

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Publisher (Stand Mai 2018)

Präambel

FinanceQuality ist ein Service der netzeffekt GmbH. Die netzeffekt GmbH (nachfolgend netzeffekt) bietet seinen Kooperationspartnern (nachfolgend Publisher) mit dem Netzwerk FinanceQuality eine Plattform zur Vermarktung von Produkten und Dienstleistungen ausgewählter Werbetreibender (nachfolgend Advertiser) aus dem Finanz- und Versicherungsbereich. FinanceQuality betreibt Partnerprogramme zur Vermittlung geeigneter Publisher an die teilnehmenden Advertiser.

Die Registrierung und Nutzung von FinanceQuality ist für Publisher kostenlos. Mit der Registrierung / Anmeldung auf FinanceQuality erklärt der Publisher sein Einverständnis zu diesen Allgemeinen Geschäftsbedingungen.

1 Teilnahme an FinanceQuality

- 1.1 Publisher können sich zur Aufnahme in das Netzwerk FinanceQuality bewerben. Als Publisher gelten juristische und unbeschränkt geschäftsfähige natürliche Personen, die Produkte und Dienstleistungen der Advertiser bewerben. Ein Anspruch auf Zulassung zum Netzwerk besteht nicht.
- 1.2 An FinanceQuality teilnehmen können neben Publishern, die über ihre Onlinemedien Interessenten an Advertiser vermitteln auch Finanz- und Versicherungsmakler mit expliziter Erlaubnis für die Vermittlung von Produkten und Dienstleistungen. Ein Makler verpflichtet sich seine Maklereigenschaft bei Registrierung im Registrierungsformular anzugeben. Der Makler sichert mit seiner Registrierung zu, dass er eine Erlaubnis nach der Gewerbeordnung besitzt und legt diese netzeffekt auf Verlangen vor. Der Makler sichert zu, dass er seinen gesetzlichen Pflichten zu Beratungsleistungen vollständig nachkommt.
- 1.3 Der Publisher hat auch nach erfolgter Registrierung und Freischaltung sicherzustellen, dass seine hinterlegten Stammdaten stets aktuell sind.
- 1.4 Der Publisher verpflichtet sich alle seine eingesetzten Werbeflächen (wie z.B. Webseiten, Emailverteiler, Apps, etc.) vollständig bei FinanceQuality zu registrieren. Für die Vermarktung ist es notwendig, sich explizit mit jeder Werbefläche separat bei den Partnerprogrammen zu bewerben. Der Publisher stellt sicher, dass er zur Nutzung der eingesetzten Werbeflächen berechtigt ist.
- 1.5 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.
- 1.6 netzeffekt ist berechtigt im Netzwerk FinanceQuality als Advertiser und / oder Publisher tätig zu werden.
- 1.7 netzeffekt stellt den Publishern im Netzwerk FinanceQuality vermarktungsrelevante Informationen über den Account und die hinterlegte Kontakt-Emailadresse zur Verfügung. Der Publisher stimmt dem Empfang von Emails seitens netzeffekt und der Advertiser zu. Der Publisher verpflichtet sich, seine Nachrichten regelmäßig zu prüfen und sich über die Konditionen der einzelnen Partnerprogramme auf dem Laufenden zu halten.
- 1.8 Nach erfolgter Zulassung zum Netzwerk und Erstellung des Publisher-Accounts durch netzeffekt können sich Publisher für die Partnerprogramme der Advertiser bewerben. Der Advertiser oder die von ihm beauftragte Agentur kann die Bewerbung durch Freischaltung zum Partnerprogramm annehmen. 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. Der Vertrag wird zwischen dem Publisher und netzeffekt geschlossen.

2 Mitwirkungspflichten und weitere Pflichten des Publishers

- 2.1 Der Publisher verpflichtet sich ausschließlich die auf FinanceQuality bereitgestellten Werbemittel für die Vermarktung zu verwenden. Dies gilt insbesondere für graphische Werbemittel, die nicht vom Publisher verändert oder selbst erstellt werden dürfen.
- 2.2 Werbemittel-Adcodes sind unverändert auf den Werbeflächen des Publishers zu integrieren.
- 2.3 Methoden, die Tracking-Cookies ohne Werbemittelkontakt (View, Click) setzen, sind unzulässig.
- 2.4 Der Publisher sichert zu, Manipulation der Plattform FinanceQuality oder des Trackings, die darauf abzielen den Traffic oder die Provisionen zu verfälschen, zu unterlassen. Sollten derartige Maßnahmen festgestellt werden, ist netzeffekt zur sofortigen Sperrung des Publisheraccounts berechtigt. netzeffekt ist in einem derartigen Fall ferner berechtigt, das bisher generierte Guthaben des Publishers einzubehalten. Weitere Schadensersatzansprüche bleiben hiervon unberührt.
- 2.5 Eine Weitergabe der Werbemittel an Dritte ist grundsätzlich verboten.
- 2.6 Der Publisher sichert die laufende Rechtskonformität seiner Werbeflächen zu. Auf die Pflicht zur Vorhaltung eines Impressums, die Vorschriften über unzumutbare Belästigungen nach dem Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb und dem Schutz von Urheber-, Marken- und Namensrechte wird hier besonders hingewiesen.
- 2.7 Vermarktet der Publisher über ein eigenes oder fremdes Sub-Netzwerk, so stellt er sicher, dass alle Regelungen dieser AGB und die ggfs. in dem Partnerprogramm enthaltenen spezifischen Vermarktungsbedingungen auch auf das Sub-Netzwerk und dessen Publisher Anwendung finden. Der Publisher haftet bei Verstößen in vollem Umfang.
- 2.8 Vorstehende Pflichten gelten auch zum Schutz der Interessen der Advertiser. Sollte netzeffekt von Advertiser auf Grund von Pflichtverletzungen, die der Publisher zu vertreten hat, auf Schadensersatz in Anspruch genommen werden, stellt der Publisher netzeffekt auf erstes Anfordern von diesen Schadensersatzforderungen frei.

3 Vergütungsmodelle | 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 Advertiser 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 Publishers 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 Advertiser entsprechen. In diesem Fall hat netzeffekt das Recht, bereits gezahlte Provisionen von den betreffenden Publishern 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 Publishern für den Advertiser zurückzufordern.

- 3.2 Die für den Vergütungsanspruch zu erbringende Leistung ist in der jeweiligen Programmbeschreibung des Advertisers definiert.
- 3.3 Die tatsächlich erbrachte Leistung muss nachprüfbar sein. Ein Auszahlungsanspruch gegen netzeffekt erfolgt erst dann, wenn der Advertiser die Leistung auch an netzeffekt vergütet hat.
- 3.4 netzeffekt behält sich vor, auch ohne vorherige abschließende Prüfung der Transaktionen (Clicks, Leads, Sales) die Provisionen an die Publisher auszuzahlen. Bei Generierung der Transaktionen durch Manipulation, Täuschung und / oder nicht abgestimmtem incentivierten Werbevorgehen, ist netzeffekt berechtigt die gezahlten Provisionen zurückzufordern.
- 3.5 Provisionen werden mindestens einmal pro Monat ausgezahlt. Mehrmalige Auszahlungen sind möglich. Ein Anspruch auf mehrmalige Auszahlungszyklen pro Monat besteht nicht.
- 3.6 Der Publisher kann die voraussichtliche Höhe seiner Provisionen jederzeit in seinem Account als „Guthaben“ einsehen. Die Darstellung des „Guthabens“ im Publisher Account stellt kein Anerkenntnis des Vergütungsanspruches dar.
- 3.7 Voraussetzung für die Auszahlung bestätigter Provisionen ist die Hinterlegung aller relevanten Kontodaten oder einer gültigen PayPal-Adresse im Publisher Account. Änderungen von Kontodaten oder steuerrechtlichen Voraussetzungen sind vom Publisher unverzüglich in seinem Account vorzunehmen. Eine nachträgliche Korrektur von Belegen ist nicht möglich.
- 3.8 Auf den Guthaben-Konten der Publisher erfolgt keine Verzinsung. Der Publisher erklärt sich damit einverstanden, dass die Abrechnung im Gutschriftenverfahren erfolgt.

4 Datenschutz

- 4.1 netzeffekt beachtet die geltenden Datenschutzvorschriften.
- 4.2 Der Publisher 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 nicht für die Zahlungsfähigkeit des Advertisers. Der Advertiser ist Alleinschuldner der offenen und bestätigten Vermittlungsprovisionen. Ein Regress von netzeffekt für offene Provisionen des Advertisers ist ausgeschlossen.
- 5.4 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.
- 5.5 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.
- 5.6 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 Die Kündigung ist jederzeit ohne Einhaltung einer Frist in Textform möglich. Eine Kündigung kann auch für einzelne Partnerprogramme ausgesprochen werden.
- 7.3 Endet der Vertrag werden eventuelle Guthaben ausgezahlt.
- 7.4 Im Fall der Kündigung oder der Pausierung des Vertragsverhältnisses oder des Partnerprogrammes durch den Advertiser oder netzeffekt hat der Publisher alle betroffenen Werbemittel und Trackinglinks innerhalb von 48 Stunden von seinen Werbeflächen zu entfernen. Mit dem Zeitpunkt des Zugangs der Kündigung erlischt das Recht auf zukünftige Vergütung.

8 Aufrechnungsverbot

- 8.1 Eine Aufrechnung ist nur mit von netzeffekt anerkannten, unbestrittenen oder rechtskräftig festgestellten Forderungen statthaft.
- 8.2 Der Publisher kann seine gegen netzeffekt bestehenden Forderungen nicht ohne Einverständnis von netzeffekt an Dritte abtreten.

9 Änderungen der AGB

- 9.1 netzeffekt ist zur Änderung 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 Publisher dann über die Änderung informieren und die geänderten AGB zur Verfügung stellen. Widerspricht der Publisher 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 Publishers erheblich gestört gilt dies nicht. Im Übrigen bedürfen Änderungen der Zustimmung des Publishers.

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 Publisher 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.