adbroker

Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB)

Inhalt

1. Präambel 2
2. Allgemeines 2
3. Publisher 2
4. IASH-Bedingungen 3
5. Advertiser 3
6. Publisher-Konten 4
7. Advertiser-Konten 4
8. Buchungsarten und -Kosten 5
9. Manipulation 6
10. Wettbewerbs- und Umgehungsverbot 7
11. Gewährleistung und Haftung, Vertragsstrafe 7
12. Laufzeit und Vertragsende, ordentliche Kündigung 8
13. Außerordentliche Kündigung 8
14. Aufrechnung, Zurückbehaltung, Abtretung von Forderungen 8
15. Datenschutzbestimmungen 8
16. Schriftform 9
17. Erfüllungsort und Gerichtsstand, anwendbares Recht 9
18. Schlussbestimmungen 9

AdBroker GmbH
Lennéstraße 9
D - 10785 Berlin

Tel: +49 (0)30 48489 - 700
Fax: +49 (0)30 48489 - 701
Mail: info@adbroker.de
Web: www.adbroker.de

Geschäftsführung
Martin Weidemann
Jan Winkler

Handelsregister
Amtsgericht
Frankfurt am Main
HRB 89370

Bankverbindung
Berliner Sparkasse
Konto: 6604080488
BLZ: 100 500 00
IBAN: DE45 1005 0000 6604 0804 88

USt-IdNr.
DE272237271

1. Präambel

1.1. Die AdBroker GmbH i.G. bietet unter www.adbroker.de und weiteren URLs eine Plattform zum Handel mit Onlinewerbeflächen an (im Folgenden AdBroker).

1.2. Die Vertragspartner nehmen diese Dienstleistung als Werbender/Agentur (im Folgenden Advertiser) oder Webseiten-/Werbenetzwerkbetreiber (im Folgenden Publisher) in Anspruch. Der Vertragspartner ist voll geschäftsfähig oder wird von einem voll geschäftsfähigen gesetzlichen Vertreter vertreten.

1.3. Diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen regeln die Zusammenarbeit zwischen AdBroker und dem Vertragspartner.

1.4. Durch die Anmeldung bei AdBroker wird ein Vertragsverhältnis zwischen AdBroker und der anmeldenden Partei begründet.

2. Allgemeines

2.1. Es gelten die jeweils unter www.adbroker.de veröffentlichten Allgemeinen Geschäftsbedingungen. AdBroker behält sich vor, diese jederzeit zu ändern.

2.2. Änderungen der Allgemeinen Geschäftsbedingungen werden dem Vertragspartner schriftlich oder per E-Mail bekannt gegeben. Sie gelten als genehmigt, wenn der Vertragspartner nicht innerhalb einer Frist von 2 Wochen ab Bekanntgabe schriftlich oder per E-Mail widerspricht. AdBroker wird den Vertragspartner bei der Bekanntgabe auf diese Folge seines Verhaltens besonders hinweisen.

Unberührt hiervon bleibt das Recht des Vertragspartners, sich wegen Änderung der Allgemeinen Geschäftsbedingungen vom Vertrag zu lösen.

2.3. Allgemeinen Geschäftsbedingungen des Vertragspartners wird ausdrücklich widersprochen, soweit sie von den nachfolgenden Bedingungen abweichen. Die abweichenden Geschäftsbedingungen des Vertragspartners werden insoweit nicht Vertragsbestandteil.

Von diesen Allgemeinen Geschäftsbedingungen abweichende Bedingungen des Vertragspartners können nur dann ganz oder zum Teil Bestandteil des Vertragsverhältnisses zwischen AdBroker und dem Vertragspartner werden, wenn die Parteien dies im Einzelfall ausdrücklich vereinbaren.

3. Publisher

3.1. Der Publisher bewirbt sich mit ein oder mehreren Webseiten/Channels/Netzwerkbelegungen (im Folgenden Inventar) um eine Teilnahme für die Dienstleistungen von AdBroker. AdBroker behält sich das Recht vor, Bewerbungen ohne Angabe von Gründen abzulehnen.

3.2. Das Inventar wird durch AdBroker geprüft und kann (auch teilweise) abgelehnt werden.

3.3. Nachdem der Publisher freigeschaltet und sein Account von AdBroker aktiviert wurde, kann der Publisher für jedes Inventar entsprechende Werbeflächen erstellen und technisch implementieren.

3.4. AdBroker kann Inventar im AdBroker-Account des Publishers (Publisher-Account) löschen bzw. deaktivieren, bei denen über einen Zeitraum von mindestens 14 Tagen keine Werbefläche erstellt wurde oder bei denen alle Werbeflächen weniger als 1.000 Views erzeugt haben. Das Gleiche gilt für Publisher-Accounts, wenn über einen Zeitraum von mindestens 14 Tagen keine Werbeflächen und/oder Webseiten erstellt, weniger als 1.000 Views erzeugt wurden oder Webseiten im Publisher-Account gelöscht/deaktiviert werden mussten.

3.5. Im Login-Bereich werden für den Publisher die jeweils aktuell laufenden Kampagnen mit den Kampagnentypen (View, Klick, Lead oder Sale) und den dazugehörigen, vereinbarten Provisionen aufgelistet.

3.6. Generiert ein Publisher auf seinen Werbeflächen eine für die Kampagne erforderliche Aktion (View, Klick, Lead, Sale), erhält er dafür eine zuvor festgelegte Werbekostenerstattung.

3.7. Der Publisher hat seine Kontaktdaten stets auf dem aktuellsten Stand zu halten, so dass AdBroker den Publisher jederzeit per E-Mail, Telefon und Post erreichen kann.

Des Weiteren hat der Publisher zu jeder Zeit sicher zu stellen, dass AdBroker über die korrekten und aktuellen, für die ordnungsgemäße Abrechnung – insbesondere steuerlich – relevanten Daten des Publishers verfügt. Änderungen hinsichtlich seiner Verhältnisse – insbesondere hinsichtlich seiner Berechtigung zum Vorsteuerabzug – hat der Publisher AdBroker unverzüglich mitzuteilen.

Bei Verstoß gegen diese Regelung verwirkt der Publisher eine Vertragsstrafe gemäß Ziff. 11.8.

3.8. Der Publisher hat seine Webseite während der gesamten Dauer des Vertragsverhältnisses mit AdBroker zugänglich und abrufbar zu halten.

Der Publisher veröffentlicht keine rechtswidrigen, jugendgefährdenden, erotischen, pornografischen, rassistischen, illegalen, anzüglichen, extremistischen, fundamentalistischen und ähnliche Inhalte auf seiner Webseite. Ferner platziert der Publisher die Werbung nicht in Peer-to-Peer/FileSharing, Desktopanwendungen, Toolbars, Spyware oder anderen Anwendungen oder auf Seiten, die sich mit diesem Thema beschäftigen. Ebenfalls ausgeschlossen sind Seiten mit den Inhalten Waffen, Drogen, Medikamentenmissbrauch, Glücksspiel/Wetten, Alkohol und Tabak.

Bei schuldhaftem Verstoß des Publishers gegen diese Regelung verwirkt er eine Vertragsstrafe gemäß Ziff. 11.8.

4. IASH-Bedingungen

Die in diesem Abschnitt aufgeführten Punkte erfüllt der Publisher für jede Webseite seines Inventars:

4.1. Der Publisher der Webseite besitzt entweder die Inhalte, welche auf allen URLs gezeigt werden, auf denen Aktivitäten laufen, oder hat entsprechende Nutzungsrechte.

4.2. Die Webseite enthält keine "Viren" oder andere zerstörerische Programmierung, die Daten, Computersysteme oder Software beeinträchtigen oder diesen schaden können.

4.3. Die Webseite verletzt nicht geltendes Recht, insbesondere Vorschriften zum Schutz vor irreführender oder aus sonstigen Gründen unlauterer Werbung, Gewinn- und Glücksspielverbote, Wettbewerbsrecht und Strafrecht;

4.4. Der vom Publisher oder im Auftrag des Publishers stammende Webseiteninhalt umfasst keine Inhalte, die Ruf schädigend sind, Gesetze zum Schutz der Persönlichkeitsrechte verletzen oder wissentlich unwahre Tatsachen zum Zwecke der Täuschung des Rechtsverkehrs enthalten.

4.5. Der vom Publisher oder im Auftrag des Publishers stammende Seiteninhalt verletzt zu keiner Zeit Rechte an geistigem Eigentum oder andere Eigentumsrechte.

4.6. Der Publisher und die Webseite üben weder Aktivitäten wie Raubkopiergeschäfte, Computer Hacking oder andere nach geltendem Recht illegale Handlungen aus, noch unterstützen oder ermöglichen sie diese.

4.7. Hinsichtlich unrechtmäßiger Handlungen oder Inhalte, die seiner Webseite zugefügt werden, ohne dass der Publisher Kenntnis über deren Unrechtmäßigkeit hat oder sich dieser bewusst ist, unterwirft sich der Publisher einer sog. "notice und takedown" Policy, die geltendem Recht entspricht.

4.8. Der Publisher bemüht sich in angemessenem und ihm zumutbaren Umfang, keinen Inhalt auf der Webseite einzubinden, der vom IASH.EU Codex verboten ist. Siehe Definitionen über "gesperrtes Inventar" in Aufstellung C des IASH.EU Verhaltenscodex (www.IASH.EU.org.uk).

4.9. Der Publisher platziert die für seine Webseite bestimmten Codes/Werbung ausschließlich auf dieser Webseite und trägt insbesondere dafür Sorge, dass diese Codes/Werbung nicht weiterverkauft oder weitervermittelt werden.

5. Advertiser

5.1. Der Advertiser bewirbt sich mit seiner Kampagne um eine Teilnahme für die Dienstleistungen von AdBroker. AdBroker behält sich das Recht vor, Bewerbungen ohne Angabe von Gründen abzulehnen. Im Falle einer Ablehnung einer Bewerbung hat der Advertiser keinerlei Schadensersatz- oder sonstige Ansprüche gegen AdBroker.

5.2. Möchte der Advertiser mehrere Kampagnen bei AdBroker unterbringen, muss jede Kampagne einzeln angemeldet werden – jede weitere Kampagne wird wiederum durch AdBroker geprüft und kann ggf. abgelehnt werden.

5.3. Für die Inhalte der zu schaltenden Werbung und die Webseiten des Advertisers gilt Ziff. 3.8. entsprechend.

Bei schuldhaftem Verstoß des Advertisers gegen diese Regelung verwirkt er eine Vertragsstrafe gemäß Ziff. 11.8.

6. Publisher-Konten

6.1. AdBroker führt für jeden Publisher ein separates (virtuelles) Konto (AdBroker-Konto). Auf diesem werden die vom Publisher erworbenen Provisionen gutgeschrieben und an ihn ausgezahlt.

6.2. AdBroker übernimmt für den Publisher die Verwaltung seines AdBroker-Kontos. AdBroker errechnet dabei jeweils am Monatsende sämtliche angefallenen Provisionen des abgelaufenen Monats und schreibt den entsprechenden Betrag dem Publisher-Konto gut. Beträge auf dem AdBroker-Konto werden auf 2 Nachkommastellen gerundet, sodass sich ein ordentlicher Euro-Betrag ergibt.

6.3. Der Publisher kann jederzeit Einsicht in sein Konto nehmen. Zu jeder Monatsabrechnung erhält der Publisher zudem eine Aufschlüsselung der erfolgten Leistungen, aus der die Zusammensetzung des Provisionsbetrags zu entnehmen ist.

6.4. Die Auszahlung des Publisher-Kontos erfolgt automatisch und per Banküberweisung auf das vom Publisher in seinem Account angegebene Konto, wenn der Kontostand den Mindestauszahlungsbetrag zum Abrechnungszeitpunkt überschreitet.

Der Mindestauszahlungsbetrag liegt bei 25,00 EUR für Publisher mit deutscher Bankverbindung, andernfalls bei 250,00 EUR. Im Falle der Überweisung auf ein nicht-deutsches Bankkonto gehen die mit der Überweisung verbundenen Kosten zu Lasten des Publishers.

6.5. Die Auszahlung erfolgt erst, wenn die vollständig ausgefüllte Erklärung zur Umsatzsteuer per Fax oder Post bei AdBroker eingegangen ist.

6.6. Eine Auszahlung des AdBroker-Kontos bei einem Kontostand unter 25 EUR ist ausgeschlossen.

6.7. AdBroker behält sich das Recht vor, Publisher-Accounts und die damit verbundenen AdBroker-Konten bei Publishern zu löschen, die über einen Zeitraum von 2 Monaten keine Views, Klicks, Leads oder Sales erzeugt haben.

6.8. Bei Löschung des Publisher-Accounts wird der Konto-Betrag an den Publisher ausgezahlt, sofern die Auszahlung an das Konto möglich ist. Eventuell auf dem Publisher-Konto verbliebene Beträge, soweit sie den Betrag von 25 EUR unterschreiten, werden nicht zurück erstattet, sondern als Aufwandspauschale für die Kontolöschung verrechnet, sodass das Konto mit einem Betrag von 0 EUR geschlossen wird.

Der Publisher verliert mit der Löschung des Accounts sämtliche – auch künftig noch entstehenden – Ansprüche auf evtl. noch anfallende Beträge und Provisionen.

6.9. Guthaben auf den virtuellen AdBroker-Konten werden nicht verzinst.

7. Advertiser-Konten

7.1. AdBroker führt für jeden Advertiser ein separates (virtuelles) Konto (AdBroker-Konto). Über dieses findet die Zahlungsabwicklung der fälligen Vergütungen für geschaltete Werbung statt.

7.2. AdBroker übernimmt für die Advertiser die Verwaltung der virtuellen AdBroker-Konten des Advertisers. AdBroker errechnet dabei jeweils täglich die angefallenen Provisionen des letzten Tages und zieht den entsprechenden Betrag von dem Advertiser-Konto ab. Beträge auf den AdBroker-Konten werden auf 2 Nachkommastellen gerundet, so dass sich ein ordentlicher Euro-Betrag ergibt.

7.3. Der Advertiser hat dafür Sorge zu tragen, dass sein AdBroker-Konto stets einen Betrag von mindestens 25 EUR aufweist.

7.4. AdBroker wird den Advertiser darauf hinweisen, sobald sein Kontostand den Betrag von 25 EUR zum Abrechnungszeitpunkt unterschreitet. Der Advertiser hat dann den Kontostand unverzüglich wieder aufzuladen, um eine störungsfreien Ablauf der Kampagnen zu gewährleisten.

7.5. Unterschreitet der Kontostand eines Advertisers den Betrag von 25 EUR und leitet dieser nicht spätestens innerhalb von 7 Tagen nach dem entsprechenden Hinweis durch AdBroker eine Aufladung seines AdBroker-Kontos ein, kann AdBroker sämtliche Kampagnen des Advertisers stoppen und deren weitere Auslieferung anhalten, bis das Konto wieder aufgeladen ist.

7.6. Sollte der Kontostand eines Advertiser den Betrag von 25 EUR unterschreiten und der Advertiser diesen Betrag nicht spätestens innerhalb von 30 Tagen nach dem entsprechenden Hinweis durch AdBroker aufgeladen haben, kann AdBroker den Account und die Kampagnen des Advertisers löschen. Eventuell verbliebene Beträge auf dem Advertiser-Konto, soweit sie den Betrag von 25 EUR unterschreiten, werden nicht zurück erstattet, sondern als Aufwandspauschale für die Kontolöschung verrechnet, sodass das Konto mit einem Betrag von 0 EUR geschlossen wird.

7.7. Sollte der Kontostand eines Advertiser den Betrag von 0 EUR unterschreiten, wird AdBroker ohne vorherige Vorwarnung die Auslieferung der Kampagnen des Advertisers stoppen und mit der weiteren Auslieferung warten bis das Konto wieder aufgeladen wurde.

Veranlasst der Advertiser in diesem Fall binnen 30 Tagen nach Unterschreitung keine Aufladung des Kontos, kann AdBroker den Advertiser-Account löschen und dem Advertiser die ggf. bis zur Löschung des Accounts angefallenen Provisionen in Rechnung stellen.

7.8. Eine Rückzahlung des Kontobetrags ist für Advertiser grundsätzlich nur dann möglich, sofern der Kontostand einen Betrag von mehr als 25 EUR aufweist. Ist dies nicht der Fall, wird der Betrag nicht zurück erstattet und bei Löschung des Kontos als Aufwandspauschale verrechnet, sodass das Konto mit einem Betrag von 0 EUR geschlossen wird.

7.9. Guthaben auf den virtuellen AdBroker-Konten werden nicht verzinst.

7.10. Für einzelne Advertiser kann AdBroker Ausnahmeregelungen ermöglichen, welche die Abrechnung der Kampagne nach einem vereinbarten Kampagnenzeitraum oder -volumen beinhaltet. Für Neukunden gilt grundsätzlich, dass alle Leistungen ausschließlich auf Vorkasse (min. 50% des zu erwartenden Kampagnenbetrags) erbracht werden.

8. Buchungsarten und -Kosten

8.1. Über einen Marktplatz können Kampagnen durch den Advertiser sofort gebucht werden.

8.2. Alternativ kann der Advertiser eine Auktion starten und nach Abschluss derselben eine Buchung auslösen.

8.3. Der Advertiser trägt die Kosten der Buchung, die entweder im Marktplatz oder im Auktionsprozess ausgewiesen werden.

8.4. Die Kampagnenkosten ergeben sich aus dem durch den Publisher angegebenen Betrag zzgl. einer Provision für AdBroker.

8.5. Die Abrechnung einer Kampagne erfolgt auf Basis eines der folgenden Verfahren:

a. Provision Views: Der Advertiser bezahlt einen zuvor festgelegten Betrag pro Einblendung eines Werbemittels, das zur Kampagne des Advertisers gehört.

b. Provision Clicks: Der Advertiser bezahlt einen zuvor festgelegten Betrag pro Weiterleitung eines Besuchers auf die Webseite des Advertisers. Die Weiterleitung des Kunden findet hierbei üblicherweise durch einen Klick auf eines der Werbemittel des Advertisers statt.

8.6. Eine Kampagne wird durch folgende Eckdaten definiert:

- Kampagnenkosten
- Auslieferungsbereich (z.B. Netzwerk(e), einzelne Channels oder bestimmte Websites)
- Werbeform(en) (z.B. Banner, Popups, Layer, Banner und Popups, Popups und Layer usw.)

- Zielwebseite(n) die beworben wird
- zu erreichendes Volumen (z.B. 10.000 Klicks, 1 Mio. Popups oder unbegrenzt)
- Sonderleistungen (z.B. Frequency-Capping, Targeting usw.)

8.7. Der Advertiser hat dafür Sorge zu tragen, dass jederzeit ausreichend viele Werbemittel der jeweiligen Kampagne zugeordnet sind. Die Zahl der Werbemittel und –formate ist so zu wählen, dass das zu erreichende Volumen möglichst schnell erreicht werden kann. Welche Werbemittel und –formate dazu notwendig sind, können im Einzelnen beim jeweiligen Kundenbetreuer von AdBroker nachgefragt werden. Die Werbemittel sind mind. 3 Werktage vor Kampagnenstart im System einzustellen bzw. bei AdBroker abzuliefern.

8.8. Des Weiteren hat der Advertiser dafür Sorge zu tragen, dass die von ihm bereitgestellten Werbemittel aktuellen Standards in Design und Technik entsprechen und die User zum Anklicken anregen. AdBroker wird in regelmäßigen Abständen die Klickraten der Werbemittel überprüfen und ist berechtigt, Werbemittel abzulehnen oder zu deaktivieren, die eine Klickrate von unter 0,1% aufweisen (1 Klick bei 1000 Einblendungen).

8.9. Maßgeblich für die Abrechnung der Werbemaßnahmen sind die Systeme von AdBroker. Für den Fall, dass Zählsysteme bei Publisher oder Advertiser abweichende Zahlen hervorbringen und berechtigte Zweifel an der Abrechnung von AdBroker bestehen, hat sich der betreffende Publisher bzw. Advertiser unverzüglich an AdBroker zu wenden, um eine Klärung des Sachverhalts herbei zu führen. Hierbei ist eine rückwirkende Änderung der bis dato gezählten Daten aus technischen Gründen nicht möglich.

8.10. Der Advertiser kann von AdBroker einen Zugang zu den Statistiken seiner Kampagne(n) und/oder einen CSV-Export der Statistiken der vorangegangenen Woche (jeweils montags für den Bereich Montag bis Sonntag) verlangen. Der Advertiser hat die Statistiken regelmäßig, spätestens aber 3 Tage nach Erhalt, zu prüfen. Stellt er Abweichungen zwischen den von AdBroker zur Verfügung gestellten Statistiken und seinen eigenen gezählten Werten fest, hat der Advertiser dies umgehend an AdBroker zu melden, um den Sachverhalt zu klären und den Ursprung der Zähldifferenzen auszumachen und zu beseitigen. Hat der Advertiser nicht spätestens 14 Tage nach Erhalt der Statistiken von AdBroker Widerspruch gegen die vorgelegten Zahlen eingelegt, gelten diese als von beiden Seiten anerkannt.

9. Manipulation

9.1. AdBroker wird in regelmäßigen Abständen die Accounts und Statistiken der Publisher darauf überprüfen, ob eventuelle Manipulationen vorliegen. Als Manipulation ist grundsätzlich jeder Versuch anzusehen, der die Umgehung der Abrechnungssysteme von AdBroker zum Ziel oder zur Folge hat. Im Besonderen ist dies die künstliche Erhöhung der View- und Klickzahlen oder das Erzeugen falscher Leads/ Sales.

9.2. Als Manipulation wird zudem jede Änderung des durch AdBroker zur Einblendung der Werbemittel zur Verfügung gestellten Codes in jeglicher Form und egal zu welchem Zweck angesehen sowie das Verdecken, Verschleiern oder Unsichtbar machen von Werbeflächen und/oder das Einsetzen der Werbeflächen an schlecht sichtbaren Stellen (etwa weit unten auf einer Seite).

9.3. Ebenfalls nicht gestattet ist das Einblenden der AdBroker-Werbeflächen auf anderen als den angemeldeten Seiten. Soll AdBroker-Werbung auf einer anderen Seite geschaltet werden, muss diese im Login-Bereich angemeldet und von AdBroker aktiviert werden.

9.4. Es ist dem Publisher zudem nicht gestattet, selbst auf die Werbeflächen zu klicken oder einen Lead/Sale auszulösen oder andere direkt oder indirekt hierzu aufzufordern.

9.5. Wird eine Manipulation oder ein Verstoß von AdBroker entdeckt oder der Verdacht auf Manipulation/Verstoß aufgeworfen, wird AdBroker eine Klärung der Sachlage mit dem Publisher anstreben. Stellt sich die Manipulation als wahr heraus, kann AdBroker den jeweiligen Publisher sperren und das Vertragsverhältnis außerordentlich fristlos kündigen.

In diesem Fall wird daneben eine Vertragsstrafe gemäß Ziff. 11.8. fällig. Dabei verbleiben sämtliche vom Publisher angesammelten Provisionen bei AdBroker unter Anrechnung auf die verwirkte Vertragsstrafe, so dass der Kontostand des Vertragspartners einen Betrag von 0 EUR annimmt und der Account gelöscht werden kann.

9.6. AdBroker behält sich vor, gegen wegen Manipulation ausgeschlossene Publisher weitere rechtliche Schritte einzuleiten.

10. Wettbewerbs- und Umgehungsverbot

Es ist dem Publisher untersagt, während der Vertragslaufzeit und für den Zeitraum von 4 Monaten nach Beendigung des Vertragsverhältnisses selbst Vereinbarungen mit Werbekunden von AdBroker über die Schaltung von Werbung auf der/den Werbefläche/n zu treffen. Dies gilt insbesondere für Werbekunden, für die AdBroker Werbung auf der Webseite des Publishers ausgeliefert hat oder für Informationen über Werbekunden, die der Publisher aus dem Vertragsverhältnis mit AdBroker gewonnen hat.
Bei schuldhaftem Verstoß des Publishers gegen diese Regelung verwirkt er eine Vertragsstrafe gemäß Ziff. 11.8.

11. Gewährleistung und Haftung, Vertragsstrafe

11.1. AdBroker wird seinen Dienst im Rahmen seiner technischen Möglichkeiten betreiben. Eine Zusicherung irgendeiner Art in Bezug auf die Webseiten der Publisher und Advertiser oder die fehler- und unterbrechungsfreie Auslieferung von Werbemitteln kann nicht gegeben werden.

11.2. Für Verstöße von AdBroker oder seiner gesetzlichen Vertreter oder Erfüllungs- bzw. Verrichtungsgehilfen gegen vertragliche Vereinbarungen bzw. Festlegungen in diesen Allgemeinen Geschäftsbedingungen haftet AdBroker nur bei Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit auf Schadensersatz. Dies betrifft nicht die Haftung von AdBroker für Schäden aus der Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit.

11.3. Die Haftung von AdBroker ist in jedem Fall der Höhe nach auf den Betrag begrenzt, der sich für die Zeit der Vertragsverletzung nach den durchschnittlichen monatlichen Provisionen des Publishers bzw. des Advertisers innerhalb der letzten 6 Monate bemisst, soweit der Schaden nicht aus der Verletzung vertragswesentlicher Pflichten resultiert.

11.4. Ferner haftet AdBroker nicht für evtl. entgangene Einnahmen oder Provisionen, die durch technische oder andere Mängel entstanden sind und die nicht dem Verantwortungsbereich von AdBroker entstammen.

11.5. AdBroker übernimmt keinerlei Haftung für die durch AdBroker vermarkteten Webseiten oder die durch AdBroker geschaltete Werbung. Für die Inhalte der Webseiten ist allein der jeweilige Publisher bzw. für die Inhalte der Werbung ist ausschließlich der jeweilige Advertiser verantwortlich. Die Tatsache, dass die Vermittlung, Schaltung und Abrechnung durch AdBroker erfolgt, begründet keinerlei Ansprüche – auch nicht Dritter – gegen AdBroker oder Rechtsverbindlichkeiten von AdBroker gegenüber Dritten.

11.6. Der Publisher stellt AdBroker von Ansprüchen Dritter frei, die durch eine Pflichtverletzung des Publishers, Verletzung von Rechten Dritter und/oder Gesetzes-/Vertragsverletzungen durch den Publisher oder dessen Erfüllungs- bzw. Verrichtungshilfen begründet sind und gegen AdBroker geltend gemacht werden.

11.7. Der Advertiser stellt AdBroker von evtl. Ansprüchen Dritter frei, die aus der Werbung durch Verstöße gegen das Urheberrechtsgesetz, das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb, das Markengesetz und andere den fairen Wettbewerb und das Vermögen anderer schützende Vorschriften oder gegen sonstiges geltendes Recht entstehen und gegenüber AdBroker geltend gemacht werden.

11.8. Für den Fall, dass der Publisher schuldhaft gegen Ziff. 3.8., 4.2., 4.4., 4.6., 9. und/oder 10. dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen verstößt, wird eine Vertragsstrafe in Höhe des Fünffachen des durchschnittlichen Verdienstes der letzten drei Monate vor dem Verstoß, höchstens aber 5.000 EUR fällig.

Erfüllt der Publisher seine Verpflichtungen aus Ziff. 3.7. nicht ordnungsgemäß und wird deshalb eine rückwirkende Umstellung der dem Publisher bereits erteilten Abrechnungen durch AdBroker nötig, wird eine Vertragsstrafe in Höhe von 25 EUR je umzustellender Abrechnung fällig.

Verstößt der Advertiser schuldhaft gegen Ziff. 5.3. dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen, wird eine Vertragsstrafe in Höhe des Fünffachen der durchschnittlich in den letzten drei Monaten vor dem Verstoß an AdBroker gezahlten Provision, höchstens aber 5.000 EUR fällig.

Die Vertragsstrafe wird auf etwaige Schäden, die AdBroker infolge des Vertragsverstoßes erleidet, nicht angerechnet.

12. Laufzeit und Vertragsende, ordentliche Kündigung

12.1. Der Vertrag wird auf unbestimmte Zeit geschlossen.

12.2. Jede Vertragspartei kann das Vertragsverhältnis ordentlich unter Einhaltung einer Frist von 1 Woche zum Monatsende kündigen.

12.3. Bei Kündigung des Vertragsverhältnisses zwischen Publisher und AdBroker gemäß Ziff. 13.2. findet die Auszahlung des noch auf dem AdBroker-Konto des Publishers vorhandenen Guthabens nach Maßgabe der Ziff. 6. unter Beachtung der Grenze von 25 EUR statt. Eventuell nach dem Zeitpunkt des Wirksamwerdens der Kündigung anfallende Provisionen werden nicht mehr an den Publisher ausgezahlt.

12.4. Die Kündigung einer Kampagne eines Advertisers bedeutet nicht die Kündigung der Zusammenarbeit des Advertisers mit AdBroker. Der Advertiser kann über die Kündigung hinaus weitere Kampagnen bei AdBroker betreiben, fortsetzen oder neue Kampagnen beantragen.

12.5. Die Kündigung einer Webseite eines Publishers bedeutet nicht die Kündigung der Zusammenarbeit des Publishers mit AdBroker. Der Publisher kann über die Kündigung hinaus weitere Webseiten bei AdBroker anmelden, vermarkten lassen oder neue Webseiten beantragen.

13. Außerordentliche Kündigung

13.1. Jeder Vertragspartner ist zur außerordentlichen Kündigung des Vertrags berechtigt, wenn ein wichtiger Grund hierfür vorliegt. Ein wichtiger Grund ist insbesondere gegeben, wenn

a. Publisher gegen Ziff. 3.8. und/oder Advertiser gegen Ziff. 5.3. verstoßen;

b. ein Verstoß gegen Ziff. 9. feststeht;

13.2. Im Falle der Ziff. 13.1. lit. a. und b. kann die Kündigung sofort und fristlos erfolgen. In den übrigen Fällen hat der Kündigende dem anderen Teil vor Ausspruch der Kündigung und unter Setzung einer angemessenen Frist Gelegenheit zu geben, den Verstoß abzustellen.

14. Aufrechnung, Zurückbehaltung, Abtretung von Forderungen

14.1. Ein Recht zur Aufrechnung oder Zurückbehaltung steht dem Vertragspartner nur bei unbestrittenen oder rechtskräftig festgestellten Gegenforderungen zu.

14.2. Der Vertragspartner darf Rechte aus dem mit AdBroker bestehenden Vertragsverhältnis nur nach vorheriger Zustimmung durch AdBroker auf Dritte übertragen.

15. Datenschutzbestimmungen

Mit seiner Anmeldung auf www.adbroker.de erklärt der Vertragspartner seine ausdrückliche Zustimmung, dass AdBroker nach Maßgabe dieser Ziff. 16. die genannten Daten unter Beachtung bestehender Datenschutzbestimmungen sowie insbesondere wettbewerbsrechtlicher und sonstiger zum Schutz von Geschäfts- und Betriebsgeheimnissen bestehender Vorschriften vom Vertragspartner erheben, in eigenen Datenverarbeitungsanlagen speichern und verwenden darf.

15.1. AdBroker erhebt im Rahmen der Geschäftsbeziehung folgende Daten der Vertragspartner:

- Username, Passwort
- Vorname, Nachname, Firma
- Anschrift, PLZ, Ort, Land
- Telefon, Fax, Handy, E-Mail
- Bankverbindung, Steuernummer, Umsatzsteuer-ID

15.2. Die gemäß Ziff. 15.1. erhobenen Daten werden ausschließlich von AdBroker gespeichert und verwendet. Eine Verwendung der Daten durch von AdBroker beauftragte Unternehmen oder eine Weitergabe der Daten an andere Dritte erfolgt nur, wenn der Vertragspartner dem ausdrücklich und durch separate Erklärung zustimmt.

15.3. **Der Vertragspartner stimmt weiterhin ausdrücklich zu, dass AdBroker den Vertragspartner in der Werbung oder gegenüber Dritten als Referenzadresse benennen kann.**

15.4. Dem Vertragspartner ist nicht gestattet, Daten, die im Zusammenhang mit seinem Vertragsverhältnis mit AdBroker stehen, Dritten gegenüber preis zu geben. Dies betrifft insbesondere statistische Daten, geleistete Provisionen, geschaltete Kampagnen oder Zahlungsvorgänge.

16. Schriftform

16.1. Sämtliche vertragliche Vereinbarungen sowie Änderungen und/oder Nebenabreden zwischen AdBroker und dem Vertragspartner, inklusive des Verzichts auf die Schriftform bedürfen zu ihrer Wirksamkeit der Schriftform, es sei denn, es ist individualvertraglich bzw. in diesen Allgemeinen Geschäftsbedingungen eine von der gesetzlichen Schriftform abweichende Form zugelassen. Mündliche Nebenabreden werden nicht getroffen.

16.2. Im Rahmen des Vertragsverhältnisses erforderliche Benachrichtigungen oder Mitteilungen an die Vertragspartner haben schriftlich zu erfolgen, es sei denn, es ist individualvertraglich bzw. in diesen Allgemeinen Geschäftsbedingungen eine von der gesetzlichen Schriftform abweichende Form zugelassen.

17. Erfüllungsort und Gerichtsstand, anwendbares Recht

17.1. Erfüllungsort ist Berlin.

17.2. Gerichtsstand für alle Streitigkeiten aus oder im Zusammenhang mit den zwischen dem Vertragspartner und AdBroker geschlossenen Verträgen – einschließlich Ansprüchen aus unerlaubter Handlung – ist Berlin.

17.3. Anwendbares Recht ist ausschließlich das Recht der Bundesrepublik Deutschland. Die Anwendung des UN-Kaufrechts wird ausdrücklich ausgeschlossen.

18. Schlussbestimmungen

Sollten eine oder mehrere Bestimmungen der zwischen AdBroker und dem Vertragspartner geschlossenen Verträge bzw. dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen unzulässig oder unwirksam sein oder werden, berührt dies nicht die Wirksamkeit der Verträge bzw. dieser Bedingungen im Übrigen. Anstelle der unzulässigen oder unwirksamen Bestimmung gilt vielmehr eine rechtlich zulässige und wirksame, die dem mit der unwirksamen Bestimmung von den Vertragspartnern beabsichtigten Erfolg wirtschaftlich am nächsten kommt.
Entsprechendes gilt für die Ausfüllung etwaiger Vertragslücken.