

## Allgemeine Geschäftsbedingungen für Advertiser (Stand Mai 2018)

### Präambel

FinanceQuality ist ein Service der netzeffekt GmbH. Die netzeffekt GmbH (nachfolgend netzeffekt) bietet ausgewählten Werbetreibenden (nachfolgend Advertiser) aus dem Finanz- und Versicherungsbereich mit FinanceQuality Zugang zu einem Netzwerk an spezialisierten Kooperationspartnern (nachfolgend Publisher).

Mit Platzierung eines Partnerprogramms auf FinanceQuality erklärt der Advertiser sein Einverständnis zu diesen Allgemeinen Geschäftsbedingungen.

### 1 Teilnahme an FinanceQuality | Partnerprogramme

- 1.1 Advertiser können sich zum Betreiben eines Partnerprogramms im Affiliate Netzwerk FinanceQuality bei der netzeffekt GmbH bewerben. Als Advertiser gelten juristische und unbeschränkt geschäftsfähige natürliche Personen, die Produkte und Dienstleistungen zur Vermarktung durch Publisher auf der Plattform FinanceQuality anbieten. Ein Anspruch auf Zulassung zum Netzwerk besteht nicht.
- 1.2 Der Advertiser legt die Vermarktungsleistung, die Konditionen und das Vergütungsmodell in seinem Partnerprogramm fest. Dabei wird grundlegend zwischen den unter § 3.1 genannten Vergütungsmodellen unterschieden.
- 1.3 Zusätzlich kann der Advertiser Zusatzbedingungen zur Teilnahme an seinem Partnerprogramm hinterlegen, die der Publisher mit seiner Bewerbung zum jeweiligen Partnerprogramm akzeptiert.
- 1.4 Publisher können sich zur Teilnahme an den Partnerprogrammen der Advertiser bewerben.
- 1.5 Der Advertiser oder die von ihm beauftragte Agentur kann die Bewerbung ausdrücklich durch Freischaltung zum Partnerprogramm annehmen. Hierdurch entstehen keinerlei Vertragsbeziehungen zwischen dem Advertiser und dem Publisher. Mit der Annahme der Bewerbung ist der Publisher zur Vermarktung der Produkte und / oder Dienstleistungen des Advertisers bis auf Widerruf berechtigt. Eine Verpflichtung zur Vermarktung entsteht für den Publisher hierdurch nicht.
- 1.6 netzeffekt ist nicht verpflichtet, Leistungen zur Unterstützung des Advertisers und / oder durch seine Publisher zu erbringen.
- 1.7 netzeffekt ist berechtigt im Netzwerk FinanceQuality als Advertiser und / oder Publisher tätig zu werden.
- 1.8 netzeffekt stellt im Netzwerk FinanceQuality vermarktungsrelevante Informationen über den Advertiser zur Verfügung. Der Advertiser stimmt dem Empfang von Emails seitens netzeffekt und der Publisher zu.
- 1.9 netzeffekt ist berechtigt, den Advertiser als Referenzkunden zu nennen. Der Advertiser willigt ein, dass netzeffekt zu diesem Zweck das Logo und Markenzeichen des Advertisers zeitlich und räumlich unbeschränkt nutzen darf. Umgekehrt gestattet netzeffekt dem Advertiser die Nutzung seines Logos und Markenzeichens zum Zwecke der Angabe als Partnerreferenz.

### 2 Mitwirkungspflichten und weitere Pflichten des Advertisers

- 2.1 Der Advertiser verpflichtet sich seine Programmbeschreibung, insbesondere Angaben zu Produktkonditionen auf dem aktuellen Stand zu halten.
- 2.2 Änderungen von Produktkonditionen müssen Publishern mit einer Vorlaufzeit von mindestens drei Tagen kommuniziert werden.
- 2.3 Eine Anpassung der Publishervergütung oder der Definition der Vermarktungsleistung ist mit einer Vorlaufzeit von mindestens drei Tagen möglich. Änderungen gelten nie rückwirkend, sondern ausschließlich für neu generierten Traffic (Clicks, Leads und Sales).

- 2.4 Um die Werbeleistung des Publishers zu ermöglichen, zu messen und zu vergüten, bietet der Advertiser Werbemittel (Textlinks, Banner, Ads etc), sowie Webseiten und / oder Landingpages an.
- 2.5 Der Advertiser verpflichtet sich ausschließlich Werbemittel einzusetzen und Inhalte auf seinen Webseiten zu verwenden, die mit geltendem Recht im Einklang sind. Unzulässig sind insbesondere pornografische, jugendgefährdende, rechtsradikale, zum Fremdenhass aufrufende, gewaltverherrlichende und / oder diskriminierende sowie vorsätzlich falsche Inhalte, ebenso wie Inhalte, die Rechte Dritter (insbesondere Marken-, Urheber- und Namensrechte) verletzen und/oder Schadsoftware enthalten.
- 2.6 Der Advertiser verpflichtet sich zum Einbau des korrekten und vollständigen FinanceQuality Trackingcodes, damit alle vermarktungsrelevanten Transaktionen von Nutzern protokolliert werden können. Dem Advertiser ist bekannt, dass das Tracking die Grundlage der Abrechnung gegenüber den Publishern bildet. Er sichert zu, das Tracking aufrecht zu erhalten und alles zu unterlassen, was das Tracking beeinflussen kann. Kommen auf der Seite des Advertisers eigene Trackingtechnologien (z.B. Trackingweichen) zum Einsatz, so hat der Advertiser dafür Sorge zu tragen, dass das Tracking von FinanceQuality nicht beeinträchtigt wird.
- 2.7 Bei Trackingausfällen, die der Advertiser zu verschulden hat, erhält netzeffekt nachträglich eine Kompensation. Die Kompensation wird anteilig am Durchschnitt des Trackings der letzten drei Monate vor dem Ausfall berechnet. Läuft das Partnerprogramm noch keine drei Monate wird der bisherige Durchschnitt des Trackings zur Berechnung herangezogen. Weitere Schadensersatzansprüche bleiben hiervon unberührt.
- 2.8 Vorstehende Pflichten gelten auch zum Schutz der Interessen der Publisher. Sollte netzeffekt von Publishern auf Grund von Pflichtverletzungen, die der Advertiser zu vertreten hat, auf Schadensersatz in Anspruch genommen werden, stellt der Advertiser netzeffekt auf erstes Anfordern von diesen Schadensersatzforderungen frei.

### 3 Vergütungsmodelle | Publisherprovisionen | Auszahlung

- 3.1 In FinanceQuality wird grundlegend zwischen folgende Transaktionsarten / Vergütungsmodellen unterschieden. Ebenso sind Sonderformen oder Hybridmodelle, die mehrere unterschiedliche Vergütungsmodelle miteinander kombinieren, einstellbar.

#### a. Pay-per-Click (PPC / CPC)

Wurde eine PPC-Vergütung vereinbart, so kommt der Vergütungsanspruch dann zu Stande, wenn ein Nutzer aus freiem Willen auf ein Werbemittel auf der Vermarktungsplattform / Webpräsenz des Publishers klickt. Klicks auf Werbemittel, die auf Werbeplattformen platziert sind, die nicht auf FinanceQuality gemeldet sind, werden nicht vergütet. Die Vergütung erfolgt auf Basis von Unique-Klicks. Incentivierte Klicks, also Klicks, bei denen User eine bestimmte Gegenleistung versprochen wird, sind nur bei vorheriger Zustimmung (daher vor Vermarktungsstart) seitens des Advertisers vergütungsfähig. Die Genehmigung muss in Textform erfolgen.

#### b. Pay-per-Lead (PPL / CPL)

Wurde eine PPL-Vergütung vereinbart, so kommt der Vergütungsanspruch dann zu Stande, wenn ein User aus freiem Willen auf ein Werbemittel auf der Website des Partners klickt und den vorab definierten Lead-Prozess bis zum Aufruf des Zählpixels auf der Dankeseite durchläuft. Der Lead-Prozess kann beispielsweise in der Abfrage einer Kundenadresse bestehen. Die Lead-Vergütung ist im Normalfall eine Fixvergütung für eine vorab definierte Leistungseinheit. Leads basierend auf Klicks auf Werbemittel, die auf Werbeplattformen platziert sind, die nicht auf FinanceQuality gemeldet sind, werden nicht vergütet. Die Stornierung von Leads ist auch nach Gutschrift statthaft, sofern die Lead-Generierung und / oder die Lead-Qualität nicht den Vorgaben dieser AGB und / oder der jeweiligen Programmbeschreibung und / oder den spezifischen Vermarktungsbedingungen des Advertisers entsprechen. In diesem Fall hat netzeffekt das Recht, bereits gezahlte Provisionen von den betreffenden Partnern für den Advertiser zurückzufordern.

### C. Pay-per-Sale (PPS / CPO)

Wurde eine PPS-Vergütung vereinbart, so kommt der Vergütungsanspruch dann zu Stande, wenn ein Nutzer aus freiem Willen auf ein Werbemittel auf der Website des Publishers klickt und den vorab definierten Sale-Prozess bis zum Abverkauf der Ware bzw. Abschluss der Dienstleistung (Dankeseite mit Aufruf des Zählpixels) erfolgreich durchläuft. Im Gegensatz zum Lead-Prozess handelt es sich bei PPS nicht nur um die Generierung von Kundendaten, sondern um einen tatsächlichen Abschluss. Sales basierend auf Klicks auf Werbemittel, die auf Werbeplattformen platziert sind, die nicht auf FinanceQuality gemeldet sind, werden nicht vergütet. Die Stornierung von Sales ist auch nach Gutschrift statthaft, sofern die Sale-Generierung und / oder die Sale-Qualität nicht den Vorgaben dieser AGB und / oder der jeweiligen Programmbeschreibung und / oder den spezifischen Vermarktungsbedingungen des Advertisers entsprechen. In diesem Fall hat netzeffekt das Recht bereits gezahlte Provisionen von den betreffenden Partnern für den Advertiser zurückzufordern.

- 3.2 Die für den Vergütungsanspruch zu erbringende Leistung ist in der jeweiligen Programmbeschreibung des Advertisers definiert.
- 3.3 Sämtliche Zahlungen sind an netzeffekt zu erbringen. Die Auszahlung der Provisionen an die Publisher erfolgt durch netzeffekt.
- 3.4 Der Advertiser gewährleistet eine regelmäßige Bearbeitung der Transaktionen, mindestens jedoch einmal pro Monat.
- 3.5 Der Advertiser kann die voraussichtliche Höhe der zu zahlenden Publisherprovisionen jederzeit in seinem Account einsehen.

## 4 Datenschutz

- 4.1 netzeffekt beachtet die geltenden Datenschutzvorschriften.
- 4.2 Der Advertiser sichert netzeffekt ebenfalls die Beachtung geltender Datenschutzgesetze zu.

## 5 Gewährleistung und Haftung von netzeffekt

- 5.1 netzeffekt stellt die angebotenen Services ohne Übernahme einer Garantie oder Gewähr zur Verfügung. netzeffekt haftet nicht für die Aktualität, Richtigkeit und Vollständigkeit der Inhalte auf FinanceQuality. Bei Ausfall des Online-Tracking-Systems/Netzwerkes wird netzeffekt unverzüglich alle notwendigen Schritte einleiten, um die Einsatzfähigkeit der Software wiederherzustellen.
- 5.2 netzeffekt schließt die Haftung für höhere Gewalt und Ereignisse außerhalb des Einflussbereichs von netzeffekt (Krieg, Viren, etc) aus. netzeffekt übernimmt keine Haftung für darauf zurückzuführende Unterbrechungen.
- 5.3 netzeffekt haftet nur für Schäden bei Vorsatz und grober Fahrlässigkeit sowie bei Verletzung einer vertragswesentlichen Pflicht (Kardinalpflicht). Im Falle einer leicht fahrlässigen Verletzung einer Kardinalpflicht ist die Haftung netzeffekts auf bei Vertragsschluss vorhersehbare, vertragstypische Schäden der Höhe nach begrenzt.
- 5.4 Vorstehende Haftungsausschlüsse gelten nicht bei arglistigem Verschweigen von Mängeln oder bei Übernahme einer Garantie, für die Haftung für Ansprüche aufgrund des Produkthaftungsgesetzes sowie für Schäden aus der Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit. Eine Änderung der Beweislast zum Nachteil des Anspruchstellers ist hiermit nicht verbunden.
- 5.5 Soweit die Haftung von netzeffekt ausgeschlossen oder beschränkt ist, gilt dies auch für die persönliche Haftung der Angestellten, Arbeitnehmer, Mitarbeiter, Vertreter oder Erfüllungsgehilfen von netzeffekt.

## 6 Vertraulichkeit

- 6.1 Die Vertragsparteien verpflichten sich zur Geheimhaltung von geheimhaltungsbedürftigen Informationen, die sie im Rahmen der Geschäftsverbindung vom anderen Vertragspartner erhalten haben. Geheimhaltungsbedürftige Informationen sind dabei solche, die nicht offenkundig sind und auf deren Geheimhaltung sich der andere Vertragspartner verlassen kann.
- 6.2 Die Vertragsparteien gewährleisten und haften dafür, dass auch Mitarbeiter ihres Unternehmens oder beauftragte betriebsfremde Personen diese Geheimhaltungsverpflichtung beachten.
- 6.3 Die Geheimhaltungsverpflichtung gilt auch nach Beendigung der Geschäftsverbindung.

## 7 Vertragslaufzeit und Kündigung

- 7.1 Die Vertragsbeziehungen laufen auf unbestimmte Zeit.
- 7.2 Ist einzelvertraglich keine andere Kündigungsfrist vereinbart, beträgt die Kündigungsfrist drei Monate zum Monatsende.
- 7.3 Hiervon unberührt bleibt das Recht beider Vertragsparteien zur Kündigung aus wichtigem Grund.
- 7.4 Die Kündigung bedarf zu ihrer Wirksamkeit der Schriftform. Die Form ist auch bei Übermittlung mittels Telefax gewahrt.

## 8 Abtretungsverbot

Der Advertiser kann seine gegen netzeffekt bestehenden Forderungen nicht ohne Einverständnis von netzeffekt an Dritte abtreten.

## 9 Änderungen der AGB

- 9.1 netzeffekt ist zur Änderungen dieser allgemeinen Geschäftsbedingungen berechtigt. netzeffekt wird Änderungen nur aus triftigem Grund vornehmen. Ein solcher liegt beispielsweise vor, wenn technische Entwicklungen, geänderte Rechtsprechung oder Gesetze eine Anpassung erfordern. netzeffekt wird den Advertiser dann über die Änderung informieren und die geänderten AGB zur Verfügung stellen. Widerspricht der Advertiser der Änderung nicht innerhalb von sechs Wochen ab erteilter Information und Übermittlung der neuen AGB, werden die geänderten AGB gültig.
- 9.2 Wird durch die Änderung das vertragliche Gleichgewicht der Vertragspartner durch die Änderungen zum Nachteil des Advertisers erheblich gestört gilt dies nicht. Im Übrigen bedürfen Änderungen der Zustimmung des Advertisers.

## 10 Schlussbestimmungen | Gerichtstand | Salvatorische Klausel

- 10.1 Änderungen oder Ergänzungen der vertraglichen Beziehungen bedürfen zu ihrer Wirksamkeit der Textform. Auf das Erfordernis der Textform kann nur durch eine Erklärung in Textform verzichtet werden. Ausgenommen hiervon sind individuelle Vertragsabreden.
- 10.2 Es gilt das Recht der Bundesrepublik Deutschland. Die Bestimmungen des UN-Kaufrechts finden keine Anwendung.
- 10.3 Handelt es sich beim Advertiser um einen Kaufmann, eine juristische Person des öffentlichen Rechts oder um öffentlich-rechtliches Sondervermögen ist ausschließlicher Gerichtsstand München. netzeffekt ist darüber hinaus berechtigt seine Ansprüche an jedem anderen gesetzlich zulässigen Gerichtsstand geltend zu machen.
- 10.4 Sollte eine Bestimmung dieser AGB unwirksam sein oder werden, wird die Wirksamkeit der übrigen Bestimmungen hiervon nicht berührt.