



## Allgemeine Geschäftsbedingungen der YOC Mobile Advertising GmbH

### A) Allgemeine Geschäftsbedingungen für Werbungtreibende (Advertiser)

#### **1. Geltungsbereich und Definitionen**

1.1 Im Folgenden werden die AGB zur Vermarktung von Werbeflächen über das YOC Premium Netzwerk und/oder Performance Netzwerk-Kampagnen zwischen der YOC Mobile Advertising GmbH (nachfolgend „YOC“) und Agenturen sowie Direktkunden (nachfolgend „Advertiser“), welche Werbekampagnen auf mobilen Endgeräten, d.h. mobilen Internetseiten (nachfolgend „Websites“) bzw. Anwendungen (nachfolgend „Apps“) platzieren wollen, definiert.

Die AGB gelten für sämtliche Vereinbarungen zwischen YOC und dem Advertiser über die Erbringung der beauftragten Werbeleistungen. Zwischen den Parteien individuell getroffene schriftliche Vereinbarungen genießen jedoch Vorrang gegenüber diesen AGB. Der Einbeziehung von allgemeinen Geschäftsbedingungen des Advertisers wird hiermit widersprochen.

YOC ist unabhängiger Digitalvermarkter mit Fokus auf die Vermarktung mobiler Websites und Apps. Dabei konzentriert sich YOC mit eigenen Werbeformaten (AdFormaten) auf den Bereich Branding Advertising und die hochpreisige Reichweitenvermarktung im Bereich „Programmatic“.

Innerhalb der YOC-Gruppe tritt die YOC Mobile Advertising GmbH als eigenständiger mobiler Vermarkter auf.

1.2 Es gelten für die Anwendung und Auslegung die nachfolgenden Definitionen:

#### a) Publisher

Der Publisher ist ein Unternehmen, das eine bzw. mehrere mobile Webseiten und/oder mobile Applikationen betreibt und Werbeplätze in diese integriert, um das sich aus der Nutzung ergebende Werbeinventar zur Finanzierung der bereitgestellten Inhalte und Services über die Plattformen von YOC zu verkaufen.

#### b) Advertiser

Der Advertiser ist ein Unternehmen, das mobiles Werbeinventar über YOC zur Bewerbung von eigenen Marken, Produkten, Services oder mobilen Applikationen unter Verwendung unterschiedlicher Abrechnungsmodelle einkauft.

#### c) Vertragspartner

Vertragspartner von YOC sind sowohl Publisher als auch Advertiser.

#### d) Werbemittel

Jede Form von Werbeformaten (z.B. Banner u.ä.), die der Advertiser zu Werbezwecken YOC zur Verfügung stellt.



#### e) Ad Impressions (CPM-Abrechnungsmodell)

Das CPM-Abrechnungsmodell steht für Cost-per-Thousand-Impressions (1.000 Werbemittel-einblendungen (engl.: Ad Impressions) entsprechen Tausend Sichtkontakten) und definiert, welcher Geldbetrag an YOC bezahlt werden muss, um 1.000 Personen einer Zielgruppe per Sichtkontakt zu erreichen.

#### f) Clicks (CPC-Abrechnungsmodell)

Das CPC-Abrechnungsmodell steht für Cost-per-Click und ist ein erfolgsabhängiges Abrechnungsverfahren: Der Advertiser bezahlt je Klick auf eine von ihm bei YOC eingekaufte mobile Werbekampagne einen festgelegten Geldbetrag.

#### g) Installs (CPI-Abrechnungsmodell)

Das CPI-Abrechnungsmodell steht für Cost-per-Install und ist ebenfalls ein leistungsbezogenes Abrechnungsmodell: Der Advertiser bezahlt an YOC je in einem App-Store heruntergeladene und installierte mobile Applikation einen festgelegten Geldbetrag.

## **2. Leistungen**

2.1 Durch die auf den von YOC betriebenen Plattformen registrierten Websites und Apps der Publisher-Partner bietet YOC Advertisern die Möglichkeit, ihre Produkte, Dienstleistungen und Apps zu vermarkten. Dazu kann sich der Advertiser mit den jeweils zu vermarktenden Produkten in einzelne Websites, Partner-Netzwerke oder Apps einbuchen.

2.2 YOC bietet Advertisern die gesamte Bandbreite an Native-, Video-, HTML5- sowie interaktive Rich Media Anzeigen. Durch die gezielte Verknüpfung von Branding- und Performance-Elementen liefert YOC einzigartige Mediaservices für Mobile Advertising Kampagnen der Advertiser. Durch eine enge Kooperation der Partner werden für Advertiser individuelle Kundenlösungen, wie zum Beispiel Sonderintegrationen, entwickelt.

2.3 YOC wird bei Advertiser-Buchungen die hierüber vermittelten Clicks (CPC-Abrechnungsmodell), Werbemittelinblendungen / Ad Impressions (CPM-Abrechnungsmodell) bzw. Installs (CPI-Abrechnungsmodell) und (falls möglich) die bei der Bewerbung vermittelten Abschlüsse aufzeichnen. Nach Ablauf der jeweils vereinbarten Kampagne erfolgt gegenüber dem Advertiser ein entsprechendes Abschluss-Reporting, welches alle entsprechenden Daten während der Kampagne auflistet.

2.4 Ein bestimmter, mit der Teilnahme an den von YOC angebotenen Leistungen verbundener Werbeerfolg wird dem Advertiser nicht zugesichert.

2.5 Zwischen den Parteien kann im Übrigen für CPC-Kampagnen eine feste Anzahl von Clicks während eines festen Zeitraums vertraglich als Zielgröße vereinbart werden, für CPM-Kampagnen analog dazu eine feste Anzahl von AIs und für CPI-Kampagnen analog dazu eine feste Anzahl von Installs.

2.6 Zur Leistungserbringung ist YOC berechtigt, falls notwendig, zusätzliche Reichweite bei Dritten zu erwerben.



### **3. Vertragsschluss**

3.1 Vertragsberechtigt sind juristische und natürliche Personen. Der Vertragsschluss mit einer natürlichen Person setzt die Volljährigkeit und unbeschränkte Geschäftsfähigkeit des Advertisers voraus.

3.2 Ein gültiger Vertrag kommt erst mit schriftlicher Auftragsbestätigung seitens YOC (E-Mail und Fax wahren die Schriftform), oder mit Abschluss eines schriftlichen Vertrages zustande. Mündliche oder fernmündliche Vereinbarungen bedürfen zu ihrer Wirksamkeit der Schriftform (E-Mail und Fax wahren die Schriftform).

3.3 Alternativ ermöglicht YOC Advertisern über automatisierte Handelsplattformen bzw. Schnittstellen Werbeinventar einzubuchen. Hierbei begründet jede einzelne Inanspruchnahme des Werbeinventars ein Vertragsverhältnis zwischen YOC und den Advertisern.

### **4. Rechte und Pflichten des Advertisers**

4.1 Der Advertiser ist verpflichtet, die vereinbarten Werbemittel rechtzeitig, spätestens jedoch drei Werktage vor vereinbartem Schaltungsbeginn in dem vereinbarten Werbeformat an YOC zu übermitteln. Sollte es sich um spezielle Werbemittel handeln, ist YOC berechtigt, einen früheren Liefertermin zu verlangen.

Die übermittelten Werbemittel müssen frei von Viren oder sonstigen Schadensquellen sein.

4.2 Der Advertiser garantiert die Rechtmäßigkeit der Werbemittel und der Websites, auf die die Werbemittel verlinken. Die Rechtmäßigkeit richtet sich nach deutschem Recht. Ergeben sich Anhaltspunkte dafür, dass die Inhalte der Werbemittel und/oder Websites, auf die verlinkt wird, auch Bestimmungen einer oder mehrerer anderer Rechtsordnungen unterliegen, bestimmt sich die Rechtmäßigkeit auch danach.

Der Advertiser sichert zu, dass die Inhalte der Werbemittel und der Websites, auf die sie verlinken, nicht gegen Gesetze, behördliche Bestimmungen oder die guten Sitten verstoßen, insbesondere nicht gegen die Bestimmungen des Strafgesetzbuches (StGB), des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG), des Telemediengesetzes (TMG), gegen die Preisangabenverordnung (PAngV) sowie gegen spezifische Gesetze wie beispielsweise das Heilmittelwerbegesetz (HWG).

Der Advertiser sichert darüber hinaus zu, dass die Werbemittelinhalte und/oder Websites, auf die sie verlinken, keinerlei rechtswidrige Inhalte enthalten.

4.3 Der Advertiser gewährleistet durch Übermittlung beziehungsweise zur Verfügungsstellung der Werbemittel die inhaltliche Richtigkeit dieser. Darüber hinaus haben Advertiser die Mitwirkungspflicht, Änderungen oder Modifikationen der Werbekampagne generell vor Beginn der Kampagnenlaufzeit zu reklamieren.



## **5. Einräumung von Nutzungsrechten**

5.1 Der Advertiser räumt YOC ein einfaches, nicht-ausschließliches, übertragbares, nach Abrufmengen unbeschränktes, weltweites, auf die Laufzeit des Vertrages zeitlich beschränktes sowie inhaltlich auf den Vertragszweck begrenztes Nutzungsrecht an den zur Verfügung gestellten Werbemittel- bzw. Werbekampagneninhalten ein.

Die Rechteeinräumung umfasst die erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs- und Leistungsschutz- und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Veröffentlichung, Vervielfältigung und/oder Verbreitung, zur öffentlichen Wiedergabe, zur Sendung oder Vorführung, zur Archivierung, zur öffentlichen Zugänglichmachung sowie Bearbeitung des Werbemittels oder der Werbekampagne, soweit dies zur Durchführung des Vertrages erforderlich ist.

5.2 YOC ist darüber hinaus berechtigt, den Advertiser als Referenz für Pressemitteilungen und Public Relations Maßnahmen, unter Wahrung der Marke oder der sonstigen gewerblichen Schutzrechte des Publishers, zu nutzen. Dies umfasst auch die Nutzung als Referenz auf der YOC Homepage oder innerhalb von Kundenpräsentationen (z.B. die Verwendung der Marke, des Logos oder sonstiger gewerblicher Schutzrechte zur Kommunikation und/oder im Header einer Landingpage) und die Nutzung von Screenshots der Werbemittel beziehungsweise Werbekampagne.

5.3 Den Parteien werden, vorbehaltlich der hierin ausdrücklich eingeräumten Rechte, keine weiteren Rechte gleich welcher Art, insbesondere an Marken, Unternehmenskennzeichen, Personennamen, Urheberrechten, und/oder sonstigen gewerblichen Schutzrechten eingeräumt.

5.4 Beide Parteien tragen die alleinige Verantwortung für die Zulässigkeit und inhaltliche Richtigkeit der von ihnen im Rahmen eines Vertrages zu erbringenden Inhalte und Darstellungen. Wird eine Partei von Dritten wegen der Verletzung von Rechten und/oder Rechtsvorschriften aufgrund von Handlungen in Anspruch genommen, die zu der Sphäre der jeweils anderen Partei gehören, stellt die Partei, zu deren Verantwortungsbereich die fragliche Handlung gehört, die in Anspruch genommene Partei von allen Ansprüchen und/oder daraus entstehenden Schäden frei.

Davon erfasst sind auch die angemessenen üblichen Kosten der Rechtsverteidigung in Höhe der gesetzlich anfallenden Gebühren. Beide Parteien sind verpflichtet, sich gegenseitig bei der Abwehr derartiger Ansprüche zu unterstützen und im Falle eines möglichen Regresses gegen die andere Partei dieser durch eine vollständige Information über den bestehenden Rechtsstreit die Gelegenheit zur Abwehr der entsprechenden Ansprüche zu geben.

## **6. Vergütung**

6.1 YOC erhält vom Advertiser eine Vergütung für gültige, durch YOC vermittelte Clicks (CPC), Werbemittelinblendungen / Ad Impressions (CPM) bzw. Installs (CPI), berechnet auf Basis von Reportings. Alternativ kann YOC Advertiser einen Zugang zum YOC Publisher-Frontend (Reporting Tool) zu Verfügung stellen. YOC übermittelt dem Advertiser in der Regel nach Kampagnenende oder im vereinbarten regelmäßigen Zeitraum ein entsprechendes Reporting, aus dem sich für die erfolgte Werbeschaltung die Auslieferung der Werbemittel ergibt.



Das YOC Kampagnenreporting ist die maßgebliche Abrechnungsgrundlage für die Rechnungsstellung, wie viele Clicks und/oder Werbemittleinblendungen / Ad Impressions beziehungsweise Installs vermittelt worden sind. Die Anwendung eigener Tracking-Systeme des Advertisers sind erlaubt, deren Auswertung ist aber nicht vergütungsrelevant.

6.2 Die Rechnungsstellung durch YOC erfolgt je nach Vereinbarung bei Kampagnenstart oder zum Monatsanfang für den Vormonat auf Grundlage der erfolgten Clicks, Als, Installs etc. Sollte die Kampagne vor dem Monatsende beendet werden, wird die Rechnung unverzüglich erstellt.

6.3 Rechnungen von YOC sind vorbehaltlich anderslautender Vereinbarungen innerhalb von zehn Tagen nach Erhalt der Rechnung auf das von YOC angegebene Bankkonto zu überweisen. Kommt der Advertiser seiner Pflicht zur rechtzeitigen Zahlung nicht nach, hat YOC das Recht, Verzugszinsen in Höhe von acht Prozentpunkten über Basiszinssatz zu erheben. Weitere Rechte von YOC bleiben unberührt.

6.4. Anderes gilt nur, wenn die Parteien Vorauszahlung vereinbart haben. YOC behält sich das Recht vor, von Advertisern mit Sitz im Ausland Vorauszahlung zu verlangen. Gleiches gilt für Advertiser, bei denen das Ergebnis einer Bonitätsprüfung, die sich YOC ausdrücklich vorbehält, für eine Vorauszahlung spricht.

6.5 Sofern vereinbart, wird bei Agenturbuchungen für nachgewiesene Agenturtätigkeit und Fakturierung an die Agentur ein entsprechender Rabatt (Agenturprovision) in der vereinbarten Höhe gewährt. Werbeagenturen und Werbevermittler sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit ihren Kunden an die mit YOC vereinbarten Preise zu halten.

Mündliche oder fernmündliche Vereinbarungen bedürfen zu ihrer Wirksamkeit der Schriftform (E-Mail und Fax wahren die Schriftform).

6.6 Anfallende Kosten für eine individuell vereinbarte Erstellung von zusätzlichen Werbemitteln und/oder Landingpages sowie für sonstige vereinbarte Leistungen sind in der Vergütung gemäß Ziffer 6.1 nicht enthalten und werden gesondert berechnet.

6.7 Sofern der Advertiser innerhalb von vier Wochen nach Zugang der Rechnung keine Einwände erhebt, gilt diese als anerkannt.

## **7. Laufzeit und Kündigung**

7.1 Die Vereinbarung zwischen YOC und dem Advertiser wird jeweils für die vereinbarte Laufzeit der Kampagne abgeschlossen. Sofern der Advertiser während einer laufenden Kampagne mit YOC eine Nachbuchung vereinbart, verlängert sich die Kampagne entsprechend um den vereinbarten Nachbuchungszeitraum.

7.2 Für den Fall, dass während des vereinbarten Zeitraums die Anzahl der ggf. als Zielgröße vereinbarten Mengen gemäß Ziffer 2.4 nicht erreicht wird, hat YOC in Abstimmung mit dem Advertiser



ein Recht zur Nachlieferung, d.h. die Laufzeit einer Kampagne verlängert sich solange, bis die vereinbarte Zielgröße erreicht wurde.

## **8. Stornierung**

8.1 Der Advertiser kann eine Kampagnenschaltung bis zu sechs Arbeitstage vor vereinbartem Kampagnenstart kostenfrei stornieren. Bei einer Stornierung innerhalb von fünf Arbeitstagen vor Schaltungsbeginn stellt YOC dem Advertiser 50% des stornierten Auftragsvolumens, bei Festplatzierungen 100% des stornierten Auftragsvolumens in Rechnung.

8.2 Etwaige vom Advertiser beauftragte Zusatzleistungen, wie z.B. die Erstellung von mobilen Landingpages, Werbemitteln oder kampagnenbegleitenden Marktforschungen werden vollständig in Rechnung gestellt.

## **9. Haftung**

9.1 Die Parteien haften nur für grob fahrlässig oder vorsätzlich von ihnen, ihren gesetzlichen Vertretern oder ihren Erfüllungsgehilfen herbeigeführte Schäden. Für einfache Fahrlässigkeit haften die Parteien nur im Falle der Verletzung vertragswesentlicher Pflichten, von Leben, Körper oder Gesundheit einer Person und bei Ansprüchen nach dem Produkthaftungsgesetz.

## **10. Verschwiegenheit**

10.1 Die Vertragsparteien verpflichten sich zur Einhaltung strikter Vertraulichkeit hinsichtlich aller Informationen, die eine Vertragspartei schriftlich, mündlich oder in anderer Form im Zusammenhang mit der Verhandlung und der Durchführung dieses Vertrags von der anderen Vertragspartei erhält, insbesondere, aber nicht beschränkt auf Dokumente, Entwürfe, Pläne, Daten, Know-how und jede andere Form von Geschäftsgeheimnissen. Als Dritte im Sinne dieser Vorschriften gelten nicht die verbundenen Unternehmen der Vertragsparteien im Sinne der §§ 15ff. AktG.

10.2 Die Vertragsparteien werden diese Informationen ausschließlich zu dem Zwecke benutzen, die Verpflichtungen gemäß diesem Vertrag zu erfüllen. Die Vertragsparteien sind verpflichtet, in geeigneter Weise auch ihre Mitarbeiter (einschließlich der Mitarbeiter verbundener Unternehmen im Sinne der §§ 15 ff. AktG) und weitere Personen, die mit diesem Vertrag und seiner Abwicklung befasst sind, auf die Einhaltung dieser Vertraulichkeit zu verpflichten.

10.3 Die Vertraulichkeitsverpflichtung entfällt, wenn eine Vertragspartei nachweist, dass eine bestimmte Information ihr bereits bekannt war, bevor die Zusammenarbeit mit der anderen Vertragspartei begonnen wurde, wenn eine Vertragspartei diese Information von einer anderen dazu berechtigten dritten Partei erhalten hat oder die Information allgemein zugänglich war, ohne dass die Vertragspartei für diese allgemeine Zugänglichkeit verantwortlich ist.

10.4 Die Vertraulichkeitsverpflichtung gilt auch nach Beendigung der Zusammenarbeit fort.



## **11. Schlussbestimmungen**

11.1 Sollten einzelne Bestimmungen der AGB ganz oder teilweise unwirksam sein oder eine Lücke enthalten, bleibt die Wirksamkeit der übrigen Bestimmungen oder Teile solcher Bestimmungen unberührt. Die entsprechenden Abschnitte werden durch eine Regelung ersetzt, die den wirtschaftlichen Absichten der Parteien am nächsten kommt.

11.2 Es gilt ausschließlich das Recht der Bundesrepublik Deutschland.

11.3 Nebenabreden bedürfen zu ihrer Wirksamkeit der Schriftform.

11.4 Gerichtsstand für alle Verpflichtungen oder Streitigkeiten aus dem Vertrag ist Berlin.

**Berlin, 15. Februar 2016**



## **B) Allgemeine Geschäftsbedingungen für Publisher**

### ***1. Geltungsbereich und Definitionen***

1.1 Im Folgenden werden die AGB zur Vermarktung von Werbeflächen zwischen der YOC Mobile Advertising GmbH (nachfolgend „YOC“) und dem Vertragspartner, der YOC mit der Vermarktung von Werbeflächen auf seinen zur Darstellung auf mobilen Endgeräten betriebenen mobilen Internetseiten (nachfolgend „Websites“) bzw. Anwendungen (nachfolgend „Apps“) beauftragt (nachfolgend „Publisher“), definiert.

Zwischen den Parteien individuell getroffene schriftliche Vereinbarungen genießen jedoch Vorrang gegenüber diesen AGB. Der Einbeziehung von allgemeinen Geschäftsbedingungen des Publishers wird hiermit widersprochen.

YOC ist ein unabhängiger Digitalvermarkter mit Fokus auf die Vermarktung mobiler Websites und Apps. Dabei konzentriert sich YOC mit eigenen Werbeformaten (AdFormaten) auf den Bereich Branding Advertising und die hochpreisige Reichweitenvermarktung im Bereich „Programmatic“.

Innerhalb der YOC-Gruppe tritt die YOC Mobile Advertising GmbH als eigenständiger mobiler Vermarkter auf.

1.2 Es gelten für die Anwendung und Auslegung des Vertrages nachfolgende Definitionen:

#### ***a) Publisher***

Der Publisher ist ein Unternehmen, das eine bzw. mehrere mobile Webseiten und/oder mobile Applikationen betreibt und Werbeplätze in diese integriert, um das sich aus der Nutzung ergebende Werbeinventar zur Finanzierung der bereitgestellten Inhalte und Services über die Plattformen von YOC zu verkaufen.

#### ***b) Advertiser***

Der Advertiser ist ein Unternehmen, das mobiles Werbeinventar über YOC zur Bewerbung von eigenen Marken, Produkten, Services oder mobilen Applikationen unter Verwendung unterschiedlicher Abrechnungsmodelle einkauft.

#### ***c) Vertragspartner***

Vertragspartner von YOC sind sowohl Publisher als auch Advertiser.

#### ***d) Werbemittel***

Jede Form von Werbeformaten (z.B. Banner u.ä.), die der Advertiser zu Werbezwecken YOC zur Verfügung stellt.

#### ***e) Ad Impressions (CPM-Abrechnungsmodell)***

Das CPM-Abrechnungsmodell steht für Cost-per-Thousand-Impressions (1.000 Werbemittelnblendungen (engl.: Ad Impressions) entsprechen Tausend Sichtkontakten) und definiert, welcher Geldbetrag an YOC bezahlt werden muss, um 1.000 Personen einer Zielgruppe per Sichtkontakt zu erreichen.





#### f) Clicks (CPC-Abrechnungsmodell)

Das CPC-Abrechnungsmodell steht für Cost-per-Click und ist ein erfolgsabhängiges Abrechnungsverfahren: Der Advertiser bezahlt je Klick auf eine von ihm bei YOC eingekaufte mobile Werbekampagne einen festgelegten Geldbetrag.

#### g) Installs (CPI-Abrechnungsmodell)

Das CPI-Abrechnungsmodell steht für Cost-per-Install und ist ebenfalls ein leistungsbezogenes Abrechnungsmodell: Der Advertiser bezahlt an YOC je in einem App-Store heruntergeladene und installierte mobile Applikation einen festgelegten Geldbetrag.

## **2. Leistungen**

2.1 Als Mobile Advertising Spezialist übernimmt YOC die komplette Vermarktung der Werbeflächen auf Mobile Websites oder Apps - für Smartphones oder Tablets. Mit der All-in-One Lösung von YOC bündeln Publisher unterschiedliche Umsatzkanäle für die optimale Monetarisierungsstrategie. Im Rahmen der Vermarktung ist YOC berechtigt, in eigenem Namen und auf eigene Rechnung Aufträge über Werbeschaltungen mit Advertisern abzuschließen und abzuwickeln.

YOC ist in der Gestaltung der Preise und Vertragsbedingungen gegenüber Advertisern frei.

2.2 Es liegt im Interesse von YOC, dass die geschaltete Werbung dem Image des Partners und der mobilen Werbeflächen entspricht. Werbung mit strafrechtlich, jugendschutzrechtlich oder ethisch-moralisch bedenklichen Inhalten ist grundsätzlich ausgeschlossen.

2.3 YOC übermittelt dem Publisher eine technische Dokumentation zur Umsetzung der Integration und leistet hierbei angemessene Hilfestellung zur technischen Anbindung.

2.4 YOC sorgt gegenüber dem Publisher für das Management der Integration einschließlich des Kampagnen-Managements.

2.5 Zur Leistungserbringung ist YOC berechtigt, falls notwendig, Dritte als Leistungserbringer einzusetzen.

## **3. Vertragsschluss**

3.1 Vertragsberechtigt sind juristische und natürliche Personen. Der Vertragsschluss mit einer natürlichen Person setzt die Volljährigkeit und unbeschränkte Geschäftsfähigkeit des Publishers voraus.

3.2 Ein gültiger Vertrag kommt erst mit schriftlicher Auftragsbestätigung seitens YOC (E-Mail und Fax wahren die Schriftform), mit Abschluss eines schriftlichen Vertrages, oder mit erfolgter automatisierter Bereitstellung des Werbemittelinventars der Websites oder Apps der Publisher zustande.

Mündliche oder fernmündliche Vereinbarungen bedürfen zu ihrer Wirksamkeit der Schriftform (E-Mail und Fax wahren die Schriftform).



#### **4. Rechte und Pflichten des Publishers**

4.1 Der Publisher ist für die technische Durchführung der Integration verantwortlich. Der Publisher verantwortet die volle Funktionsfähigkeit und fehlerfreie Darstellung der zu vermarktenden Werbeformate.

4.2 YOC greift auf das Inventar der Publisher über eine direkte Integration oder über Drittanbieter (z.B. Adserver-Anbindung oder Yield Optimizing-Lösung) zu. Die Kosten eventueller Drittanbieter trägt der Publisher.

4.3 Der Publisher bestätigt und gewährleistet mit Unterzeichnung eines Vertrages, dass er sämtliche erforderlichen Nutzungsrechte der Inhaber von Urheber-, Leistungsschutz-, Marken-, und sonstigen Rechten an seinen Apps oder Websites und den darin dargestellten Inhalten erworben hat.

Ferner garantiert der Publisher, dass die Inhalte seiner Apps oder Websites nicht gegen geltendes Recht verstoßen.

4.4 Darüber hinaus verpflichtet sich der Publisher, auf Gewaltdarstellungen, sexuelle oder pornographische Inhalte oder diskriminierende Aussagen oder Darstellungen hinsichtlich Rasse, Geschlecht, Religion, Nationalität, Behinderung, sexueller Neigungen oder Alter zu verzichten.

4.5 Der Publisher hat sicherzustellen, dass weder durch ihn selbst noch durch Dritte ungültige Clicks oder Werbemittleinblendungen / Ad Impressions erzeugt werden. Beispiele hierfür sind wiederholte manuelle Clicks oder die Verwendung von Robotern, automatisierten Click-Werkzeugen oder anderer irreführender Software. Bei begründetem Verdacht auf schuldhafte Verstöße gegen das Verbot unzulässiger Praktiken hat YOC das Recht, die entsprechende Vergütung des Publishers bis zur Klärung des Sachverhalts zurückzuhalten.

#### **5. Einräumung von Nutzungsrechten**

5.1 YOC ist berechtigt, den Publisher als Referenz für Pressemitteilungen und Public Relations Maßnahmen, unter Wahrung der Marke oder der sonstigen gewerblichen Schutzrechte des Publishers, zu nutzen. Dies umfasst auch die Nutzung als Referenz auf der YOC Homepage oder innerhalb von Kundenpräsentationen (z.B. die Verwendung der Marke, des Logos oder sonstiger gewerblicher Schutzrechte zur Kommunikation und/oder im Header einer Landingpage) und die Nutzung von Screenshots der App oder Website.

5.2 Den Parteien werden, vorbehaltlich der hierin ausdrücklich eingeräumten Rechte, keine weiteren Rechte gleich welcher Art, insbesondere an Marken, Unternehmenskennzeichen, Personennamen, Urheberrechten, und/oder sonstigen gewerblichen Schutzrechten eingeräumt.

5.3 Beide Parteien tragen die alleinige Verantwortung für die Zulässigkeit und inhaltliche Richtigkeit der von ihnen im Rahmen eines Vertrages zu erbringenden Inhalte und Darstellungen. Wird eine Partei von Dritten wegen der Verletzung von Rechten und/oder Rechtsvorschriften aufgrund von Handlungen in Anspruch genommen, die zu der Sphäre der jeweils anderen Partei gehören, stellt die Partei, zu deren Verantwortungsbereich die fragliche Handlung gehört, die in Anspruch genommene Partei von allen Ansprüchen und/oder daraus entstehenden Schäden frei.



Davon erfasst sind auch die angemessenen üblichen Kosten der Rechtsverteidigung in Höhe der gesetzlich anfallenden Gebühren. Beide Parteien sind verpflichtet, sich gegenseitig bei der Abwehr derartiger Ansprüche zu unterstützen und im Falle eines möglichen Regresses gegen die andere Partei dieser durch eine vollständige Information über den bestehenden Rechtsstreit die Gelegenheit zur Abwehr der entsprechenden Ansprüche zu geben.

## **6. Vergütung**

6.1 Sofern keine anderen Vereinbarungen schriftlich getroffen wurden, erhält der Publisher eine Vergütung, die sich nach der von YOC durch die entsprechenden Reportings ermittelten Anzahl der ordnungsgemäßen Clicks auf die Werbemittel, der Anzahl der gültigen Werbemittelinblendungen / Ad Impressions und/oder etwaigen anderen Handlungen, die im Zusammenhang mit der Anzeige der Werbemittel auf den Apps oder Websites des Publishers stehen, richtet. Alternativ kann YOC Publishern einen Zugang zum YOC Publisher-Frontend (Reporting Tool) zu Verfügung stellen.

Mündliche oder fernmündliche Vereinbarungen bedürfen zu ihrer Wirksamkeit der Schriftform (E-Mail und Fax wahren die Schriftform).

6.2 Die Erlös-Beteiligung des Publishers in Höhe von 50% wird aus den Netto-Erlösen jedes Werbekunden ermittelt und dem Publisher als Gutschrift zuzüglich Mehrwertsteuern weitergegeben. Dem Publisher ist bewusst, dass ausschließlich Erlöse berücksichtigt werden, die durch die Vermarktung durch YOC erzielt wurden.

Die Netto-Erlöse berücksichtigen Volumina-, Agentur-, sonstige Rabatte sowie sämtliche vertriebsbedingte Bestandteile und technische Kosten.

6.3 Sind mit einem Advertiser oder dessen Dienstleistern nachträgliche Rabatte vereinbart, d.h. Rückvergütungen, die in der Höhe am Anfang des Folgejahres ihrer Vereinbarung auf Grundlage der erzielten Jahresumsätze gemäß Agenturrahmenvereinbarungen berechnet werden, reduziert sich entsprechend die Erlös-Beteiligung der Publisher gemäß Ziff. 6.1.

6.4 YOC übermittelt dem Publisher jeden Monat einen detaillierten Report über die erzielten Netto-Erlöse, bis zum 21. des Folgemonats. Das Reporting ist die maßgebliche Berechnungsgrundlage für die Erstellung der Gutschrift durch YOC an den Publisher.

Die Auszahlung der Gutschriftsbeträge an Publisher erfolgt innerhalb von 30 Tagen nach Gutschriftserstellung, jedoch nicht vor Eingang der Zahlung des Advertisers.

6.5 Sofern der Publisher innerhalb von vier Wochen nach Zugang der Gutschrift keine Einwände erhebt, gilt diese als anerkannt.

6.6 Der Publisher ist berechtigt, eigene oder eigenakquirierte Werbung über die von YOC genutzten AdServing- und AdManagement-Systeme auf Ihren Seiten laufen zu lassen. Bei entsprechender Nutzung zahlt der Partner an YOC eine Vergütung in Höhe von 25% der Werbeumsätze.

Hierzu stellt YOC dem Publisher eine separate Rechnung im jeweiligen Folgemonat aus.



6.7 Die automatische Erzeugung von Views, Clicks, Leads oder Sales mittels technischer Vorrichtungen (auch Computerprogramme) sowie durch vorsätzliche bzw. arglistige Täuschung ist unzulässig. Solche unrechtmäßig erworbenen Vergütungsansprüche werden nachträglich durch YOC storniert.

## **7. Laufzeit und Kündigung**

7.1 Der Vertrag läuft bis auf weiteres unbefristet. Die Vertragspartner sind berechtigt, das Vertragsverhältnis mit einer Kündigungsfrist von drei Monaten zum Jahresende ohne Angabe von Gründen zu kündigen. Mündliche oder fernmündliche Vereinbarungen bedürfen zu ihrer Wirksamkeit der Schriftform (E-Mail und Fax wahren die Schriftform).

7.2 Das Recht zur Kündigung aus wichtigem Grund bleibt unberührt. Ein wichtiger Grund liegt insbesondere vor, wenn eine der Parteien wesentliche Vertragspflichten verletzt und diese Verletzungen nicht binnen einer Frist von vier Wochen nach schriftlicher Aufforderung zur Vertragserfüllung durch die jeweils andere Partei abstellt.

## **8. Haftung**

8.1 Die Parteien haften nur für grob fahrlässig oder vorsätzlich von ihnen, ihren gesetzlichen Vertretern oder ihren Erfüllungsgehilfen herbeigeführte Schäden. Für einfache Fahrlässigkeit haften die Parteien nur im Falle der Verletzung vertragswesentlicher Pflichten, von Leben, Körper oder Gesundheit einer Person und bei Ansprüchen nach dem Produkthaftungsgesetz.

## **9. Verschwiegenheit**

9.1 Die Vertragsparteien verpflichten sich zur Einhaltung strikter Vertraulichkeit hinsichtlich aller Informationen, die eine Vertragspartei schriftlich, mündlich oder in anderer Form im Zusammenhang mit der Verhandlung und der Durchführung dieses Vertrags von der anderen Vertragspartei erhält, insbesondere, aber nicht beschränkt auf Dokumente, Entwürfe, Pläne, Daten, Know-how und jede andere Form von Geschäftsgeheimnissen.

Als Dritte im Sinne dieser Vorschriften gelten nicht die verbundenen Unternehmen der Vertragsparteien im Sinne der §§ 15ff. AktG.

9.2 Die Vertragsparteien werden diese Informationen ausschließlich zu dem Zwecke benutzen, die Verpflichtungen gemäß diesem Vertrag zu erfüllen. Die Vertragsparteien sind verpflichtet, in geeigneter Weise auch ihre Mitarbeiter (einschließlich der Mitarbeiter verbundener Unternehmen im Sinne der §§ 15 ff. AktG) und weitere Personen, die mit diesem Vertrag und seiner Abwicklung befasst sind, auf die Einhaltung dieser Vertraulichkeit zu verpflichten.

9.3 Die Vertraulichkeitsverpflichtung entfällt, wenn eine Vertragspartei nachweist, dass eine bestimmte Information ihr bereits bekannt war, bevor die Zusammenarbeit mit der anderen Vertragspartei begonnen wurde, wenn eine Vertragspartei diese Information von einer anderen dazu



berechtigten dritten Partei erhalten hat oder die Information allgemein zugänglich war, ohne dass die Vertragspartei für diese allgemeine Zugänglichkeit verantwortlich ist.

9.4 Die Vertraulichkeitsverpflichtung gilt auch nach Beendigung eines Vermarktungsvertrages fort.

## **10. Schlussbestimmungen**

10.1 Erklärungen (z.B. Änderungen der AGB, Bestätigungs-E-Mails) können dem Publisher im elektronischen Verkehr (z.B. per E-Mail) zugehen. Diese gelten als zugegangen, wenn sie unter normalen Umständen in dem E-Mail-Postfach abrufbar sind, das der Publisher angegebenen hat.

10.2 Sollten einzelne Abschnitte der Allgemeinen Geschäftsbedingungen unwirksam (im Ganzen oder in Teilen) sein oder Regelungslücken enthalten, bleiben alle anderen Bestandteile davon unberührt. Die entsprechenden Abschnitte werden durch eine Regelung ersetzt, die den wirtschaftlichen Absichten der Parteien am nächsten kommt.

10.3 Anwendbar ist das Gesetz der Bundesrepublik Deutschland.

10.4 Gerichtsstand für alle Verpflichtungen oder Streitigkeiten aus dem Vertrag ist Berlin.

**Berlin, 15. Februar 2016**