugeben. The Story Lab bleibt es unbenommen, die präsentierten Ideen, Werke, Entwürfe etc. für andere Projekte und Kunden/Auftraggeber zu verwenden.

5.2. Die Weitergabe von Präsentationsunterlagen und Angeboten an Dritte, sowie deren Veröffentlichung, Vervielfältigung, Verbreitung oder sonstige Nutzung durch den Auftraggeber oder seiner Bevollmächtigten verpflichten den Auftraggeber zur Honorarzahlung in Höhe der betreffenden Leistung. Diese orientiert sich an dem Angebot von The Story Lab oder, sofern ein solches noch nicht vorliegt, an den marktüblichen Konditionen.

#### 6. MITWIRKUNG DES AUFTRAGGEBERS

6.1. Für eine reibungslose und erfolgreiche Durchführung der Leistungen durch The Story Lab ist es unabdinglich, dass der Auftraggeber den ihm obliegenden Mitwirkungspflichten unter Beachtung des festgelegten Ablaufs nachkommt. Der Auftraggeber ist verpflichtet, alle erforderlichen Mitwirkungshandlungen stets so zeitnah zu erbringen, dass The Story Lab die Durchführung der vertraglichen Leistung in der vereinbarten Zeit zu den vereinbarten Konditionen ermöglicht wird.

6.2. Der Auftraggeber ist verpflichtet, The Story Lab sämtliche zur Erbringung der Leistungen notwendigen Informationen, Unterlagen und Daten (wie etwa Firmenlogo etc.) zur Verfügung zu stellen. Er ist weiterhin verpflichtet, The Story Lab auch unaufgefordert auf Umstände hinzuweisen, die für die Erbringung der Leistungen durch The Story Lab von Bedeutung sein können und von denen der Auftraggeber erkennen kann, dass diese The Story Lab nicht bekannt sind.

6.3. Der Auftraggeber garantiert im Sinne eines selbständigen Garantieversprechens, über sämtliche für die Durchführung des Vertrages erforderlichen Rechte zu verfügen und diese Rechte The Story Lab und/oder von The Story Lab eingeschalteten Subunternehmer im erforderlichen Umfang einräumen zu können, ohne dass hierdurch Rechte Dritter verletzt werden. Der Auftraggeber garantiert insbesondere, dass er über die Schutzrechte – insbesondere im Sinne des Urheberrechts und gewerbliche Schutzrechte – an den von ihm zur Verfügung gestellten Unterlagen und Inhalten einschließlich Werbemitteln verfügt und zur Veröffentlichung und Weitergabe an Dritte zum Zwecke der Veröffentlichung in dem für die Durchführung des Vertrages erforderlichen Umfang befugt ist.

#### 7. VERGÜTUNGSBEDINGUNGEN

7.1. Die Vergütung für die Leistungen von The Story Lab ergibt sich aus dem jeweils einzelnen Angebot von The Story Lab, andernfalls aus der jeweils gültigen Preisliste (ggf. benannt als „Ratecard“) von The Story Lab.

7.2. In der vereinbarten Vergütung für Leistungspakete sind, außer wenn ausdrücklich angeboten, regelmäßig nicht enthalten und somit vom Auftraggeber gesondert zu erstatten insbesondere:

- Kosten für ggf. auf Wunsch des Auftraggebers zusätzlich zu erwerbende Lizenzen (z. B. für Tracking-Tools oder andere Softwareanwendungen). Hierfür wird The Story Lab einen Kostenvoranschlag erstellen und vom Auftraggeber in Textform freigeben lassen;
- Kosten, wie sie für eine notwendige Heranziehung von Instituten oder Informationsunterlagen erforderlich werden, deren Beschaffung am Markt nicht unentgeltlich möglich ist. Die Kosten, die der vorherigen in Textform erteilt

Zustimmung des Auftraggeber bedürfen, werden dem Auftraggeber ohne Aufschlag zum entstandenen und nachweisbaren Selbstkostenpreis weiterberechnet;

- Kosten, wie sie für vom Auftraggeber gewünschte grafische Gestaltungen oder den Erwerb von Bildrechten erforderlich werden. Diese Kosten, die der vorherigen Zustimmung in Textform durch den Auftraggeber bedürfen, werden zu den entstandenen und nachweisbaren Fremdkosten zuzüglich 15% Handlingsfee weiterberechnet;
- Kosten für Reisen von Agenturmitarbeitern im Auftrag oder auf Wunsch des Auftraggebers und/oder
- Kurierkosten.

7.3. Alle zu zahlenden Beträge verstehen sich zuzüglich der gesetzlichen Umsatzsteuer in der jeweils gesetzlichen Höhe zum Zeitpunkt der Rechnungsstellung. Die angebotenen Preise sind Nettopreise in Euro zuzüglich der jeweils geltenden Umsatzsteuer. Sie gelten unter dem Vorbehalt, dass die zugrundeliegenden Auftragsdaten seitens des Auftraggebers und Angebote bzw. Kosten möglicher Zulieferer von The Story Lab unverändert bleiben.

7.4. Wenn nichts anderes vereinbart ist, entsteht der Vergütungsanspruch von The Story Lab für jede einzelne Leistung, sobald diese erbracht wurde.

7.5. Einwendungen gegen die Leistungen sind umgehend nach Zugang der Rechnung unter der in der Rechnung als Absender genannten Adresse in Textform zu erheben. Einwendungen müssen spätestens innerhalb von vier (4) Wochen ab Rechnungsdatum The Story Lab zugegangen sein. Das Unterlassen rechtzeitiger Einwendungen gilt als Genehmigung. Gesetzliche Ansprüche des Auftraggebers bei Einwendungen nach Fristablauf bleiben unberührt.

The Story Lab rechnet Leistungen und Lieferungen nach Auslieferung bzw. nach Abnahme resp. nach Teilabnahme ab. Teilabrechnungen sind z.B. nach Erreichung der im Projektplan festgelegten Milestones möglich. Rechnungen resp. Teilrechnungen sind zahlbar innerhalb von 14 ( vierzehn) Tagen ab Rechnungsdatum ohne Skontoabzug.

7.6. Sofern und soweit kein erteilter Auftrag vorliegt, jedoch Leistungen von The Story Lab in Anspruch genommen werden, deren Erbringung üblicherweise nur gegen eine Vergütung erwarten werden dürften, so ist eine für diese Leistungen übliche Vergütung von dem Empfänger der Leistung an The Story Lab vorzunehmen.

7.7. The Story Lab ist berechtigt, Zahlungen zunächst mit älteren Forderungen gegen den Auftraggeber zu verrechnen, egal aus welchem Rechtsgrund diese bestehen. Sind bereits Kosten und Zinsen entstanden, so ist The Story Lab berechtigt, die Zahlungen zunächst mit den Kosten, dann mit den Zinsen und zuletzt mit der Hauptforderung zu verrechnen.

7.8. Gegen Ansprüche von The Story Lab kann der Auftraggeber nur mit unbestrittenen oder rechtskräftig festgestellten Ansprüchen aufrechnen.

7.9. Wenn der Auftraggeber Aufträge, Arbeiten, Planungen und dergleichen ändert oder abbricht bzw. die Voraussetzungen für die Leistungserstellung ändert, wird er The Story Lab alle dadurch anfallenden Kosten ersetzen und The Story Lab von allen Verbindlichkeiten gegenüber Dritten und verbundenen Unternehmen freistellen.

7.10. Sämtliche Zusatzleistungen die über den vereinbarten Leistungsumfang hinausgehen werden in Abstimmung mit dem Auftraggeber nach Zeitaufwand getrennt berechnet. Gleiches gilt für sonstigen, unvorhersehbaren Mehraufwand.

7.11. Erbringt The Story Lab Leistungen, die sich auf einen Zeitraum nach Ablauf des Vertrages beziehen, erhält The Story Lab dafür eine gesondert zu vereinbarende Vergütung. Wird keine gesonderte Vergütung vereinbart, erfolgt die Vergütung nach den jeweils anwendbaren Regelungen des Vertrages und der Allgemeinen Geschäftsbedingungen. Das gleiche gilt für Leistungen und Lieferungen, die The Story Lab nach Ablauf des Vertrages für den Auftraggeber auf dessen Wunsch erbringt.

7.12. Alle anfallenden Steuern, Abgaben, GEMA-, KSK-Gebühren u.ä. trägt der Auftraggeber.

7.13. The Story Lab ist berechtigt, mit einem jeweils beauftragten Medium Vereinbarungen über die Entwicklung und exklusive Überlassung einer jeweilig für das Medium entwickelten Werbeform zu treffen und von diesem hierfür honoriert zu werden. Der Auftraggeber akzeptiert, dass The Story Lab die von dem Medium gewährte Honorierung, gleich in welcher Form diese gewährt wird (z.B. als Agenturrabatt etc.), einbehält.

7.14. The Story Lab wird, eine vom Medium eventuell gewährte Vergütung/Belohnung für die Einsparung administrativer Aufgaben (z.B. durch die Einräumung einer Einzugsermächtigung für das jeweilige Medium), an den Auftraggeber weiter leiten, sofern dieser seinerseits durch die gleichen Maßnahmen zu einer Einsparung administrativer Aufgaben bei The Story Lab beiträgt. Sollte der Auftraggeber hierzu nicht bereit oder in der Lage sein, ist The Story Lab berechtigt, diese Vergütung/Belohnung einzubehalten.

## 8. ABRECHNUNG

8.1. Soweit nicht schriftlich etwas anderes vereinbart wurde, sind Rechnungen von The Story Lab sofort nach Erhalt ohne Abzug zur Zahlung fällig.

8.2. Bei Zahlungsverzug stehen The Story Lab Verzugszinsen nach dem Gesetz (§ 288 Abs. 2 BGB) und in der jeweiligen gesetzlichen Höhe zu. Die Geltendmachung eines höheren Schadens bleibt vorbehalten. Dem Auftraggeber bleibt vorbehalten, einen geringeren Verzugsschaden nachzuweisen. Befindet sich der Auftraggeber im Verzug oder bestehen objektiv begründete Zweifel an seiner Zahlungsfähigkeit, ist The Story Lab berechtigt, weitere Leistungen von der Vorauszahlung des Betrages und vom Ausgleich offener Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

8.3. Bei einem Zahlungsverzug des Auftraggebers oder dem Fall, dass gegen den Auftraggeber ein Antrag auf Eröffnung eines Insolvenzverfahrens gestellt wurde, ist The Story Lab berechtigt, die Ausführung der vertraglich vereinbarten Leistungen

zurückzuhalten bzw. einzustellen. Ausnahme: Der Auftraggeber stellt The Story Lab rechtzeitig Sicherheiten in Höhe der vollständigen Vergütung und Fremdleistungen zur Verfügung. The Story Lab ist zudem berechtigt, ausstehende Leistungen nur gegen Vorkasse durchzuführen oder von der Stellung einer Sicherheit abhängig zu machen, wenn Umstände vorliegen, die bei Anlegung banküblicher Maßstäbe Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers begründen, The Story Lab den Auftraggeber über diese Zweifel informiert hat und er diese Zweifel nicht ausräumen konnte. Ebenso kann The Story Lab im Falle der Zahlungsunfähigkeit des Auftraggebers die Ausführung der Leistungen unterbrechen und sofortige Abrechnung der bisher erbrachten Leistungen verlangen.

8.4. Alle Rechnungsbeträge verstehen sich zuzüglich jeweils gültiger Umsatzsteuer.

8.5. Es ist möglich, dass The Story Lab in Bezug auf die Kaufpreisforderungen für im Rahmen dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen resp. eines entsprechenden Vertrages gekaufte Werbeplätze eine Kreditversicherung abschließt. Sofern diese Kreditversicherung versagt, seitens der Kreditversicherung gekündigt oder nur eine nicht ausreichende Deckung gewährt wird und der Auftraggeber auf Anfrage von The Story Lab nicht bereit ist, vergleichbare Sicherheiten für die Kaufpreisforderungen zu gewährleisten, ist The Story Lab (unabhängig von vereinbarten Zahlungsterminen) berechtigt, Zahlung des Kaufpreises im Voraus, d.h. vor Schaltung der Werbeplätze, zu verlangen. Sofern die entsprechend angeforderte Zahlung nicht rechtzeitig eingeht, steht The Story Lab das Recht zu, bereits gem. Ziffer 9.2. gekaufte Werbeplätze gegenüber den Medien zu stornieren und/oder den Vertrag nach Ziffer 14 zu kündigen.

## 9. MEDIA-BUCHUNGEN

9.1. Bei allen Mediabuchungen des Auftraggebers bei oder über The Story Lab handelt es sich um sogenannte Festbuchungen. Festbuchungen sind Buchungen, die vom Auftraggeber nicht mehr stornierbar sind.

9.2. Sofern nichts Abweichendes ausdrücklich vereinbart ist, ist The Story Lab berechtigt, alle Leistungen für den Bedarf des Auftraggebers im eigenen Namen und auf eigene Rechnung von Dritten zu erwerben. Der Auftraggeber erwirbt alle Leistungen von The Story Lab. Die Tätigkeit von The Story Lab als Eigenhändler, d.h. die Weitergabe der Leistungen an den Auftraggeber mit einer Gewinnspanne, ist The Story Lab ausdrücklich erlaubt. The Story Lab kann Mediazeiten bzw. -flächen (im Folgenden „Werbeplätze“ genannt) insbesondere auch von verbundenen Unternehmen (insbesondere der Konzerneinkaufsgesellschaft des Dentsu Aegis Network) für das jeweilige Medium in eigenem Namen und auf eigene Rechnung beziehen und die für die Durchführung der mit dem Auftraggeber abgestimmten Mediastategie benötigten Werbeplätze in den ausgewählten Medien an den Auftraggeber verkaufen. In diesem Rahmen kann The Story Lab auch so genannte Agentursonderkontingente, d.h. Werbeplätze, die The Story Lab oder die Einkaufsgesellschaft des Dentsu Aegis Network im Rahmen ihrer Tätigkeit als Eigenhändler unabhängig von Kundenbeziehungen erwirbt, einsetzen. Hinsichtlich der Beschaffenheit der Werbeplätze sowie etwaiger Anforderungen der Medien gelten soweit hier nichts Anderweitiges geregelt ist die allgemeinen Geschäftsbedingungen des jeweiligen Mediums oder dessen Vermarktungsgesellschaft. The Story Lab wird auf Verlangen des Auftraggebers dem Auftraggeber eine Kopie der einschlägigen allgemeinen Geschäftsbedingungen des jeweiligen Mediums oder dessen Vermarktungsgesellschaft zur Verfügung stellen.

9.3. Die entsprechenden Einzelkaufverträge über die Werbeplätze kommen durch das mit dem Auftraggeber jeweils abgestimmte Angebot bzw. den Kostenvoranschlag zustande. Mit Freigabe durch den Auftraggeber wird ein Einzelkaufvertrag zwischen dem Auftraggeber und The Story Lab über die Werbeplätze geschlossen.

9.4. Der Auftraggeber ist darüber informiert, dass The Story Lab und die mit The Story Lab verbundenen Gesellschaften auch eigenständige unternehmerische Leistungen für Dritte (z.B. Agenturen, Medienunternehmen, werbungstreibende Unternehmen) entwickeln, erbringen und sich vergüten lassen. Dazu zählen alle Tätigkeiten im Mediabereich im weitesten Sinne, insbesondere solche, die sich aufgrund der dynamischen Fortentwicklung des Marktes erst in Zukunft ergeben. Die unternehmerische Freiheit von The Story Lab und ihrer Konzernunternehmen sowie der als Erfüllungsgehilfen tätigen Drittunternehmen, solche von den Leistungen für den Auftraggeber unabhängigen Aktivitäten zu verfolgen, wird durch diesen Vertrag nicht eingeschränkt.

9.5. Nach Abschluss einer Kampagne bzw. mindestens nach jedem Kalenderjahr ist The Story Lab berechtigt, eine Jahresendabrechnung und/oder einen Finanzstatus entsprechend den aufgrund dieses Vertrages geschuldeten Leistungen mit allen für den Auftraggeber relevanten Details zu erstellen, die dem Auftraggeber zur Kenntnis übermittelt und ggfls. erläutert wird. In diesem Fall werden The Story Lab und der Auftraggeber innerhalb von zwei (2) Wochen nach Übermittlung/Präsentation gegenseitig die Vertragserfüllung bestätigen, d.h. die ordnungsgemäße Lieferung bzw. den Erhalt der Leistung und der dafür freigegebenen Kosten bzw. des dafür gezahlten Kaufpreises entsprechend der zwischen den Parteien jeweils vereinbarten Einzelkaufverträge. Soweit eine solche Bestätigung nicht erfolgt und der Auftraggeber nicht innerhalb dieser Frist schriftlich widerspricht oder die ordnungsgemäße Vertragserfüllung rügt, gilt der Vertrag als erfüllt und die Leistung als rügelos angenommen.

9.6. Die Ausführung/Schaltung angebotener Werbeformen steht immer unter dem Vorbehalt, dass keine Beanstandungen seitens des jeweiligen Mediums/Vermarkters, Produktionshauses/Redaktionen, der Landesmedienanstalten, sonstiger medienrechtlich relevanter Institutionen erhoben werden sowie unter dem Vorbehalt von Verfügbarkeiten und Preisanpassungen Dritter. Buchungen können vom Auftraggeber grundsätzlich nicht storniert werden, da es sich um Festbuchungen handelt. Eine Stornierung ist ausnahmsweise und nur dann möglich, sofern The Story Lab und—das Medium/der Vermarkter bzw. ein beteiligter Dritter seinerseits die Stornierung/Kündigung akzeptiert und The Story Lab kein

Schaden/Ausgleichspflicht entsteht. Insbesondere geringfügige Verschiebungen angebotener Schaltungen (insbesondere programmlich bedingt) sind möglich und berechtigen den Auftraggeber nicht zu einem Storno/Kündigung.

9.7. Schaltausfälle können aufgrund technischer, rechtlicher oder sonstiger Gründe (auch Entscheidungen seitens des jeweiligen Mediums oder höherer Gewalt) vorkommen.

9.8. Sofern innerhalb der vereinbarten Laufzeiten Kompensationsschaltungen oder die Nachholung der Leistung möglich sind, ist The Story Lab im Rahmen des jeweiligen Auftrages berechtigt, die Schaltungen nachzuholen bzw. Kompensationsbuchungen vorzunehmen.

9.9. Im Falle von Rabattkürzungen – die auf Nicht-Erfüllungen oder Nicht-Zahlungen seitens des Auftraggebers zurückzuführen sind – erstattet der Auftraggeber The Story Lab die Summe medien-/oder vermarkterseits fälliger Media-Netto-Beträge. The Story Lab ist im Rahmen ihrer Endabrechnung insoweit zur Nachbelastung berechtigt.

9.10. Sofern The Story Lab dem Auftraggeber mindestens zehn (10) Tage vor der ersten Schaltung die Ausgestaltung im Layout zur Freigabe vorgelegt hat, das Layout vom Auftraggeber freigegeben worden ist und sich keine wesentlichen Änderungen bei der Produktion bzw. Aufschaltung ergeben, sind die Kurations- und Produktionsleistungen jeweils mit erster Schaltung seitens des Auftraggebers abgenommen.

9.11. Sofern der Auftraggeber über The Story Lab die Leistungen und Produkte der AMNET GmbH, Alsterufer 3, 20354 Hamburg nutzen möchte, gelten für diese die allgemeinen Vertragsbedingungen der AMNET GmbH in der jeweils geltenden Fassung, abrufbar unter: <http://amnetgroup.com/terms/germany/germanyterms.pdf>

9.12. Sofern der Auftraggeber über The Story Lab die Leistungen des „Blogger Circle“ bzw. einer Internetbasierten Plattform, auf der sich Influencer also bspw. Onlineredakteure, insbesondere Blogger, und/oder Inhaber eines Social-Media-Profiles (wie z.B. Facebook, YouTube, Instagram, Twitter etc.) registriert sind und passende Influencer, Blogs und/oder Profile von sozialen Medien selektiert werden können nutzen möchte, gelten für diese die allgemeinen Vertragsbedingungen des Blogger Circle in der jeweils geltenden Fassung, abrufbar unter: <https://www.bloggercircle.com/pdf/AGB.pdf>

9.13. Sofern der Auftraggeber über The Story Lab die Leistungen von „Storyforce“ und/oder „StoryHash“ und/oder „Contentfly“ bzw. zielgruppengerichtetes Verbreiten von Bewegtbild (z.B. Werbespots, Videos o.ä.), Fotos oder Texten im Internet vor allem in sozialen Medien (wie z.B. Facebook, YouTube, Instagram, Twitter etc.) oder auf Blogs („Video Seeding“) nutzen möchte, gelten für diese die ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN FÜR VIDEO- UND CONTENT-SEEDING in der jeweils geltenden Fassung, abrufbar unter [http://de.storylab.com/uploads/files/AGB\\_storyforce.pdf](http://de.storylab.com/uploads/files/AGB_storyforce.pdf)

## 10. KAUFPREIS DER WERBEPLÄTZE

10.1. Soweit nicht schriftlich etwas anderes vereinbart wurde, sind Rechnungen des Auftragnehmers über Kaufpreise von Werbeplätzen sofort nach Erhalt ohne Abzug zur Zahlung fällig.

10.3. Bei Einhaltung der vorgenannten Zahlungstermine gewährt The Story Lab dem Auftraggeber 2% Skonto nur dann, wenn dies im jeweiligen Angebot von Story Lab an den Auftragnehmer ausdrücklich angeboten worden ist und das Skonto durch die entsprechenden Medien in entsprechender Höhe tatsächlich gewährt werden.

10.4. Hält der Auftraggeber die vereinbarten bzw. in Ziffer 8.1. genannten Zahlungstermine oder die rechtzeitige Bereitstellung der technischen Informationen nicht ein, ist The Story Lab zur Gewährung von Skonti nicht verpflichtet. The Story Lab kann die Zahlungen des Kunden mit anderen fälligen Forderungen gegenüber dem Auftraggeber in folgender Reihenfolge verrechnen, wobei es The Story Lab freisteht, diese Reihenfolge zu ändern:

- a) Erhaltene Anzahlungen mit laufenden Forderungen
- b) Erhaltene Anzahlungen für stornierte Termine mit laufender Forderung
- c) Ausstehende Gutschriften mit möglichen Rabattnachbelastungen

Ob The Story Lab in dieser oder in der gesetzlichen Reihenfolge verrechnet hat, wird dem Auftraggeber im Einzelfall nachträglich mitgeteilt.

## 11. KOOPERATION MIT DER KREATIVAGENTUR/NUTZUNGSRECHTE

11.1. Anpassungen und/oder Veränderungen (insbesondere Kürzungen) bestehender oder über die beauftragte Kreativagentur des Auftraggebers an das Medium zu liefernden Werbemittel hat der Auftraggeber grundsätzlich auf seine Kosten vorzunehmen, sofern nichts Abweichendes schriftlich vereinbart ist.

11.2. Der Auftraggeber wird seine Kreativagentur zur rechtzeitigen Übersendung/Bereitstellung etwaig vorliegender und zur Umsetzung des Auftrages benötigter Materialien und Daten anweisen. Die seitens der Kreativagentur anfallenden Kosten trägt grundsätzlich der Auftraggeber, es sei denn es ist etwas anderes schriftlich vereinbart. Die Folgen einer etwaigen verspäteten Übersendung/Bereitstellung hat der Auftraggeber zu tragen, insbesondere auch entstehende Mehrkosten. Sofern aufgrund verspäteter Übersendung/Bereitstellung die Schaltung/Ausstrahlung unmöglich wird, besteht eine Haftung von The Story Lab nicht.

11.3. Der Auftraggeber überträgt seinerseits The Story Lab die für die Durchführung des jeweiligen Auftrags erforderlichen Nutzungsrechte und zwar zeitlich, örtlich und inhaltlich in dem für die Durchführung erforderlichen Umfang.

11.4. The Story Lab ist berechtigt, diese Rechte, insbesondere auch das erforderliche Vervielfältigungs- und Verbreitungsrecht sowie das Recht zur öffentlichen Zugänglichmachung und das Bearbeitungs- und Archivierungsrecht, auf ein beauftragtes Medium bzw. auf beauftragte Dritte weiter zu übertragen.

11.5. Es werden von The Story Lab an den Auftraggeber nur diejenigen ausdrücklich im jeweiligen Angebot benannten Nutzungsrechte übertragen. Sofern insoweit Nutzungsrechte übertragen werden, sind diese grundsätzlich auf die Durchführung der einzelnen Schaltungen einer jeweiligen Werbeform beschränkt und nicht weiter übertragbar, sofern nichts anderes schriftlich vereinbart wird.

## 12. HAFTUNG

12.1. Die Haftung von The Story Lab – sowie deren gesetzlichen Vertretern oder Erfüllungsgehilfen – ist auf Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit beschränkt und ist dabei maximal auf den jeweiligen Auftragsbetrag begrenzt.

12.2. The Story Lab haftet (a) nicht für Werbeeinhalte und/oder den Inhalt von Werbemitteln und (b) nicht für die rechtliche Zulässigkeit des Werbeauftrittes und ist insbesondere nicht verpflichtet, Werbeformen juristisch prüfen zu lassen. Der Auftraggeber stellt The Story Lab von allen Ansprüchen Dritter – einschließlich der Kosten der notwendigen Rechtsverteidigung, die in diesem Zusammenhang und im Zusammenhang mit der Durchführung einer jeweiligen Werbeform bzw. eines Auftrages geltend gemacht werden können – frei.

12.3. Die vorstehenden Haftungsbeschränkungen gelten nicht in Bezug auf Schäden aus der Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit. Sonst haftet The Story Lab für Fahrlässigkeit nur, sofern eine Pflicht verletzt wird, deren Einhaltung für die Erreichung des Vertragszwecks unabdingbar ist (sogenannte Kardinalpflicht). Der Begriff der Kardinalpflicht bezeichnet solche Pflichten, deren Erfüllung die ordnungsgemäße Durchführung des Vertrages überhaupt erst ermöglicht und auf deren Einhaltung der Auftraggeber regelmäßig vertrauen darf. Für diese Fälle ist die Haftung auf den vorhersehbaren und typischerweise eintretenden Schaden begrenzt.

12.4. Soweit die Haftung ausgeschlossen ist, gilt dies auch für die persönliche Haftung von Angestellten, Vertretern, Subunternehmern und sonstigen Mitarbeitern The Story Lab.

12.5. Alle Schadensersatzansprüche gegen The Story Lab verjähren in einem Jahr. Die Verjährung beginnt mit der Entstehung des jeweiligen Schadensersatzanspruchs und der Kenntnis oder grob fahrlässigen Unkenntnis des Auftraggebers von den Anspruchsgründen und der Person des Verletzers; ohne Rücksicht darauf verjährt der Anspruch auf Schadensersatz in drei Jahren seit der Verletzungshandlung. Die einjährige Verjährungsfrist gilt nicht für Verletzungen von Leben, Körper oder Gesundheit.

## 13. ALLGEMEINES

13.1. The Story Lab ist berechtigt, umgesetzte Aufträge bzw. Werbeformen und damit in Verbindung stehende (Firmen- und Marken-)Logos des Auftraggebers zum Zweck der Eigenwerbung, Kundenberatung und Öffentlichkeitsarbeit (z.B. durch Einbindung auf der Website oder durch Einreichung bei Awards) unentgeltlich und zeitlich örtlich unbeschränkt zu verwenden.

13.2 The Story Lab darf dieselbe Werbeform bzw. dasselbe Werbekonzept auch anderen/Dritten anbieten und mit diesen umsetzen, sofern das Angebot keine Kennzeichnung als exklusive Umsetzung für den jeweiligen Auftraggeber beinhaltet.

13.3. Insbesondere zur Ermöglichung neuer Platzierungen, Werbeformen und Kooperationen ist The Story Lab ausdrücklich berechtigt, eng mit Medien und Vermarktern zusammenzuarbeiten, mit diesen eigenständige Vereinbarungen zu treffen und insofern für diese Mittler- und Bündelungsfunktion zu übernehmen.

13.4. The Story Lab ist ausdrücklich berechtigt, mit Dritten eigenständige Vereinbarungen zu treffen, insbesondere um etwaige durch die (proaktive) Bereitstellung von Werbeformen entstehende zusätzlichen Kosten rückzuvergüten bzw. entsprechende Finanzierungsmodelle zu vereinbaren (z.B. im Sinne einer Doppeltätigkeit, d.h., The Story Lab darf auch für den jeweils anderen Vertragsteil provisions- bzw. vergütungspflichtig tätig werden und auch andere Agenturen hinzuziehen, z.B. als Meta-Geschäftspartner). Im Falle der Einbindung einer (Media-)Agentur oder der Beauftragung durch eine (Media-)Agentur sichert diese und/oder der Auftraggeber hiermit zu, dass eine entsprechende Berechtigung zur Entgegennahme aller etwaig faktischen und/oder vereinbarten Vorteile (insbesondere geldwerte Vorteile) vorliegt.

13.5. Die Vertragsparteien sind zur Geheimhaltung aller im Laufe der Zusammenarbeit zur Kenntnis gelangenden Informationen und Unterlagen, die nicht zur Weitergabe an Dritte bestimmt sind, sowie der Geschäftsvorgänge und -geheimnisse verpflichtet. Dies gilt nicht für Informationen, die den Vertragsparteien vor Abschluss des Vertrages bekannt waren oder die offenkundig sind oder ohne Verschulden der Parteien offenkundig geworden sind sowie ausdrücklich als nicht vertraulich bezeichnete Informationen. Darüber hinaus unterliegen auch nicht diejenigen Informationen, die zur Erfüllung der Pflichten aus dem Vertragsverhältnis an Dritte weitergegeben werden, der Geheimhaltung. Die Geheimhaltungspflicht besteht auch nach Beendigung eines jeweiligen Auftrages unbeschränkt fort. The Story Lab ist allerdings ausdrücklich berechtigt, sich mit der jeweiligen Kreativ- und Mediaagentur eines werbetreibenden Unternehmens/Auftraggebers sowie mit dem Medien/Vermarktern über maßgebliche Daten, (Einkaufs-)Konditionen und Materialien auszutauschen um Angebote kalkulieren zu können. The Story Lab ist auch berechtigt, im Rahmen der Angebotskalkulation (Einkaufs-)Konditionen unter Zugrundelegung der bei den jeweiligen Medien üblicherweise zu erzielenden Konditionen zu schätzen. Der Auftraggeber stimmt diesem Informationsaustausch im Rahmen der Geheimhaltungsverpflichtung von The Story Lab zu und gestattet diesen Austausch auch seiner jeweiligen Kreativ- und Mediaagentur.

13.6. Die Inanspruchnahme von The Story Lab auf Gewährung von Konditionen/Rabatten, die über den vereinbarten Umfang hinausgehen, bedarf der ausdrücklichen gesonderten schriftlichen (per E-Mail ist ausdrücklich nicht ausreichend) Zusatzvereinbarung.

13.7. Entwürfe bleiben urheberrechtlich Eigentum von The Story Lab.

13.8. Sämtliche Sachen, Waren, Dienstleistungen, Muster und Werke bleiben bis zur vollständigen Bezahlung sämtlicher Forderungen Eigentum von The Story Labs. Hierbei gilt ausdrücklich der erweiterte Eigentumsvorbehalt.

13.9. Es besteht keine Offenlegungspflicht von The Story Lab hinsichtlich der Eingangsrechnungen (sei es von Dritten und/oder verbundenen Unternehmen). Entsprechende Verpflichtungen (insbesondere gesetzliche aus § 666 BGB) sind abbedungen.

13.10. The Story Lab kann zur Erfüllung im eigenen Namen Dritte heranziehen. Es besteht keine Offenlegungspflicht von The Story Lab hinsichtlich Ausgangsrechnungen an Dritte und/oder an verbundene Unternehmen. Entsprechende Verpflichtungen (insbesondere gesetzliche aus § 666 BGB) sind abbedungen.

#### 14. VERTRAGSDAUER, KÜNDIGUNG UND STORNIERUNG VON SCHALTUNGEN VON WERBEMITTELN

Sowohl The Story Lab als auch der Auftraggeber sind bei Vorliegen eines wichtigen Grundes zur fristlosen Kündigung des Vertrages berechtigt. Ein wichtiger Grund, der The Story Lab unbeschadet weitergehender gesetzlicher Kündigungsrechte zur außerordentlichen Kündigung berechtigt, liegt insbesondere vor, wenn

- durch das Verhalten des Auftraggebers bestehende Vertragsbeziehungen zu Vertragspartnern von The Story Lab gefährdet werden;
- der Auftraggeber mit der Zahlung in Verzug ist und trotz Nachfristsetzung von mindestens einer Kalenderwoche unter ausdrücklicher Kündigungsandrohung bei Nichtzahlung nicht zahlt;
- der Auftraggeber gegen eine wesentliche Bestimmung des Vertrages verstößt und er – trotz Mahnung in Textform – den Vertragsverstoß wiederholt oder bei fortbestehendem Verstoß nicht innerhalb von einer Kalenderwoche einstellt;
- der Auftraggeber insolvent wird, insbesondere bei Eröffnung des Insolvenzverfahrens über das Vermögen oder Ablehnung der Eröffnung des Insolvenzverfahrens mangels Masse (Zahlungsunfähigkeit, Zahlungseinstellung oder Einstellung der geschäftlichen Tätigkeit – gleich aus welchem Grund – steht der Insolvenz gleich); §119 InsO bleibt unberührt.

#### 15. BESCHWERDEVERFAHREN NACH DEM VERBRAUCHER STREITBEILEGUNGSGESTZ:

**TSL ist nicht bereit und nicht verpflichtet an einem Streitbeilegungsverfahren vor einer Verbraucherschlichtungsstelle teilzunehmen.**

#### 16. SCHLUSSBESTIMMUNGEN

16.1. Die Vertragsbeziehung der Parteien unterliegt dem Recht der Bundesrepublik Deutschland unter Ausschluss des UN-Kaufrechts.

16.2. Als Erfüllungsort für die gegenseitigen Leistungen wird Hamburg vereinbart.

16.3. Ausschließlicher örtlicher Gerichtsstand für alle Rechtsstreitigkeiten aus und im Zusammenhang mit der Vertragsbeziehung der Parteien ist Hamburg.

16.4. Änderungen oder Ergänzungen dieser Geschäftsbedingungen oder der Einzelbeauftragung bedürfen der Schriftform. Das gilt auch für eine Änderung dieses Schriftformerfordernisses.

16.5. Sollten einzelne Bestimmungen der Einzelbeauftragung oder der Geschäftsbedingungen unwirksam sein oder werden und/oder den gesetzlichen Regelungen widersprechen, so wird hierdurch die Wirksamkeit der Geschäftsbedingungen im Übrigen nicht berührt. Die unwirksame Bestimmung wird von den Vertragsparteien einvernehmlich durch eine solche Bestimmung ersetzt, welche dem wirtschaftlichen Zweck der unwirksamen Bestimmung in rechtswirksamer Weise am nächsten kommt. Die vorstehende Regelung gilt entsprechend bei Regelungslücken.