Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB)
Zur Teilnahme an, und Betrieb von Partnerprogrammen, Werbeplatzvermittlung und -vermietung, auf der Advermat-Online-Plattform www.advermat.com

1. Geltungsbereich

1.1. Die nachstehenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen sind Bestandteil eines jeden Vertrages zwischen der KRUNICmedia e.K. , Inh. Goran Krunic (Betreiber der Advermat-Plattform unter der Domain www.advermat.com), Adlerweg 5, D-33104 Paderborn, im folgenden ADVERMAT genannt und dem Vertragspartner.
1.2. ADVERMAT stellt Ihnen die angebotenen Services ausschließlich auf Grundlage der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) zur Verfügung.
1.3. Die Gültigkeit dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen erstreckt sich auf alle angebotenen Leistungen von ADVERMAT. Der Vertragspartner erkennt mit der Inanspruchnahme der Services diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen als für ihn verbindlich an.
1.4. Neben den vorliegenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen wird auch die jeweils gültige Preisliste von ADVERMAT Vertragsbestandteil.

2. Grundlagen

Advermat
2.1. ADVERMAT vermittelt mit seinem Partnerprogramm-Netzwerk die Werbung von Advertisern auf digitalen Medien von Publishern. Hierzu schließt ADVERMAT mit diesen Parteien Rahmenverträge, bietet die technische Infrastruktur und protokolliert die vermittelten Leistungen.

Publisher
2.1. Ein Publisher ist eine natürliche oder juristische Person, Inhaber bzw. Betreiber digitaler Medien (Webseiten, E-Mails, SMS, MMS, o.ä.), der ADVERMAT verlinkte Werbeflächen zur Verfügung stellt, die an Advertiser weiter vermittelt werden. Ein Publisher ist Unternehmer (§14 BGB) und kein Verbraucher (§13 BGB).

Advertiser
2.3. Der Advertiser ist in der Regel ein Unternehmen, das auf mobilen und digitalen Medien der Publisher wirbt, und das gegen ADVERMAT nach der jeweils geltenden Preisliste und im Werbeerfolgsfall gegenüber den Publishern und ADVERMAT gemäß den vereinbarten Konditionen entgeltpflichtig wird.

Vertragspartner

2.4. Vertragspartner von ADVERMAT sind sowohl der Publisher als auch der Advertiser.

Werbemittel
2.5. Jede Form von Werbemitteln (z.B. Banner, Texte, Flash-Animationen u.ä.), die der Advertiser zu Werbezwecken ADVERMAT zur Verfügung stellt.

3. Vertragsschluss

3.1. ADVERMAT bietet auf seiner Website Werbemittel an, die der Advertiser zwecks Vermittlung dort im Rahmen eines Partnerprogramms eingestellt hat. Der Publisher kann sich für diese Partnerprogramme bewerben.
3.2. Der Vertragsschluss kommt zwischen ADVERMAT und dem Vertragspartner selbst zustande. In bestimmten Fällen kann es sein, dass der Advertiser ergänzende Bedingungen zur Teilnahme an seinem Partnerprogramm zur Verfügung stellt. Diese Bedingungen gelten dann ergänzend zu den vorliegenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen.
3.3. Vertragspartner können nur juristische Personen sowie unbeschränkt geschäftsfähige natürliche Personen werden. Es besteht kein Anspruch auf Teilnahme.
3.4. Für die Anmeldung als Advertiser ist die Vorlage eines gültigen Gewerbenachweises oder Handelsregisterauszuges erforderlich.
3.5. Meldet der Mitarbeiter einer juristischen Person diese als Vertragspartner an, so bedarf es der Vorlage einer schriftlichen Vollmacht. Gleiches gilt, wenn ein sonstiger Dritter (z.B. eine Agentur) einen Vertragspartner in dessen Auftrag anmeldet.
3.6. Ein Vertrag kommt erst dann zustande, wenn ADVERMAT die Anmeldung des Vertragspartners bestätigt.
3.7. Bei der Anmeldung hat der Vertragspartner die geforderten Angaben vollständig und wahrheitsgemäß anzugeben. Der Vertragspartner hat Änderungen unverzüglich, jedoch spätestens innerhalb von 10 Tagen nach Änderungseintritt, selbständig in das Online-System von ADVERMAT einzupflegen.
3.8. Der Publisher stimmt in den Empfang von E-Mails durch ADVERMAT und durch die von ihm beworbenen Advertiser zu. Widerspricht der Publisher dem Empfang solcher E-Mails, so handelt es sich um eine konkludente Kündigung des Vertrages.
3.9. Der Vertragspartner verpflichtet sich, die geltenden Gesetze zu beachten. Angemeldet werden dürfen nur Werbeplattformen und Werbemittel, deren Inhalte nicht gegen das geltende Recht der Bundesrepublik Deutschland und die guten Sitten verstoßen. Die Prüfungspflicht hierfür obliegt allein dem Advertiser. Gleichwohl ist ADVERMAT befugt, die Werbeplattformen und Werbemittel des Vertragspartners auf seine Inhalte hin zu untersuchen und gegebenenfalls abzuschalten. Die Untersuchung kann auch mit technischen Mitteln erfolgen.
3.10. Der Vertragspartner gewährleistet, dass er keine Daten speichert oder weiterleitet, die die technische Infrastruktur und Betriebsabläufe von ADVERMAT schädigen können (bspw. Viren, Trojaner, u.ä.).
3.11. ADVERMAT bleibt es unbenommen, darüber hinaus auch als Publisher und Advertiser tätig zu werden.
3.12. ADVERMAT kann mit dem Vertragspartner als Referenz werben und dazu den jeweiligen Namen und das Logo in allen Medien verwenden. Wiederspruch ist binnen 14 Tage nach der Anmeldung in schriftlicher Form einzureichen.

3.13. Die Verantwortung für sämtliche Informationen, Texte, Fotos, Grafiken, Daten oder sonstige Inhalte, die allgemein veröffentlicht oder privat übermittelt werden, liegt ausschließlich bei der Person, von der ein solcher Inhalt stammt.

4. Werbemittel

4.1. Eine Veränderung der aus dem System generierten Werbemittel- und Tracking-Codes ist nicht erlaubt. Ausnahmeregelungen können im Einzelfall schriftlich mit ADVERMAT getroffen werden. Die vom Advertiser zur Verfügung gestellten Werbemittel dürfen nicht ohne dessen Abstimmung im Design oder im Inhalt verändert oder anderweitig bearbeitet werden. Die Platzierung sowie die Häufigkeit der Einbindung kann der Publisher nach eigenem Ermessen tätigen.

4.2. Dem Publisher ist es darüber hinaus nicht gestattet, geschützte Marken oder sonstige Rechte des Advertisers in irgendeiner Weise zu nutzen, sofern und soweit der Advertiser dies explizit ausgeschlossen hat.

4.3. Der Publisher verpflichtet sich, die ihm überlassenen Werbemittel nur auf der von ihm angegebenen Werbeplattform zu integrieren und nicht an Dritte weiterzugeben. Zudem hat er das Werbemittel nur im Zusammenhang mit der Teilnahme an dem Partnerprogramm zu verwenden.

4.4. Über inhaltliche oder technische Änderungen auf seinen digitalen Werbeflächen über das bei Vertragsschluss zu erwartende Maß hinaus informiert der Publisher ADVERMAT und den Advertiser. Der Publisher sichert zu, dass in diesem Fall ohne vorherige Absprache keine weitere Werbung auf der Werbefläche gezeigt wird.

4.5. Der Publisher verpflichtet sich, die bereitgestellten Werbemittel nicht in einem Kontext zu platzieren, der erkennbar die wirtschaftlichen Interessen des Advertiser oder von ADVERMAT gefährdet.

4.6. Der Publisher verpflichtet sich, die Werbemittel im Fall der Kündigung, der Sperrung oder des Ablaufs einer zeitlichen Befristung bzw. in vergleichbaren Fällen von seinen Werbeflächen zu entfernen. Entfernt der Publisher die Werbemittel nicht oder stehen die Werbemittel nicht mehr zur Verfügung, werden sie automatisch durch Werbemittel von ADVERMAT oder aus Partnerprogrammen des ADVERMAT-Netzwerks ersetzt.

4.7. Die durch Übersendung von Werbemitteln gewonnenen Informationen darf der Publisher nur im Zusammenhang mit dem ADVERMAT-Partnerprogramm nutzen. Es ist ausdrücklich untersagt diese Informationen an Dritte weiterzugeben oder für andere Zwecke zu verwenden. Für die korrekte Einbindung der Werbemittel ist der Publisher verantwortlich. Für die entstandenen Nachteile, die bei fehlerhafter Einbindung entstehen, Übernimmt ADVERMAT keine Haftung.

5. Vergütung / Abrechnung

5.1. Dem Publisher steht ein Vergütungsanspruch gegen ADVERMAT auf Grundlage der jeweiligen Vereinbarungen über die Werbeprogramme zu. Der Publisher verfügt bei ADVERMAT über ein virtuelles Konto (Guthabenkonto) zwecks Zwischenspeicherung und optischer Aufbereitung der Vergütungen. Vorhandene Guthaben werden nicht verzinst. Ein

Vergütungsanspruch besteht nur, solange das Konto des Advertiser ein Guthaben führt, was durch ADVERMAT im Rahmen des technisch Möglichen kontrolliert wird. Soweit nicht ausdrücklich in der Darstellung erwähnt, werden grundsätzlich Netto-Beträge angezeigt.
5.2. Die Konditionen der Vergütung im Rahmen der Partnerprogramme legt der Advertiser fest und teilt sie auf der Internetseite von ADVERMAT mit. Im Fall einer Konditionsänderung teilt der Advertiser diese mindestens 48 Stunden vor Inkrafttreten dem Publisher mit. Liegt ein wichtiger sachlicher Grund vor, kann diese Frist in bestimmten Einzelfällen verkürzt werden.
5.3. ADVERMAT ist berechtigt, jederzeit ohne Angabe von Gründen ein vom Publisher beworbenes Partnerprogramm auszusetzen oder zu pausieren.

Pay Per View: Der View wird vergütet, wenn ein Publisher ein oder mehrere vom Advertiser bereitgestellte/s Werbemittel auf seiner Werbeplattform platziert, verlinkt und anzeigt. Ein View ist dann gültig, wenn ein Nutzer die Werbeplattform eines Publisher aufruft, auf der das Werbemittel sichtbar an beliebiger Stelle eingebunden ist. Views für Werbemittel, die auf Werbeplattformen generiert werden, die nicht im ADVERMAT-Netzwerk registriert sind, werden als nicht gültig gewertet. Ebenfalls werden wiederholte bzw. in kurzer Zeit aufeinanderfolgende Einblendungen ein und desselben Werbemittels für denselben Nutzer (User/IP) als nicht gültig gewertet.

Pay Per Click: Für jeden Klick auf ein vom Advertiser bereitgestelltes Werbemittel und den daraus resultierenden Besuch auf dessen Seite wird dem Publisher eine vom Advertiser definierte Summe gutgeschrieben.
Ein Klick ist dann gültig, wenn ein Nutzer (User/IP) freiwillig und bewusst auf ein vom Advertiser zur Verfügung gestelltes Werbemittel auf der Werbefläche des Publisher klickt. Nicht vergütet werden Clicks für Werbemittel, die auf Werbeplattformen generiert werden, die nicht im ADVERMAT-Netzwerk registriert sind sowie wiederholte bzw. in kurzer Zeit aufeinanderfolgende Werbemittelklicks auf das gleiche Werbemittel durch denselben Nutzer (User/IP) bzw. Klicks, die durch vergleichbare Verfahren erzeugt werden. Werbemittelklicks die mit einem Aktionszwang verbunden sind sind ohne ausdrückliche Genehmigung des werbenden Advertisers unzulässig und nicht gültig. Pay Per Lead: Ein Lead ist eine vom Advertiser definierte Nutzeraktion (Bsp.: Newsletter-Anmeldung, Registrierung, Kontakt-Aufnahme mit dem Advertiser) auf seinem beworbenen digitalen Medium.
Er wird vergütet, wenn ein Nutzer nach einem Werbemittelklick auf dem beworbenen digitalen Medium die vom Advertiser definierte Nutzeraktion vollständig und dauerhaft (z.B. kein sofortiger Widerruf der Newsletterbestellung) ausführt.

Pay Per Sale mit prozentualer Vergütung: Bei dieser Vergütungsart wird der Nettoverkaufswert für die Kalkulation der Provisionen zu Grunde gelegt.
Ein Sale ist gültig, wenn ein Nutzer nach einem Werbemittelklick auf dem beworbenen digitalen Medium des Advertiser einen Vertrag über eine entgeldpflichtige Leistung wirksam schließt.

5.5. Der Anspruch der Publishers gegenüber ADVERMAT auf die erfolgsabhängige Vergütung entsteht und wird fällig unter folgenden Voraussetzungen:
- Es ist zu einem erfolgreichen Event (View, Click, Lead, Sale) aufgrund der von den Partnern

ADVERMAT überlassenen Werbefläche gekommen.
- Der Advertiser vergütet diesen Event
- Der Event ist von ADVERMAT erfolgreich protokolliert worden

5.6. ADVERMAT ist nicht verpflichtet, Events, die über Zwang oder Täuschung getätigt wurden, sowie automatisch oder aufgrund anderweitiger Manipulationen erzeugte Events (z.B. Klickgeneratoren), zu vergüten. In diesen Fällen ist ADVERMAT berechtigt, das Guthabenkonto des Publisher zu sperren und im Umfang des bereits unrechtmäßig erworbenen und nachgewiesenen Betrags zu belasten und diesen Betrag dem Advertiser wieder gutzuschreiben.
5.7. ADVERMAT sichert dem Publisher die Vollständigkeit der in den Konten erfassten Erfolge nur im Rahmen der allgemeinen technischen Möglichkeiten einer solchen Erfassung nach Maßgabe des angewandten Erfassungssystems (Tracking-System) zu. Sollte die technische Erfassung nicht möglich sein, z.B. bei Ablehnung von Cookies durch den Nutzer des Publisher-Mediums, entsteht ein Vergütungsanspruch nur bei anderweitigem geeigneten Nachweis durch den Publisher und Akzeptanz des Nachweises durch den Advertiser.
5.8. ADVERMAT ist es vorbehalten, einzelnen Publishers die Teilnahme an einem Partner-werben-Partner-Programm anzubieten. Der werbende Publisher erhält bei diesem Partner-werben-Partner-Programm für geworbene Publishers einen Anteil der durch die geworbenen Publishers generierten ADVERMAT-Umsätze auf sein virtuelles Konto gutgeschrieben.
a. Sollte keine anderweitige Vereinbarung getroffen werden, steht dem werbenden Partner ein Anteil von 1% Prozent an den Provisionen von ADVERMAT zu. Höhere Provisionsansprüche sind der jeweils aktuellen Preisliste zu entnehmen oder zu verhandeln.
b. Der Provisionsanspruch auf den Umsatz geworbener Publishers erlischt zu dem Zeitpunkt, zu dem der werbende Publisher seinen Publisher-Zugang bei ADVERMAT auflöst bzw. löscht oder dieser aufgrund von Verstößen gegen geltendes Recht durch ADVERMAT gesperrt wird.

Dies gilt unabhängig davon, ob sich der werbende Publisher zu einem späteren Zeitpunkt erneut einen Publisher-Zugang bei ADVERMAT einrichtet.

5.9. Zeitgleich mit jeder Auszahlung auf das von dem Publisher angegebene Bank-Konto wird ihm eine entsprechende Gutschrift zur Prüfung per E-Mail übersandt. Widerspricht der Publisher nicht innerhalb von 3 Tagen nach Zugang dieser Gutschrift, gilt die Gutschrift als genehmigt. Der virtuelle Kontostand bei ADVERMAT wird entsprechend reduziert.
a. Die Kosten der Banküberweisungen trägt der Publisher. Die Auszahlung erfolgt auf Grundlage des virtuellen Kontos. Schwebende Provisionen werden nicht ausgezahlt.
5.10. Guthaben auf Publisher-Konten werden nicht verzinst. Ein Guthaben des Publishers verfällt in der nach § 195 BGB bestimmten Frist, wenn das Publisher-Konto inaktiv ist oder das Guthaben aufgrund fehlender oder fehlerhafter Kontoverbindung nicht auszahlbar ist.

6. Vertragsstrafe

6.1. Für jeden Fall der Zuwiderhandlung gegen die Regelungen von Teil 7: Verhaltenspflichten und Teil 4: Werbemittel, vereinbaren ADVERMAT und der Publisher eine Vertragsstrafe von

4.995,- EUR pro Fall.
6.2. Es ist unerheblich, ob die Zuwiderhandlung durch den Publisher selbst oder durch einen vom Publisher beauftragten Dritten erfolgt.
6.3. Der Publisher stellt ADVERMAT von sämtlichen Schadenersatzansprüchen, Haftungsansprüchen und jedweden Kosten frei, die ADVERMAT durch ein pflichtwidriges Handeln des Publishers entstehen.

7. Bestimmungen für Publisher

Verhaltenspflichten
7.1. Der Publisher darf lediglich mit einer Werbeplattform an dem Partnerprogramm teilnehmen, dessen Rechte er auch besitzt. Sollte die angemeldete Werbeplattform auf einen Dritten registriert sein, hat der Publisher auf Anfrage einen entsprechenden Berechtigungsnachweis vorzulegen.
7.2. Für den Publisher gilt ein Spam-Verbot hinsichtlich der Nutzung von durch ADVERMATbereitgestellter Werbemittel und URL-Codes in E-Mails. Der unaufgeforderte Versand von E-Mails begründet einen Verstoß gegen das deutsche Wettbewerbsrecht und kann für jeden Einzelfall Abmahnungen durch den Empfänger, Wettbewerber oder Verbraucherschutzverbände nach sich ziehen. Dem Publisher ist es daher untersagt, Dritten unaufgefordert E-Mails zu senden (Spam) sowie die über ADVERMAT bereitgestellten Werbemittel und URL-Codes in solchen E-Mails zu verwenden.
7.3. Die Verwendung der bereitgestellten Werbemittel und URL-Codes in E-Mails ist daher nur dann gestattet, wenn die Empfänger zuvor ausdrücklich und nachweisbar dem Empfang der E-Mails zugestimmt haben und die E-Mails ein rechtsgültiges Impressum aufweisen.
7.4. Die automatische Erzeugung von Views, Klicks, Leads oder Sales mittels technischer Vorrichtungen (auch Computerprogramme) sowie durch vorsätzliche bzw. arglistige Täuschung ist unzulässig. Solche unrechtmäßig erworbenen Vergütungsansprüche werden nachträglich durch ADVERMAT storniert.
7.5. Der Publisher verpflichtet sich, keine Methoden zu verwenden, die ADVERMAT-Provisionscookies ohne Werbemittelkontakt (View oder Click) beim Endnutzer setzen.
7.6. Der Publisher verpflichtet sich, seine Website einschließlich aller Einträge in Suchmaschinen, Verzeichnissen oder Linklisten Dritter so zu gestalten, dass ausschließlich gültige Klicks, Leads und Sales generiert werden.
7.7. Ferner verpflichtet sich der Publisher, seine Webseite in Übereinstimmung mit den geltenden gesetzlichen Regelungen, insbesondere verbraucherrechtlichen Vorschriften, zu gestalten.
7.8. Bewirbt der Publisher die Partnerprogramm des ADVERMAT-Netzwerks nicht über eigene Reichweiten sondern unter Nutzung eines eigenen Publisher-Netzwerks, so verpflichtet er sich, bezüglich der in seinem Netzwerk angewandten Werbemethoden, die Regeln und Vorgaben des ADVERMAT-Netzwerks und der programmspezifischen Teilnahmebedingungen des Advertiser sicherzustellen. Bei Verstößen haftet der Publisher in vollem Umfang.
7.9. Advermat übernimmt grundsätzlich keine Garantie für die Richtigkeit, Qualität und Angemessenheit der übermittelten Inhalte und haftet nicht für irgendwelche Fehler, Unvollständigkeiten oder Unrichtigkeiten, die im Zusammenhang mit Inhalten entstehen.

Der Haftungsausschluss gilt insbesondere auch für Verluste oder Schäden durch Benutzung oder Übertragung eines Inhalts.

8. Außerordentliches Kündigungsrecht

8.1. ADVERMAT steht ein außerordentliches Kündigungsrecht bei Vorliegen eines wichtigen Grundes zu.
8.2. Ein wichtiger Grund liegt insbesondere dann vor, wenn der Publisher nicht die Regelungen von Punkt 4: Werbemittel, Punkt 7: Bestimmungen für Publisher und Punkt 9: Verhaltenspflichten einhält.
8.3. Es ist unerheblich, ob die Nichteinhaltung durch den Publisher selbst oder durch einen vom Publisher beauftragten Dritten erfolgt.
8.4. Ansprüche auf Schadensersatz und Vertragsstrafe bleiben hierdurch unberührt.

9. Besondere Bestimmungen für Advertisers

Teilnahme
9.1. Für den Advertiser ist die Teilnahme kostenpflichtig. Es gelten die Preise der jeweils online veröffentlichten aktuellen Preisliste.
9.2. Der Advertiser verfügt bei ADVERMAT über ein virtuelles Konto.
9.3. Für die Teilnahme am Partnerprogramm hat der Advertiser eine entsprechende Anzahlungssumme im voraus zu leisten. Hierfür erhält der Advertiser nach Registrierung eine Akontorechnung über die Einzahlung seines Guthabens auf dem virtuellen Konto. Sämtliche Transaktionskosten (z.B. Gebühren für Kreditkarten) hat der Advertiser zu tragen.
9.4. Der Zugang des Advertiser wird umgehend nach Zahlungseingang freigeschaltet. Soweit nicht anders vereinbart, ist das in der aktuellen Preisliste definierte Mindestvolumen einzuzahlen. Auf Anforderung, die auch per E-Mail versendet werden kann, ist das Konto durch den Advertiser umgehend wieder aufzufüllen. Sinkt der Kontostand des Advertiser auf das Mindestguthaben, kann ADVERMAT das Partnerprogramm deaktivieren und die Werbemittel des Advertiser abschalten.

Verhaltenspflichten
9.5. Der Advertiser hat innerhalb von 14 Tagen die Bewerbung eines Publisher zu bestätigen oder abzulehnen. Nach dem Ablauf von 14 Tagen erfolgt eine automatische Bestätigung des Publisher.
9.6. Allein den Advertiser trifft die Pflicht, seine Publishers fortlaufend zu überprüfen. Eine Mitverantwortlichkeit von ADVERMAT wird ausdrücklich ausgeschlossen.
9.7. In der E-Mail-Kommunikation mit den Publishers des ADVERMAT-Netzwerks ist der Advertiser verpflichtet, seine E-Mails mit einem rechtsgültigen Impressum zu versehen, entweder in Textform oder per unmittelbar erreichbarem Link. Eine Bewerbung von Partnerprogrammen außerhalb des ADVERMAT-Netzwerks ist nicht gestattet.

Werbemittel
9.8. Der Advertiser stellt in geeigneter Form die Werbemittel einschließlich hierfür benötigter

Codes, Hyperlinks, u.Ä. zur Verfügung und sichert verbindlich zu, diese Form nicht zu verändern. Er ist verpflichtet, die Dokumentation der Erfolge (Leads, Sales) durch ADVERMAT mittels der angewandten Tracking-Methoden in seinem Einflussbereich sicherzustellen und das ADVERMAT Tracking-System nicht mit technischen Mitteln bei der vertragsgemäßen Erfassung von Provisionsfällen zu behindern.

9.9. Die Platzierung sowie die Häufigkeit der Einbindung von bereitgestellten Werbemitteln kann der Publisher nach eigenem Ermessen tätigen. Der Advertiser hat darauf keinen Einfluss, solange es seinen wirtschaftlichen Interessen nicht widerspricht.

9.10. Der Advertiser erteilt ADVERMAT eine auf die Dauer des Vertrages beschränkte Lizenz, alle Marken, Urheberrechte und Ähnliche Rechte, die dieser im Rahmen des Partnerprogramms einsetzt, im Rahmen vom ADVERMAT-Netzwerk zur Werbung gegenüber den Publishers zu nutzen und weiterzugeben. Sofern der Advertiser über die Teilnahmebedingungen seines Partnerprogramms dies nicht explizit ausgeschlossen hat, kann ADVERMAT diese Lizenz an die Publishers unterlizenzieren, damit diese für den Advertiser werben können.

10. Vergütung

10.1. Die Konditionen der Vergütung im Rahmen der Partnerprogramme legt der Advertiser fest und teilt sie auf den Internetseiten von ADVERMAT mit.

10.2. ADVERMAT ist berechtigt, jederzeit ohne Angabe von Gründen ein Partnerprogramm des Advertiser auszusetzen oder zu pausieren.

10.3. Publisher-Provisionen, die auf Basis von Pay Per View oder Pay Per Click abgerechnet werden, sind sofort fällig und gelten grundsätzlich als sofort vom Advertiser bestätigt. Publisher-Provisionen, die auf Basis von Pay Per Lead oder Pay Per Sale abgerechnet werden, hat der Advertiser schnellstmöglich, spätestens jedoch innerhalb einer Frist von 45 Tagen zu bestätigen bzw. zu stornieren. Nach Ablauf von 45 Tagen erfolgt eine automatische Freigabe der Provisionen durch ADVERMAT.

10.4. Eine Stornierung der Publisher-Provisionen ist nur möglich, wenn ein in der Programmbeschreibung oder in den ergänzenden Teilnahmebedingungen des Advertiser definierter Stornofall oder ein Widerruf nach den fernabsatzrechtlichen Vorschriften vorliegt. In allen anderen Fällen steht dem Advertiser kein Stornorecht zu. Es obliegt daher allein dem Advertiser, seine Programmbeschreibung und seine ergänzenden Teilnahmebedingungen so auszugestalten, dass alle relevanten Stornogründe erfasst sind. Als Stornierungsgrund gilt in keinem Fall die doppelte Erfassung eines Tracking-Vorgangs durch zwei unterschiedliche Netzwerke.

10.5. Eine Stornierung von Publisher-Provisionen gegenüber ADVERMAT ist nur dann möglich, wenn der Advertiser den Stornierungsgrund angibt und auf Anfrage nachweist.

10.6. Eine Zahlungspflicht trifft den Advertiser auch dann, wenn durch ihn oder einen seiner Erfüllungsgehilfen ein Tracking-Ausfall oder eine sonstige Fehlfunktion verursacht wird. In einem solchen Fall errechnet sich der zu ersetzende Wert auf Basis der durchschnittlichen Tagesumsätze des vorrangegangenen Monats. Pro angebrochenem Tag wird der vollständige Tagesumsatz fällig, mindestens jedoch 3 Tagesumsätze.

10.7. Der Advertiser hat dafür zu sorgen, dass sein Konto stets ein ausreichendes Guthaben aufweist, so dass offene Publisher-Provisionen stets gedeckt sind. Weist das Konto keine erforderliche Deckung auf, erfolgt die Auszahlung der angefallenen Publisher-Provisionen durch

ADVERMAT erst dann, wenn das Konto des Advertiser wieder eine entsprechende Deckung aufweist. In einem solchen Fall ist ADVERMAT zudem berechtigt, entsprechende Verzugszinsen vom Advertiser zu verlangen.

10.8. Guthaben auf Advertiser-Konten werden nicht verzinst. Ein Guthaben des Advertiser verfällt in der nach § 195 BGB bestimmten Frist, wenn das Advertiser-Konto inaktiv ist oder das Guthaben aufgrund fehlender oder fehlerhafter Kontoverbindung nicht auszahlbar ist.

11. Haftung des Advertiser

11.1. Der Advertiser haftet gegenüber ADVERMAT insbesondere für die von ihm zur Verfügung gestellten Werbemittel.

11.2. Der Advertiser stellt ADVERMAT von sämtlichen Schadenersatzansprüchen, Haftungsansprüchen und jedweden Kosten frei, die ADVERMAT dadurch entstehen, dass ein Anspruch gegen ADVERMAT geltend gemacht wird, wozufolge die verwendete Werbung des Advertisers gegen das Wettbewerbsrecht, gewerbliche Schutzrechte Dritter oder andere Gesetze bzw. Verordnungen verstößt.

12. Ergänzende Teilnahmebedingungen

12.1. Der Advertiser kann ergänzende Teilnahmebedingungen für sein Programm definieren, die für den Publisher verbindlich sind. Diese ergänzenden Vertragsbedingungen werden nur dann Vertragsbestandteil, wenn sie im ADVERMAT-System physisch hinterlegt sind. Verweise auf externe Bedingungen (z.B. auf dem Server des Advertisers) sind nicht ausreichend. Die ergänzenden Teilnahmebedingungen dürfen jedoch nicht im Widerspruch zu den hier vorliegenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen stehen. In Kollisionsfällen haben die vorliegenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen Vorrang.

12.2. Im Falle der Änderung der ergänzenden Teilnahmebedingungen teilt der Advertiser diese mindestens 48 Stunden vor Inkrafttreten seinen Publishers und ADVERMAT mit. Liegt ein wichtiger sachlicher Grund vor, kann diese Frist in bestimmten Einzelfällen verkürzt werden.

12.3. Sofern und soweit der Advertiser gegenüber den Publishers die Nutzung seiner geschützten Marken oder sonstigen Rechte, die er im Rahmen des Partnerprogramms einsetzt (vgl. Punkt 4.), ausschließen will, bedarf es einer entsprechenden schriftlichen Regelung in den Partnerprogramm-Teilnahmebedingungen im ADVERMAT-System.

13. Sonstiges

13.1. Der Advertiser verpflichtet sich, während der gesamten Laufzeit dieses Vertrages sowie für einen weiteren Zeitraum von einem Jahr nach Beendigung dieses Vertrages keine direkte oder mittelbar über Dritte bestehende vertragliche Beziehung mit dem Publisher einzugehen, der die Erbringung von Dienstleistungen zur Unterstützung des Advertiser bei der Bewerbung seiner Website und der dort von den Anbietern angebotenen Waren und Dienstleistungen durch den Publisher zum Zwecke hat, wenn

–der Publisher am Partnerprogramm des Advertiser teilgenommen hat und
– dieser Publisher im zurückliegenden Zeitraum von 12 Monaten oder
– wenn das Programm für einen geringeren Zeitraum betrieben worden ist oder der Publisher nur einen geringeren Zeitraum am Partnerprogramm teilgenommen hat
– während der gesamten Zeit zu den nach Netto-Vergütung des Publisher umsatzstärksten ersten 10 Publisher im Partnerprogramm des Advertisers gehört.

13.2. Dies gilt nicht für solche Publishers, mit denen der Advertiser nachweislich bereits vor Anmeldung des Advertiser zur Plattform von ADVERMAT entsprechende Verträge abgeschlossen hatte. Der Advertiser verpflichtet sich, für jeden Fall der Zuwiderhandlung gegen diese Verpflichtung an ADVERMAT eine in das billige Ermessen von ADVERMAT gestellte, der Höhe nach vom zuständigen Gericht zu überprüfende Vertragsstrafe zu bezahlen.
13.3. Im Rahmen der Nutzung der Services dürfen Sie keine Inhalte veröffentlichen, die rechtswidrig, schädigend, bedrohend, missbräuchlich, belästigend, verleumderisch, hasserregend, rassistisch, obszön, hinsichtlich des Jugendschutzes oder in sonstiger Weise zu beanstanden sind.
13.4. Sie dürfen keine geltenden nationalen oder internationalen Rechtsvorschriften im Zusammenhang mit unseren Services verletzen. Sie haben auch die Rechte Dritter, wie Eigentums-, Marken und Urheberrechte, zu beachten.
13.5. Sie dürfen über unsere Services keine Informationen, Programme oder Dateien verbreiten, die geeignet oder dazu gedacht sind, die Funktionsfähigkeit der verbundenen Server, Netzwerke, Telekommunikationseinrichtungen oder sonstiger Soft- oder Hardware zu unterbrechen, zu zerstören oder einzuschränken.
13.6. Advermat haftet nicht für das Verhalten von Nutzern oder sonstigen Dritten oder für Inhalte oder Erklärungen, die von Nutzern oder sonstigen Dritten im Rahmen der Services weitergegeben werden. Wir haften auch nicht für Schäden, die aus der Nutzung oder Unmöglichkeit der Nutzung der Services entstehen.
13.7. Mündliche Informationen oder Ratschläge, die Sie im Rahmen der Services erhalten, begründen keinerlei Gewährleistung durch Advermat.de
13.8. Advermat behält sich das Recht vor, jederzeit und ohne Vorankündigung den Umfang der Services in Teilen oder im Ganzen, den Publikationszeitraum für übermittelte Inhalte oder die Erscheinungsform des Portals zu ändern, einzuschränken oder gar einzustellen. So besteht insbesondere auch bei Übermittlung von unentgeltlichen Anzeigeninhalten ausdrücklich kein verbindlicher Rechtsanspruch hinsichtlich einer tatsächlichen Publizierung oder deren Erscheinungsdauer. Es besteht generell kein Anspruch auf die ständige Verfügbarkeit von Advermat.de
13.9. Sie erklären sich damit einverstanden, dass Advermat die im Rahmen der Services übermittelten Daten - inhaltlicher und persönlicher Art - temporär speichert. Für den Verlust, die Nichtspeicherung oder Löschung von Daten, die im Rahmen der Services eingegeben und übertragen werden, übernimmt Advermat.de keine Verantwortung oder Haftung.

14. Datenschutz

14.1. ADVERMAT ist berechtigt, die personenbezogenen Daten des Vertragspartners zu erheben, zu verarbeiten und zu speichern. Dabei werden die geltenden datenschutzrechtlichen Vorschriften eingehalten.
14.2. Die gespeicherten Daten werden ausschließlich zur Abwicklung des zwischen den Parteien geschlossenen Vertrages verwendet. Eine darüber hinausgehende Nutzung, z.B. für Zwecke der Marktforschung, erfolgt nicht. Mit der vollständigen Abwicklung des Vertrages werden die Daten des Vertragspartners gesperrt und nach Ablauf der gesetzlichen Fristen dauerhaft gelöscht. Die Daten stehen dann einer weiteren Verwendung nicht mehr zur Verfügung.
14.3. Wünscht der Vertragspartner eine vollständige Löschung seiner Daten, so wendet er sich hierfür an den auf der Internet-Seite angegebenen Support von ADVERMAT.
14.4. Der Publisher ermächtigt ADVERMAT, die bei der Anmeldung angegebenen Daten an alle Advertiser weiterzugeben, bei denen sich der Publisher bewirbt oder mit denen er eine Partnerschaft eingeht. Das gleiche gilt für die Advertiser-Daten im Verhältnis zum Publisher.
14.5. ADVERMAT ist berechtigt, alle notwendigen technischen Maßnahmen zu ergreifen und einzusetzen, um die Aufrechterhaltung des Netzwerkes zu gewährleisten und etwaigen Missbrauch festzustellen.

15. Haftung von ADVERMAT

15.1. ADVERMAT wird den in der Internetbranche üblichen Aufwand betreiben, um zu gewährleisten, dass das Online-System 24 Stunden am Tag verfügbar bleibt. Ausgenommen hiervon sind Unterbrechungen, die für erforderliche Wartungsmaßnahmen üblich sind oder durch Dritte verschuldet sind. Sollte das Online-System gleichwohl ausfallen, wird ADVERMAT sich im Rahmen seiner Möglichkeiten sofort bemühen, die Verfügbarkeit wiederherzustellen. Die Vertragsparteien erkennen an, dass in Ausnahmefällen eine geringe Anzahl von Transaktionen vom Online-System nicht erfasst bzw. protokolliert werden kann. Ein Anspruch gegen ADVERMAT seitens des Vertragspartners besteht hieraus nicht.
15.2. ADVERMAT haftet nicht für höhere Gewalt und für Ereignisse, die nicht im Einflussbereich von ADVERMAT liegen w.z.B. Naturgewalt, Krieg, Viren aber auch Serverausfälle bei Domain Verwaltungs- und Betriebsgesellschaften und d.ä. ADVERMAT haftet demzufolge auch nicht für die daraus resultierende Unterbrechung bzw. Zerstörung von Daten. Es obliegt dem Vertragspartner, entsprechende Sicherungskopien anzufertigen.
15.3. ADVERMAT garantiert keine Umsatzerfolge.
15.4. Für Schäden, die aus der Verletzung der Datenaktualisierungspflicht entstehen, haftet ADVERMAT nicht. Entsteht daraus bei ADVERMAT ein Schaden, muss dieser vom Vertragspartner in vollem Umfang ersetzt werden.
15.5. Zudem haftet ADVERMAT nicht für die Richtigkeit und Vollständigkeit der Inhalte, der Zahlungsfähigkeit, der Qualität der Waren und Dienstleistungen sowie dafür, dass diese Leistungen keine Rechte Dritter verletzen. Für Schäden, die aus der Fehlerhaftigkeit der Software oder Hardware der Parteien sowie der Verfügbarkeit bzw. Funktionsweise des Internet entstehen, übernimmt ADVERMAT keinerlei Gewährleistung.
15.6. Für andere als durch Verletzung von Leben, Körper und Gesundheit entstehende

Schäden haftet ADVERMAT lediglich, soweit diese auf vorsätzlichem oder grob fahrlässigem Handeln oder auf schuldhafter Verletzung einer wesentlichen Vertragspflicht durch ADVERMAT, seine ihre Mitarbeiter oder ihre Erfüllungsgehilfen beruht. Dies gilt auch für Schäden aus der Verletzung von Pflichten bei Vertragsverhandlungen sowie aus der Vornahme von unerlaubten Handlungen. Eine darüber hinausgehende Haftung auf Schadensersatz ist ausgeschlossen.

15.7. Die Haftung ist außer bei vorsätzlichem oder grob fahrlässigem Verhalten, der Verletzung einer Kardinalspflicht oder der Verletzung von Leben, Körper und Gesundheit durch ADVERMAT, seine ihre Mitarbeiter oder seine ihre Erfüllungsgehilfen auf die bei Vertragsschluss typischer Weise vorhersehbaren Schäden und im übrigen der Höhe nach auf die vertragstypischen Durchschnittsschäden begrenzt, höchstens jedoch auf die durchschnittliche erfolgsabhängige Vergütung eines halben Jahres der Vertragspartei.

15.8. Die Bestimmungen des Produkthaftungsgesetzes bleiben unberührt.

15.9. Sollte dem Advertiser durch ein Fehlverhalten des Publishers ein Schaden entstehen, so steht dem Advertiser gegenüber ADVERMAT keinerlei Ersatzanspruch zu. Vielmehr kann er seine Ansprüche nur direkt gegenüber dem Publisher geltend machen. ADVERMAT verpflichtet sich, die hierfür notwendigen Rechte an den Advertiser abzutreten.

16. Kündigung

16.1. Der Vertrag kann von dem Advertiser mit einer Frist von zwei Wochen zum Monatsende gekündigt werden.

16.2. Die Kündigung durch einen Vertragspartner kann nur in Papierform (Originalschreiben oder per Fax) erfolgen, eine Kündigung per E-Mail ist ausgeschlossen. Eine Kündigung durch ADVERMAT bedarf keiner Schriftform und kann insbesondere auch per E-Mail erfolgen.

16.3. Bis zum Vertragsende sind von den Vertragspartnern alle offenen Vergütungen zu begleichen.

16.4. Im Fall der Kündigung muss der Publisher innerhalb von 48 Stunden alle Werbemittel entfernen. Dies entbindet den Publisher nicht von seiner Pflicht, ungültige bzw. nicht mehr funktionale Werbemittel-Codes unverzüglich aus seinen Werbeplattformen zu entfernen.

16.5. Ein etwaiges Restguthaben wird dem Vertragspartner nach Abzug aller angefallenen Kosten zurückerstattet. Bei einem rechnerischen Minusguthaben sind etwaige Nachforderungen unverzüglich auszugleichen. Für Auszahlungen unterhalb der Summe der Auszahlungsgrenze wird eine Bearbeitungsgebühr erhoben. Beides regelt die jeweils gültige Preisliste.

17. Sonstiges

17.1. ADVERMAT kann neben seiner Rolle als Vermittlungsplattform zusätzlich als beratende Agentur auftreten. Die Beratungsleistungen sind der jeweils gültigen Preisliste zu entnehmen.

17.2. Es gilt deutsches Recht unter Ausschluss des UN-Kaufrechts.

17.3. Sofern der Vertragspartner Kaufmann ist, eine juristische Person des Öffentlichen Rechts oder Öffentlichrechtliches Sondervermögen, oder keinen allgemeinen Gerichtsstand im Inland

hat oder nach Vertragsschluss seinen Wohnsitz ins Ausland verlegt oder sein Wohnsitz zum Zeitpunkt der Klageerhebung nicht bekannt ist, ist der Erfüllungsort und der Gerichtsstand für die sich aus unserem Vertrag ergebenden Streitigkeiten Paderborn.
17.4. Soweit nichts anderes vereinbart, ist auch bei Verträgen mit ausländischen Kunden deutsches Recht anwendbar. Gerichtsstand ist Paderborn, Deutschland.
17.5. Für den Vertrag gelten ausschließlich diese AGB. Andere Bedingungen werden nicht Vertragsinhalt, auch wenn ADVERMAT ihnen nicht ausdrücklich widerspricht.
17.6. Änderungen oder Ergänzungen dieses Vertrages bedürfen zu ihrer Wirksamkeit grundsätzlich der Schriftform. Angestellte von ADVERMAT sind nicht berechtigt, mündliche Änderungen oder Ergänzungen zu treffen oder mündliche Zusicherungen zu geben.

18. Hinweise zu Hyperlinks

Advermat.de verweist auf seinen Seiten mit Links zu anderen Seiten im Internet. Ebenso betätigt sich Advermat.de als Vermittler zwischen Advertiser und Publisher und generiert Banner bzw. Textbanner nach deren Vorgaben und stellt diese zu Verfügung. Für den Einbau und Plazierung ist Advermat nicht verantwortlich. Für alle diese Links gilt: Wir Krunic Media (Advermat) erklären ausdrücklich, dass wir keinerlei Einfluss auf die Gestaltung und die Inhalte der gelinkten Seiten haben. Deshalb distanzieren wir uns ausdrücklich von allen Inhalten aller gelinkten Seiten auf unserer Homepage oder generierten Bannern und machen uns diese Inhalte nicht zu Eigen. Diese Erklärung gilt für alle angezeigten Banner und deren Code, Links und für alle Inhalte der Seiten, zu denen Links führen.

19. Salvatorische Klausel

Sollten Bestimmungen des vorliegenden Vertrags im Sinne der Rechtsprechung in Deutschland ungültig sein oder werden, bleibt hiervon die Gültigkeit der Übrigen Bestimmungen unberührt. An Stelle der unwirksamen Bestimmungen oder zur Auffüllung von Lücken soll eine angemessene Regelung treten, die dem am nächsten kommt, was die Vertragsparteien gewollt haben.