

## Allgemeine Teilnahmebedingungen für das Affiliate Netzwerk retailAds (AGB)

### § 1 Präambel

1. Die Firma retailerweb GmbH & Co. KG – im folgenden retailAds genannt – stellt unter der URL <https://www.retailads.net> eine Plattform zur technischen Abwicklung von Kooperationen zur Verfügung.

2. Der Vertragspartner möchte diese Dienste entweder als Partner (Publisher) oder als Anbieter (Merchant/Advertiser) eines Partnerprogramms in Anspruch nehmen. Der Vertragspartner ist voll geschäftsfähig oder wird durch einen voll geschäftsfähigen gesetzlichen Vertreter vertreten.

3. retailAds erhält für seine Dienstleistung eine Vergütung gemäß dem entsprechend gültigem individuellen Merchantvertrag.

4. Diese Bedingung regelt die Zusammenarbeit zwischen retailAds und dem Vertragspartner sowie die Zusammenarbeit zwischen den Teilnehmern (Publishern) und den Anbietern (Merchants/Advertisern) von Partnerprogrammen vorbehaltlich abweichender Regelungen zwischen diesen. Die Zusammenarbeit zwischen retailAds und dem Vertragspartner bleibt von solchen abweichenden Regelungen unberührt, es gelten immer die hier vereinbarten Bedingungen.

Darüber hinaus gelten die von den Merchants in der Programmbeschreibung festgelegten Regeln und Einschränkungen bezüglich der Platzierung von Werbung.

5. Mit der Anmeldung als Publisher oder Merchant bei retailAds wird ein Vertragsverhältnis gegründet.

6. Durch die Annahme einer Bewerbung eines Publishers für ein Partnerprogramm wird ein weiteres Vertragsverhältnis zwischen dem Publisher und dem entsprechenden Merchant gegründet. Für dieses Vertragsverhältnis gelten in erster Linie ebenfalls diese Bedingungen vorbehaltlich abweichender Regelungen zwischen diesen beiden Parteien.

7. Für den Geltungsbereich dieser Bedingungen kommen die folgenden Definitionen zur Anwendung:

**Partnerprogramm:** Eine Vereinbarung über die erfolgsbezogene abgerechnete Platzierung von Werbemitteln der Merchants auf den Internetseiten des Publishers.

**Werbung:** Alle von retailAds zur Verfügung gestellten Werbemittel eines Merchants, deren Nutzung von retailAds protokolliert werden und durch die die Nutzer der Internetseiten des Publisher animiert werden sollen, Angebote des Merchants zu nutzen.

**Erfolg und erfolgsbezogene Abrechnung:** Der Publisher erhält ausschließlich dann eine Werbekostenerstattung, wenn durch die auf der Webseite des Publishers geschalteten Werbemittel die zuvor mit dem Merchant vereinbarten Erfolge erzielt werden. Diese Erfolge stellen die Grundlage der Abrechnung von Werbekostenerstattungen (Partnerprovisionen) über retailAds dar. Dies können folgende Erfolge sein:

**Einblendung (Pay per View):** Einblendung eines vom Merchant zur Verfügung gestellten Werbemittels auf der Werbefläche des Publishers

**Klick (Pay per Click):** Das Werbemittel des Merchants leitet über einen Hyperlink den Besucher auf das Internetangebot des Merchants weiter. Jeder weitergeleitete Besucher wird als Erfolg gewertet.

**Anruf (Pay per Call):** Der Besucher ruft eine spezielle vom Merchant angebotene Telefonnummer an, die dem Publisher zuzuordnen ist.

**Lead (Pay per Lead):** Die Registrierung eines Nutzers auf den Internetseiten des Merchants. Als Erfolg wird jede Registrierung eines Nutzers beim Merchant gewertet, die durch ein Werbemittel auf den Seiten des Publishers erworben wurde. Als Lead kann auch eine sonstige Aktion auf den Internetseiten des Merchants definiert werden, zum Beispiel die Durchführung eines vom Merchant angebotenen Tools oder der Download einer mobilen Applikation.

**Sale (Pay per Sale):** Die Werbung auf den Seiten des Publishers führt zu einem Kauf- oder Bestellvorgang auf den Seiten des Merchants. Als Erfolg wird ein abgeschlossener und bezahlter Kauf durch vom Publisher vermittelte Kunden gewertet.

**Periode (Pay per Period):** Einbindung eines vom Merchant zur Verfügung gestellten Werbemittels für einen vereinbarten Zeitraum auf der Internetseite des Publishers.

**Werbekostenerstattung (Provision):** Die Zahlung einer Aufwandsentschädigung durch den Merchant an den Publisher, die Anhand der von retailAds als Dienstleister gezählten und protokollierten Erfolge des Publisher berechnet werden.

**Informationszeitpunkt:** Der rechtsverbindliche Zeitpunkt der Übermittlung von Informationen an Publisher und/oder Merchants. Der Zeitpunkt wird bestimmt aus der durch technische Mittel protokollierten Versendung von Informationen an den Publisher / Merchant.

## **§ 2 Allgemeines**

1. Es gelten jeweils die unter retailAds bereitgehaltenen (programmspezifischen) Bedingungen. retailAds behält sich das Recht vor, diese Bedingungen jederzeit zu verändern.
2. Über Veränderungen der Bedingungen für bereits bestehende Vertragsverhältnisse werden die Vertragspartner rechtzeitig per E-Mail informiert. Die Unterlassung von Einwendungen gegen die Änderungen gelten als Einverständniserklärung zu diesen Änderungen. Sollten Vertragspartnern den Änderungen ausdrücklich widersprechen, wird das Vertragsverhältnis beendet. Näheres regelt § 10.
3. Von diesen Bedingungen abweichende Regelungen werden von retailAds nur dann anerkannt, wenn diese Anerkennung durch einen bevollmächtigten Vertreter von retailAds schriftlich und unterschrieben erfolgt ist.

## **§ 3 Publisher**

1. Der Publisher wirbt für den Merchant, der Merchant zahlt dem Publisher hierfür eine erfolgsabhängige Werbekostenerstattung (Provision). Die Höhe dieser Erstattung variiert von Programm zu Programm und wird jeweils auf der Webseite von retailAds bekannt gegeben. Die Merchants sind berechtigt, die Bedingungen Ihrer Partnerprogramme jederzeit zu ändern.
2. Änderungen werden den Publishern durch retailAds unverzüglich angezeigt, sowie auf der Webseite von retailAds bekannt gegeben. retailAds übernimmt keinerlei Haftung für eventuelle Nachteile, die dem Publisher durch Änderungen der Programmbedingung entstehen. Insbesondere ist retailAds grundsätzlich nicht schadenersatzpflichtig für verringerte Werbekostenerstattungen, die auf Transaktionen auf den Internetseiten des Publishers nach dem Zeitpunkt der Benachrichtigung über diese Änderung (Informationszeitpunkt) zurückzuführen sind.
3. Der Publisher verpflichtet sich, seine bei retailAds hinterlegten Kontaktdaten, hierbei

insbesondere die E-Mail-Adresse, jederzeit auf einem aktuellen Stand zu halten. Nachteile, die dem Publisher durch verspätete Informationen aufgrund nicht aktueller oder falscher Kontaktdaten entstehen, liegen allein in der Verantwortung des Publishers.

## **§ 4 Merchants (Advertiser)**

1. Der Merchant bewirbt über durch retailAds vermittelte Publisher seine Angebote. Der Merchant zahlt den Publishern dafür eine erfolgsabhängige Werbekostenerstattung (Provision). Die Höhe dieser Erstattung sowie die Erfolgsgrundlage wird durch den Merchant alleinverantwortlich für jedes einzelne Partnerprogramm festgelegt. Die jeweiligen Bedingungen sind jederzeit auf den Seiten von retailAds abrufbar.
2. Die Entscheidung über Annahme oder Ablehnung einer Publisher-Bewerbung obliegt dem Merchant. Ein Vertrag zwischen Merchant und Publisher gilt mit der Annahme der Bewerbung durch den Merchant als geschlossen. Es obliegt dem Merchant, sich vor Annahme der Bewerbung eines Publishers von der Rechtmäßigkeit der Webseite des Publishers zu überzeugen. RetailAds übernimmt keine Haftung für die Rechtmäßigkeit der Publisher-Webseiten.
3. Die Merchants sind berechtigt, die Bedingungen ihrer Partnerprogramme zu ändern. Der Merchant ist in diesem Fall verpflichtet, Änderungen der Programmbedingungen mindestens 24 Stunden vor dem geplanten Inkrafttreten retailAds und den akzeptierten Publishern in schriftlicher Form, beispielsweise per Newsletter, zu melden.
4. Bei Programmbedingungen, die dies erfordern, ist der Merchant verpflichtet, seine Internetseiten so anzupassen, dass retailAds Geschäftsabschlüsse auf diesen Seiten erfolgreich protokollieren kann. retailAds unterstützt den Merchant u.a. durch entsprechend geeignete Codeteile bei diesen Anpassungen. Verstößt der Merchant gegen diese Verpflichtung ist er verpflichtet den entstandenen Schaden in geeigneter Weise auszugleichen, d.h. den Publishern die im Zeitraum der nicht funktionsfähigen Protokollierung üblicherweise entstandenen Erfolge zu vergüten. Die üblicherweise entstandenen Erfolge werden über den durchschnittlichen Verdienst pro Klick jedes betroffenen Publishers in einem vergleichbaren Zeitraum ermittelt und auf die im betroffenen Zeitraum erzielten Klicks umgerechnet.
5. Für den Merchant wird ein virtuelles Transaktionskonto eingerichtet, über das die Zahlung der Publisher-Vergütung erfolgt. Das Transaktionskonto des Merchants ist jeweils vor einem Programmstart aufzuladen. Anschließend hat der Merchant dafür Sorge zu tragen, dass das Guthaben seines Transaktionskontos einen Mindestbetrag nicht unterschreitet. Dieser beträgt bei Programmen mit Lead- oder Salevergütung mindestens 90% der noch nicht durch den Merchant freigegebenen Erfolge zzgl. der an retailAds zu zahlenden Provision. Bei allen anderen Vergütungsarten wird die Mindestsumme so festgelegt, dass der Programmbetrieb bei einer durchschnittlichen Erfolgsquote mindestens 7 Tage gewährleistet ist.
6. Auf dem Transaktionskonto befindliche Guthaben werden nicht verzinst.
7. Von retailAds protokollierte Erfolge im Sinne dieser Bedingungen sind vom Merchant binnen eines Bearbeitungszeitraums von 30 Tagen zu überprüfen, wenn es sich nicht um Klicks im Sinne dieser Bedingungen handelt. Erhebt der Merchant keine Einwände gegen die erfassten Erfolge, so hat er diese freizugeben. Erst nach der Freigabe werden den Publishern die entsprechenden Vergütungen gutgeschrieben. Werden die erfassten Erfolge vom Merchant in dem von ihm angegebenen Zeitraum, mindestens aber nach 90 Tagen, weder bestätigt oder storniert, so wird retailAds diese automatisch freigeben und den Publishern gutschreiben. In begründeten Einzelfällen kann von den genannten Bearbeitungszeiträumen abgewichen werden. Dies bedarf einer vorherigen Zustimmung durch retailAds. Der Merchant verpflichtet sich, die Kosten der

Leads/Sales auch über das Guthaben seines Transaktionskontos hinaus zu übernehmen. retailAds ist in diesem Fall berechtigt, dem Merchant die über das Guthaben hinaus anfallenden Kosten in Rechnung zu stellen.

8. Der Merchant verpflichtet sich den Publishern von retailAds mindestens die gleichen Standardprovisionen auszuzahlen wie bei anderen Affiliate-Anbindungsmöglichkeiten des Merchants. Erhält ein Publisher bei einer anderen Affiliate-Anbindungsmöglichkeit individuelle Provisionen, so hat er auch bei retailAds die Möglichkeit diese zu wählen. Sofern zwischen dem Merchant und retailAds nicht die Partnerprovisionen sondern Gesamtprovisionen vereinbart werden, erhöht sich die Gesamtprovision im Falle einer gemäß dieser Regelung notwendig werdenden Anpassung auf die dem Publisher gemäß vorstehender Regelung zu zahlende Provision zzgl. der Netzwerkprovision in Höhe von 30% aus den jeweiligen an die Publisher gezahlten Provisionen.

9. Alle Provisionen und Entgelte verstehen sich zzgl. der gesetzlichen Mehrwertsteuer in Höhe von 19%.

## **§ 5 Partnerprogramme**

1. Der Merchant stellt retailAds bei der Einrichtung des Partnerprogramms geeignete Werbemittel in Form von Hyperlinks oder sonstiger Codes zur Verfügung. Dazu räumt der Advertiser retailAds und dem jeweils akzeptierten Publisher ein einfaches, nicht ausschließliches, nicht übertragbares, weltweites, zeitlich auf die Laufzeit des Vertrages beschränktes sowie inhaltlich auf den Vertragszweck begrenztes Nutzungsrecht an dem zur Verfügung gestellten Werbemitteln ein.

2. retailAds wird diese Werbemittel in geeigneter modifizierter Form an die Publisher ausliefern.

3. Eine Einbindung der Werbemittel unterliegt der alleinigen Verantwortung der Publisher. Dies gilt insbesondere für die Platzierung und die Häufigkeit der Einbindung. Sowohl der Merchant als auch retailAds werden hierauf nur dann Einfluss nehmen, wenn es deren wirtschaftliche Interessen erfordern.

4. Ebenfalls in der alleinigen Verantwortung der Publisher liegt die korrekte technische Einbindung der Werbemittel in die Webseiten des Publisher. retailAds haftet nicht für Nachteile, die dem Publisher durch nicht korrekte oder unvollständige Einbindung der Werbemittel entstehen.

5. Der Publisher ist in keinsten Weise berechtigt, die ihm zur Verfügung gestellten Codes in irgendeiner Art und Weise zu verändern, gleich aus welchem Grund und mit welcher Zielsetzung. Weiterhin ist der Publisher nicht berechtigt, die ihm zur Verfügung gestellten Codes in einer anderen als der vorgesehenen Art und Weise zu verwenden, auch wenn ihm dies technisch möglich sein sollte.

6. Die Einbindung der dem Publisher zum Zwecke der Werbung für Angebote des Merchants zur Verfügung gestellten Codes darf nicht dergestalt erfolgen, dass die Nutzer der Webseiten des Publishers durch Vornahme von Handlungen in Zusammenhang mit dieser Werbung einen zusätzlichen Nutzung neben der durch den Merchant angestrebten erlangen. Dies gilt insbesondere für die Verwendung von Werbemitteln als Absendeschaltfläche für SMS und die Verwendung der Werbemittel in Umfeldern, die den Nutzern eine Beteiligung an den durch sie verursachten Einnahmen versprechen. Im Zweifel ist der Merchant von der geplanten Einsatzweise zu unterrichten und muss dieser ausdrücklich zustimmen.

## **§ 6 Anmeldung und Bewerbung**

1. Ein Anspruch auf Zulassung zu retailAds besteht nicht.
2. Voraussetzung für die Teilnahme an retailAds ist die Anerkennung dieser Teilnahmebedingungen sowie die ausdrückliche Zulassung des Publishers durch retailAds. Hierzu müssen sich die Publisher unter Angabe der entsprechenden Daten bei retailAds bewerben.
3. Es können nur Webseiten angemeldet werden, die auf den anmeldenden Publisher registriert sind oder zu deren Nutzung der angemeldete Publisher berechtigt ist. Die angemeldeten Webseiten müssen ein vollständiges Impressum gemäß den jeweils geltenden gesetzlichen Bestimmungen enthalten.
4. Der Publisher gewährleistet, dass von ihm angemeldete Werbeflächen sowie von ihm übermittelte Werbemittel und sonstige Daten nicht gegen gesetzliche Vorschriften der Bundesrepublik Deutschland verstoßen. Unzulässig sind danach insbesondere a) Inhalte, die Rechte Dritter, insbesondere Urheber-, Namens- oder Markenrechte, verletzen, die b) gewaltverherrlichender, pornographischer, staatsgefährdender oder jugendgefährdender Art sind oder nicht öffentlich zugänglich gemacht werden dürfen sowie c) sämtliche Eingaben, die Viren, Trojaner oder andere ähnliche Programme enthalten, die geeignet sind, Daten oder Systeme zu schädigen, zu löschen, heimlich abzufangen oder auf sonstige Weise den Betrieb von retailAds zu stören. Soweit retailAds wegen derartiger Inhalte Ansprüchen Dritter ausgesetzt wird, stellt der verursachende Publisher retailAds von diesen Ansprüchen (inklusive der nach Gesetz anfallenden Kosten für Rechtsberatung und Prozessführung) frei.
5. Der Publisher muss sich für die Teilnahme an Partnerprogrammen zuvor bei dem jeweiligen Merchant bewerben. Diese Bewerbung erfolgt über die Plattform von retailAds. Erst wenn die Bewerbung des Publishers durch den Merchant angenommen wurde, ist dieser berechtigt, die Werbemittel des Merchants auf seinen Internetseiten zu platzieren und die Werbekostenerstattung hierfür in Anspruch zu nehmen. Die Merchants sind berechtigt, einen Publisher jederzeit von der Teilnahme an einem Partnerprogramm aus wichtigem Grunde auszuschließen. Der Publisher wird über eine nachträgliche Ausschließung aus einem Partnerprogramm automatisch von retailAds informiert. Der Merchant behält sich das Recht vor, angemeldete Internetseiten der Publisher schon beim Verdacht auf die Verbreitung oder Duldung von Inhalten gemäß Absatz 1 von der Nutzung der Plattform von retailAds auszuschließen.
6. Beim Versenden von E-Mails bzw. Newslettern mit Werbung für retailAds und/oder die Partnerprogramme und/oder von retailAds angebotene Services stellt der Publisher sicher, dass dieses unter Beachtung der gesetzlichen Vorgaben, insbes. §7 UWG („Spam“) sowie der aktuellen Rechtsprechung, geschieht, d.h. diese insbesondere nur an Nutzer erfolgt, die dem Erhalt dieser E-Mail ausdrücklich zugestimmt haben (Double-Opt-In).

## **§ 7 Werbekostenerstattung**

1. Der Merchant zahlt dem Publisher eine erfolgsabhängige Werbekostenerstattung.
2. Ein Anspruch auf Werbekostenerstattung besteht grundsätzlich nur dann, wenn Erfolge im Sinne dieser Bedingungen vorliegen, diese von retailAds erfolgreich protokolliert wurden und diese nicht nachträglich vom Merchant storniert wurden. Über das Vorliegen eines Erfolges entscheidet ausschließlich der Merchant. retailAds stellt lediglich die technische Plattform für die Abwicklung und Informationen für die Entscheidungsfindung des Merchants zur Verfügung. Eine Auszahlung durch retailAds erfolgt nur dann, wenn das Transaktionskonto des Advertisers gedeckt ist und kein Verstoß gegen diese Teilnahmebedingungen vorliegt.
3. Mit Bestätigung eines Erfolges durch den Merchant wird die vereinbarte Werbekostenerstattung

zuzüglich der Provision für retailAds dem Transaktionskonto des Merchants abgezogen und dem Publisher gutgeschrieben.

4. Eine Ablehnung eines Anspruches auf Werbekostenerstattung durch den Merchant begründet in keiner Weise einen Anspruch gegenüber retailAds.

5. Die Auszahlung der Werbekostenerstattung an die Publisher erfolgt grundsätzlich per Überweisung auf ein Konto im SEPA-Raum unter Angabe der entsprechenden IBAN und BIC durch den Publisher. Zahlungen per Auslandsüberweisung oder ähnlich sind optional möglich, sofern der Publisher die Kosten dafür übernimmt. Die Auszahlung erfolgt grundsätzlich erst, wenn das Guthabenkonto des Publishers bei retailAds einen Saldo von mindestens 50 Euro aufweist. Guthaben auf den Konten bei retailAds werden nicht verzinst.

6. retailAds tritt gegenüber den Publishern lediglich als technischer Dienstleister und Treuhänder auf. Provisionsansprüche des Publishers sind ggf. nur gegenüber dem Merchant geltend zu machen.

7. Der Publisher erklärt sein Einverständnis mit der Abrechnung der Werbekostenerstattung im Gutschriftverfahren, d.h. dass anstelle einer Rechnungslegung durch den Publisher eine Gutschrift von retailAds erstellt wird. Das Guthabenkonto eines Publishers wird nicht verzinst.

## **§ 8 Manipulationen**

1. Als Manipulation im Sinne dieser Bedingungen gilt grundsätzlich jeder Versuch, die Abrechnungssysteme von retailAds mit technischen oder sonstigen Mitteln zu umgehen. Dazu zählt u.a. die Verwendung der vom Merchant zur Verfügung gestellten Werbemittel in nicht freigeschalteten Webseiten des Publishers und die Veränderung der von retailAds gelieferten Codes zu deren Einbindung. Weiterhin gilt jeder Verstoß gegen §5 (5,6) dieser Bedingungen als Manipulation.

2. Der Versuch, die Plattform auf irgendeine Art und Weise zu manipulieren, führt automatisch zur sofortigen Sperrung des Publishers. Dadurch entfallen alle Ansprüche auf das erworbene Guthaben. Beim vorsätzlichen Versuch eines Publishers durch entsprechende Manipulationsversuche die Statistiken und damit die an ihn auszuzahlenden Beträge zu beeinflussen, wird für jeden festzustellenden Versuch eine Vertragsstrafe in Höhe von € 1000 zzgl gesetzlicher MwSt. fällig. Gleiches gilt, wenn ein bereits auf Grund eines vertragswidrigen Verhaltens ausgeschlossener Teilnehmer am Partnerprogramm unter falschem Namen erneut teilnimmt. Die Vertragsstrafe ist an eine von retailAds zu bestimmende gemeinnützige Einrichtung zu zahlen.

retailAds behält sich vor, gegen wegen Manipulation gesperrte Publisher rechtliche Schritte einzuleiten und einen eventuell dadurch entstandenen wirtschaftlichen Schaden einzufordern.

3. Jeder Versuch die Systeme, Technologien, Scripte, Codes, Abrechnungsmechanismen und -Prinzipien von retailAds zu umgehen, zu manipulieren oder sonst irgendwie zu beeinflussen ist verboten und kann zur Folge eine Strafanzeige gegen den Verursacher wegen Betruges oder Betrugsversuch haben.

## **§ 9 Haftung und Gewährleistung**

1. retailAds stellt seine Dienste, Systeme, Technologien und Lösungen nach bestem Wissen und Gewissen und im Rahmen ihrer technischen Möglichkeiten zur Verfügung. Eine Gewähr für die Aktualität, Korrektheit, Vollständigkeit oder Qualität der bereitgestellten Informationen, sowie für

eine fehler- und unterbrechungsfreie Nutzbarkeit der Dienste, Systeme, Technologien bzw. Lösungen wird nicht übernommen.

2. retailAds weist die Publisher ausdrücklich darauf hin, dass eventuell von retailAds zur Verfügung gestellte Daten und Informationen von Dritten eingeholt werden. Eine Überprüfung aller von Dritten gelieferten Informationen und Daten ist retailAds nicht möglich. Von retailAds selbst zur Verfügung gestellte Daten sind mit größtmöglicher Sorgfalt recherchiert. Zudem wählt retailAds die Informations- und Datenlieferanten sorgfältig aus und führt Kontrollmaßnahmen, soweit möglich, durch. Diese Kontrollmaßnahmen können aufgrund der Vielzahl der gelieferten Informationen und Daten und der ständigen Aktualisierung nur stichprobenartig erfolgen. retailAds gewährleistet daher nicht die Richtigkeit, Vollständigkeit und Aktualität der von Dritten bezogenen Daten und Informationen. Produktdaten werden vom Merchant zur Verfügung gestellt, retailAds kann für diese auf Grund des großen Umfangs und der laufenden Aktualisierungen keinerlei Haftung übernehmen.

3. retailAds haftet nicht für Schäden, die durch die Verwendung von Werbemitteln entstehen. Für die technische und inhaltliche Gestaltung der Werbemittel sind allein die Merchants verantwortlich.

4. retailAds haftet lediglich für Schäden, die aus der Verletzung wesentlicher Vertragspflichten oder dem Fehlen von zugesicherten Eigenschaften resultieren. Darüber hinaus haftet retailAds - gleich aus welchem Rechtsgrund - nach dem Produkthaftungsgesetz oder, wenn der Schaden grob fahrlässig oder vorsätzlich herbeigeführt worden ist.

5. retailAds setzt auf seinen Internetseiten Hyperlinks zu anderen Internetseiten. Für diese Links gilt: retailAds erklärt ausdrücklich, keinerlei Einfluss auf die Gestaltung oder die Inhalte der verlinkten Seiten zu haben. retailAds macht sich diese Inhalte ausdrücklich nicht zu Eigen und distanziert sich ausdrücklich von diesen Inhalten. Diese Erklärung gilt für alle auf den Seiten von retailAds gesetzten Links und auch für alle Inhalte der verlinkten Seiten.

## **§ 10 Laufzeit und Vertragsende**

1. Vertragsverhältnisse, die auf der Grundlage dieser Bedingungen zwischen retailAds und seinen Vertragspartnern zu Stande kommen, werden auf unbestimmte Zeit gegründet.

2. Die Publisher sind jederzeit berechtigt, die Zusammenarbeit mit allen oder nur einzelnen Merchants und die Zusammenarbeit mit retailAds zu beenden. Bestehendes Guthaben des Publishers wird mit Vertragsbeendigung ohne Abzüge an den Publisher ausgezahlt.

3. Eine Beendigung der Zusammenarbeit eines Publisher mit allen Merchants ist nicht gleichzusetzen mit der Beendigung der Zusammenarbeit mit retailAds. Diese muss separat erfolgen.

4. retailAds ist jederzeit berechtigt, Publisher gemäß der §§ 6 und 8 zu sperren und damit von der Nutzung der Plattform auf Dauer auszuschließen.

5. Die Merchants sind berechtigt, die Zusammenarbeit mit einzelnen oder allen Publishern zu beenden. Die Kündigungsfrist des Merchants beträgt 4 Wochen zum Monatsende, falls vertragsrechtlich nicht anders geregelt. Noch bestehende Provisionsansprüche von Publishern sind durch den Merchant auch nach dem Ende der Vertragslaufzeit vollständig abzurechnen (insbesondere Nachläufer entsprechend der Trackinglaufzeit und noch nicht bearbeitete Transaktionen). Bei Beendigung der Zusammenarbeit mit retailAds wird das Transaktionskonto des Merchants mit den bis zum Zeitpunkt der Beendigung der Zusammenarbeit angefallenen sowie der noch gutzuschreibenden Werbekostenerstattungen und Provisionen belastet und ein danach eventuell vorhandenes Restguthaben an den Merchant zurückerstattet.

6. Eine Beendigung der Zusammenarbeit eines Merchants mit allen Publishern ist nicht gleichzusetzen mit der Beendigung der Zusammenarbeit mit retailAds. Diese muss separat erfolgen.

## **§11 Änderungen der Teilnahmebedingungen**

Änderungen dieser AGB sind jederzeit möglich. Sie werden unter Einhaltung einer Frist von zwei Wochen angekündigt und allen Betroffenen in geeigneter Weise zugänglich gemacht. Sofern kein ausdrücklicher, schriftlicher Widerspruch innerhalb von 6 Wochen erfolgt, gelten die neuen AGB als angenommen.

## **§12 Vertraulichkeit**

Die Parteien verpflichten sich, sämtliche ihnen im Zusammenhang mit diesem Vertrag zugänglich gemachten betrieblichen und sonstigen geschäftlichen Informationen und Erkenntnisse der anderen Vertragspartei, die als vertraulich bezeichnet werden oder nach sonstigen Umständen als Geschäfts- und Betriebsgeheimnisse einer Partei erkennbar sind, unbefristet über das Vertragsende hinaus geheim zu halten und sie – soweit nicht zur Erreichung des Vertragszweckes geboten – weder aufzuzeichnen noch weiterzugeben oder zu verwerten.

## **§13 Datenschutz und Verwendung von Cookies**

1. retailAds beachtet die Bestimmungen des Bundesdatenschutzgesetzes (BDSG) und alle anderen datenschutzrechtlichen Vorschriften.
2. retailAds erhebt, speichert und nutzt personenbezogene Daten ausschließlich zur Erfüllung des Vertragsverhältnisses mit dem Vertragspartner und gibt diese nicht an Dritte weiter. RetailAds verwendet personenbezogene Daten zur Pflege der Partnerschaft sowie zur Zusendung aktueller Meldungen zu retailAds oder zu dort gelisteten Partnerprogrammen.
3. retailAds verwendet Cookies, um das Angebot für Vertragspartner nutzerfreundlicher zu machen und eine entsprechende Sicherheit bei der Nutzung der Zugangsbereiche zu gewährleisten. Zudem setzt retailAds Cookies zur korrekten Erfassung von Sales/Leads auf dem PC des Kunden (Nutzer der Internetseite des Partners). Diese dienen der Zuordnung von Transaktionen zu den Partnern von retailAds. Sämtliche Cookies enthalten keinerlei personenbezogene Daten.

## **§ 14 Anwendbares Recht und Gerichtsstand**

1. Sowohl diese Bedingungen als auch alle weiteren Vereinbarungen des Vertragspartners mit retailAds sowie die Vereinbarungen zwischen den Merchants und den Publishern unterliegen dem Recht der Bundesrepublik Deutschland.
2. Ausschließlicher Gerichtsstand ist Nürnberg. retailAds behält sich jedoch das Recht vor, Klage an einem anderen Gerichtsstand zu erheben.

## **§ 15 Salvatorische Klausel**

1. Sollten einzelne Bestimmungen dieses Vertrages unwirksam oder nicht durchführbar sein oder werden, so wird dadurch die Wirksamkeit der übrigen Bestimmungen dieser Vereinbarung nicht





berührt. Die betreffende Bestimmung soll dann durch eine Bestimmung ersetzt werden, die dem wirtschaftlichen Zweck der ursprünglichen Bestimmung am Nächsten kommt.

Nürnberg, 24.07.2019