

Allgemeine Geschäftsbedingungen zur Nutzung des Partnerprogramms der DGGS Deutsche Gesellschaft für Glücksspiel mbH

(gültig ab 01.03.2023)



1. Präambel

Die DGGS Deutsche Gesellschaft für Glücksspiel mbH (~~ehemals Mornov Betriebsgesellschaft mbH~~), Voßstraße 22, 40147 Berlin, Moritzstraße 23, 13597 Berlin, ist Betreiberin der Plattformen www.jackpotpiraten.de und www.bingbong.de. Zur Bewerbung der genannten Portale stellt die Betreiberin über die Seite www.casinoaffiliateprogramm.de eine webbasierte Statistik- und Trackingplattform zur Verfügung, welches die exakte Erfassung und Abrechnung der erbrachten Vermittlungsleistungen (Views / Klicks / Leads / Sales) für Kooperationspartner ermöglicht.

Nachstehende Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB) gelten als Grundlage für die Nutzung der Plattform auf www.casinoaffiliateprogramm.de (nachfolgend "CAP" genannt).

2. Geltungsbereich

2.1

Die nachfolgenden Geschäftsbedingungen sind ausschließliche Grundlage aller Dienstleistungen und Verträge zwischen der Casino Affiliate Plattform und dem jeweiligen Kooperationspartner.

Entgegenstehende Geschäftsbedingungen werden nur durch ausdrückliche Vereinbarung zwischen den beiden Vertragsparteien gültig. Eventuell vorhandene Geschäftsbedingungen des Kooperationspartners, die den hier dargestellten Allgemeinen Geschäftsbedingungen entgegenstehen, sind unwirksam. Die DGGS Deutsche Gesellschaft für Glücksspiel mbH widerspricht an dieser Stelle etwaigen Gegenbestätigungen des Kooperationspartners unter Bezugnahme auf seine Geschäftsbedingungen.

2.2

Nebenabreden sowie Änderungen oder Ergänzungen der Kooperationsvereinbarungen/Programmbeschreibungen zwischen der DGGS und dem Kooperationspartner bedürfen der Schriftform. Nur derart gestaltete Verträge sind wirksam.

2.3

Mit der Bestätigung dieser Geschäftsbedingungen stimmt der Kooperationspartner der Einhaltung der Regelungen aus dem Glücksspielstaatsvertrag 2021 und für die DGGS Deutschen Gesellschaft für Glücksspiel mbH geltenden Nebenbestimmung zu (nachzulesen unter <https://bit.ly/3QmrVHS>) sowie den Werbebestimmungen zu.

3. Begriffsklärungen/Definitionen

3.1 Casino Affiliate Programm (kurz CAP)

Das Casino Affiliate Programm ist ein von der DGGS Deutschen Gesellschaft für Glücksspiel mbH (im Folgenden DGGS) betriebener Mehrwertdienst. CAP bezeichnet alle Dienste, welche die DGGS Ihren Kooperationspartnern im geschlossenen und offenen Nutzungsbereich unter www.casinoaffiliateprogramm.de zur Verfügung stellt. CAP betreibt einen geschlossenen Nutzungsbereich, der nur registrierten Kooperationspartnern zur Verfügung steht. Im geschlossenen Nutzungsbereich sind alle Funktionalitäten rund um die Messung, Darstellung, Abrechnung und Vergütung der erbrachten Vermittlungsleistung verfügbar. Alle angebotenen Mehrwertdienste der DGGS zielen direkt oder indirekt auf die Vermittlung bzw. den Vertrieb von Produkten oder Dienstleistungen über Online-Marketing-Maßnahmen.

3.2 Kooperationspartner

„Kooperationspartner“ sind eigenständig auftretende natürliche oder juristische Personen, die im Rahmen der Erbringung einer vorab individuell definierten Dienstleistung zielgerichtet mit der DGGS zusammenarbeiten. Die Leistung der Kooperationspartner besteht in der Erbringung von Media-Leistungen zur Absatzförderung der beworbenen Waren und Dienstleistungen über das Internet. Die Vergütung hierfür erfolgt erfolgsabhängig.

3.3 Kooperationsvertrag

Der Kooperationsvertrag wird zwischen der DGGS und dem Kooperationspartner geschlossen und dient als rechtliche Grundlage der Zusammenarbeit zwischen beiden Parteien. Der Kooperationsvertrag setzt die Anerkennung der AGB durch den Kooperationspartner voraus. Der gültige Kooperationsvertrag ist die rechtliche Grundlage für die Nutzung des geschlossenen Bereichs auf CAP und Voraussetzung für die Bewerbung des Kooperationspartners bei einzelnen Werbekunden/Produkten zur Aufnahme der Vermarktung. (siehe auch 5.2 bis 5.4)

3.3 Werbekunde

„Werbekunde“ bezeichnet das Unternehmen bzw. den Unternehmer oder den Anbieter, welcher die DGGS mit der Online-Vermarktung seiner/ihrer Produkte oder Dienstleistungen und/oder der Umsetzung einer Werbekampagne beauftragt.

3.4 Programmbeschreibung

Die Programmbeschreibung fixiert die individuellen vertraglichen Regelungen (siehe 6.1) zwischen der DGGS und dem Kooperationspartner. Die Programmbeschreibung wird dem Kooperationspartner im geschlossenen Bereich von CAP angezeigt. Im Rahmen der Anmeldung zu einem Programm des Werbekunden, muss der Kooperationspartner der Programmbeschreibung zustimmen. Ergänzend zur Programmbeschreibung je Werbekunde können weitere Vermarktungsbedingungen je Werbekunde definiert werden.

3.5 Digitale Medien des Kooperationspartners

Der Kooperationspartner meldet sich bei CAP mit einem oder mehreren digitalen Medien an. Digitales Medium bezeichnet dabei die Werbefläche (Webseite, E-Mail-Verteiler etc.), das verwendete Online-Instrumentarium (z.B. Display Advertising, Vermarktungswege über Dritte (Paid Listings, Social Media etc.) über die der Kooperationspartner die über CAP angebotenen Produkte oder Dienstleistungen vermarktet. Jedes durch die DGGS geprüfte und akzeptierte digitale Medium kann dazu verwendet werden, die Produkte und Dienstleistungen der Werbekunden zu bewerben.

3.6 Account

„Account“ ist der von der DGGS freigegebene, rechtmäßige Zugang des Kooperationspartners zu dem Affiliate Programm der DGGS. Um die Freigabe und damit einen rechtmäßigen Zugang zu erhalten, ist die wahrheitsgemäße Angabe der geforderten Anmeldeinformationen, sowie die Prüfung und Annahme der Bewerbung durch die DGGS erforderlich. Der Kooperationspartner ist verpflichtet, jede Änderung seiner Daten unverzüglich selbstständig in seinem Account vorzunehmen.

3.7 User

User sind Besucher der digitalen Medien des Kooperationspartners, die mittels des von der DGGS bereitgestellten Trackinglinks auf die Seiten der Werbekunden geleitet werden.

3.8 Trackinglink

Als „Trackinglink“ wird ein Hyperlink bezeichnet, der einen User von der Website des Kooperationspartners auf die Internetpräsenz des Werbekunden leitet und dazu geeignet ist, diese Weiterleitung in hierfür erstellten Datenbank-Systemen aufzuzeichnen.

Die Trackinglinks werden dem Kooperationspartner in Form von Textlinks, Bannern, Formularen oder Produktkatalogen über CAP bereitgestellt und dürfen nur in unveränderter Form eingesetzt werden, um die ordnungsgemäße Transaktionsmessung sicherzustellen.

3.9 Cookie-/Zählpixel-Tracking

Als „Tracking“ wird die Messung und Zuordnung von User-Aktionen und Transaktionen zu einzelnen Kooperationspartnern bezeichnet. Die DGGS nutzt hierzu grundsätzlich ein Cookie-basiertes Zählpixeltracking.

Als „Cookie“ wird eine Textdatei auf einem Computer bezeichnet, die dazu dient, Informationen durch einen Webserver zu hinterlegen und bei einem späteren Seitenaufruf vom gleichen Webserver wieder auszulesen.

Als „Zählpixel“ wird der auf der Bestätigungsseite, des für den jeweiligen Lead/Sale definierten Onlineprozesses implementierte Trackingcode zur Übergabe von Lead- oder Sale-Daten an die DGGS bezeichnet. Die Implementierung des Zählpixels erfolgt durch den Werbekunden.

Beim Aufruf der Website eines Werbekunden über die Seiten eines Kooperationspartners wird auf dem Rechner des Users ein Cookie gesetzt, welches die spätere Zuordnung eventueller Transaktionen des Users zum jeweiligen Kooperationspartner im Rahmen der festgesetzten Cookie-Laufzeit ermöglicht.

Bei Aufruf der Bestätigungsseite wird zunächst geprüft, ob ein dem Zählpixel entsprechendes, gültiges Cookie auf dem Rechner des Users vorhanden ist. Ist dies der Fall, werden alle für die Wertung und Provisionierung des Kooperationspartners relevanten Daten mittels des Zählpixels an CAP übergeben und in der Statistik verzeichnet.

Die Gültigkeit des Cookies beträgt in der Regel 30-60 Tage. Abweichende Cookie-Laufzeiten werden in der Programmbeschreibung bekannt gegeben.

Beim Tracking über DGGS werden ausschließlich anonymisierte Cookies gesetzt, die keinerlei personenbezogenen Daten über den User enthalten.

Hiervon abweichend behält sich die DGGS vor, andere geeignete Verfahren zur Transaktionsmessung einzusetzen.

Sofern ein vom Cookie-/Zählpixel-Tracking abweichendes Trackingverfahren eingesetzt wird, erfolgt ein Hinweis in der jeweiligen Programmbeschreibung des Werbekunden auf CAP.

3.10 Post-View-Tracking

Post-View-Tracking ist eine Form des Cookie-/Zählpixel-Tracking.

Beim Post-View-Tracking wird bereits bei Auslieferung des Werbemittels eine Cookie auf dem Computer des Users gesetzt. Wenn der User innerhalb eines festgelegten Zeitspanne den vergütungsrelevanten Prozess beim Werbekunden durchläuft, wird die gezählte Transaktion Lead/Sale dem Kooperationspartner zugeordnet, bei dem der User das letzte Mal einen Werbemittelkontakt hatte. Die Wertigkeit von Click-Cookies im Verhältnis zu View-Cookies wird auf Basis der Vorgaben des Werbekunden definiert. Standard ist aber das der Click-Cookie eine höhere Wertigkeit gegenüber dem View-Cookie hat. Sofern Post-View-Tracking zum Einsatz kommt, finden sich ergänzende Regelungen zur Sichtbarkeit

des Werbemittels auf Werbeflächen des Kooperationspartners, Cookie-Laufzeit und Provisionshöhe in der jeweiligen Programmbeschreibung.

3.11 Klick

Als „Klick“ wird die Weiterleitung eines Users von einer Website des Kooperationspartners auf die Website des Werbekunden bezeichnet. Die Messung und Aufzeichnung der Klickzahlen über CAP erfolgt durch den Einsatz von Trackinglinks.

3.12 Unique Klick

Unique Klicks sind Klicks von realen Usern (maschinell generierte Klicks jeglicher Art werden ausgefiltert), die innerhalb einer vorgegebenen Zeit gezählt werden. Innerhalb der vorgegebenen Zeit, wird dabei nur ein Klick je Trackinglink durch den User akzeptiert. Die Erkennung der User erfolgt cookiebasiert. Die Anzahl der Unique Klicks kann nach detaillierter Prüfung im Zweifelsfall variieren. Die DGGS behält sich vor, jeden generierten Klick einer nicht maschinellen Prüfung zu unterziehen.

3.13 Lead

Als „Lead“ wird die vollständige Durchführung einer vorab fest definierten Aktion gemäß jeweiliger Programmbeschreibung des Werbekunden durch einen User auf der Website des Werbekunden bezeichnet. Als Lead gilt bspw. das vollständige Ausfüllen eines Online-Adressformulars.

3.14 Sale

Als „Sale“ wird die vollständige Erfüllung eines schuldrechtlichen Vertrags durch einen User auf der Website des Werbekunden bezeichnet. Als Sale gilt bspw. der Erwerb von Waren oder Dienstleistungen in einem Onlineshop, oder die erfolgreiche Vermittlung eines zur Auszahlung gekommenen Kredits.

3.15 Life-Time-Provision

Eine Live-Time-Provision (sog. Revenue Share) wird von CAP ausdrücklich nicht angeboten.

3.16 Produkt-Daten

Die DGGS kann dem Kooperationspartner Produkt-Daten im geschlossenen Bereich zur Verfügung stellen. Produkt-Daten dienen dem Kooperationspartner als Basis für die Erstellung eigener interaktiver Vergleiche und Werbemittel. Trotz sorgfältiger Konzeptionierung und Pflege der Produkt-Daten schließt der DGGS die Haftung für Fehler aus, die sich aus der Programmierung oder/und durch veraltete oder unrichtige Daten ergeben. Die DGGS behält sich vor, die Produkt-Daten jederzeit zu modifizieren, anzupassen bzw. aus der Vermarktung zu nehmen. Werden die Produkt-Daten ganz oder teilweise aus der Vermarktung genommen, informiert der DGGS die Kooperationspartner mit einer Vorlaufzeit von mindestens 7 Tagen.

3.17 - Double-Opt-In

Dieser Begriff ist im Zusammenhang mit der Erbringung der Werbeleistung über E-Mail Marketing wichtig. Beim „Double-Opt-In“ Verfahren erfolgt die Eintragung eines Users in einer Verteilerliste erst dann, wenn ihm nach erfolgter Eintragung für einen Dienst des Kooperationspartners ein Bestätigungslink zugesandt wurde und der User diesen Link selbst angeklickt. Der Kooperationspartner muss gegenüber der DGGS schriftlich bestätigen, dass ihm von allen zum Einsatz kommenden Empfängern ein explizites Werbeeinverständnis für den Erhalt von Werbebotschaften nach dem Double Opt-in Verfahren vorliegt. Der Nachweis muss auf Verlangen binnen 48 Stunden (Werktags) vorgelegt werden können. Zu einem rechtskonformen Opt-In gehören die eingetragenen Personenangaben, die Quelle sowie die jeweilige IP-Adresse mit Timestamp für den Single Opt-In und den Double Opt-In. Sollten die oben genannten Bedingungen nicht erfüllt sein und dem Auftraggeber dadurch mittelbar oder unmittelbar Kosten in Form von Ansprüchen Dritter sowie damit in Zusammenhang stehende Rechtskosten sowie sonstiger Schaden entstehen, so haftet der Auftragnehmer in vollem Umfang.

4. Leistungen des Kooperationspartners

4.1. Bei der Registrierung

4.1.2. Der Kooperationspartners garantiert, die bei der Registrierung angeforderten Daten wahrheitsgemäß und vollständig anzugeben. Sollten sich die beim Registrierungsvorgang angegebenen Daten nach der Registrierung ändern, sind die Daten in dem Profil im Interface zu ändern.

4.1.2. Der Kooperationspartner ist verpflichtet, der DGGS seine vom Finanzamt erteilte Steuernummer oder die vom Bundesamt für Finanzen bzw. der entsprechenden ausländischen Behörde erteilte Umsatzsteuer-Identifikationsnummer innerhalb der Kontaktinformationen mitzuteilen.

4.1.3. Der Kooperationspartners verpflichtet sich, die bei der Registrierung gewählten Zugangsdaten (E-Mail-Adresse und Passwort) vertraulich zu behandeln, keinem Dritten mitzuteilen und diese so aufzubewahren, dass Dritten keine Kenntnisnahme ermöglicht wird. Keinem Dritten darf die Nutzung des CAP-Interfaces über diese Zugangsdaten ermöglicht werden. Sofern Anlass zur Vermutung besteht, dass Dritte Kenntnis von den Zugangsdaten haben, ist die DGGS unverzüglich schriftlich oder per E-Mail unter service@casinoaffiliateprogramm.de zu informieren.

4.1.4. Bei der Anzeige der Werbung auf der Werbefläche

Der Kooperationspartner muss die erforderlichen Rechte an und/oder für die Vermarktung der Werbefläche besitzen. Mit der Bewerbung bei einem Partnerprogramm und der Einbindung der entsprechenden Werbung auf der Werbefläche garantiert der Kooperationspartner, dass diese, und die Werbetätigkeiten insgesamt

(a) keine Rechte Dritter (insbesondere Urheber-, Marken-, Persönlichkeits- oder vergleichbare Rechte) verletzen und/oder

(b) nicht gegen sonstige gesetzliche (insbesondere wettbewerbsrechtliche) Bestimmungen verstoßen und nicht staatsgefährdender, rassistischer, Gewalt verherrlichender, pornographischer oder jugendgefährdender Natur sind oder nicht öffentlich zugänglich gemacht werden dürfen.

Bei der Versendung von E-Mails, die Werbung von Werbekunden enthält, ist das Verbot der Zusendung unerwünschter Werbung („Spam“) zu beachten. Der unaufgeforderte Versand von E-Mails mit Werbeinhalten ist untersagt. Vor der Versendung von E-Mails ist daher das Einverständnis aller jeweiligen Empfänger einzuholen und auf Anforderung der DGGS schriftlich nachzuweisen.

5 - Abrechnungsmodelle / Vergütungsanspruch

5.1 Pay-Per-View

Der Vergütungsanspruch bei Pay-per-View entsteht, wenn der Kooperationspartner einen oder mehrere vom Werbekunden bereitgestellte Werbemittel auf seiner Werbefläche anzeigt und verlinkt. Für die Gültigkeit des Views ist es Voraussetzung, dass ein Besucher die Werbefläche des Kooperationspartners aufruft und das Werbemittel an einer sichtbaren Stelle eingebaut ist. Des Weiteren muss die Werbefläche, über die der View registriert wird, bei CAP registriert sein. Darüber hinaus behält sich DGGS vor, bei wiederholtem Einblenden des Werbemittels beim gleichen User die doppelten Views zu filtern (Unique Views).

5.2 Pay-Per-Click

Ist eine Vergütung auf Klickbasis (Pay-Per-Click) vereinbart, so entsteht der Vergütungsanspruch mit dem Aufruf der Website des Werbekunden infolge eines gültigen Klicks auf einen Trackinglink des jeweiligen Werbekunden. Die Klickvergütung erfolgt fix je gültigen Klick.

Voraussetzung hierfür ist die Weiterleitung des Users mittels des auf CAP bereitgestellten Trackinglinks, welche ausschließlich auf den bei DGGS registrierten Websites des Kooperationspartners eingebaut sein dürfen.

Der Klick muss dabei durch freiwilliges und bewusstes Handeln des Users zustande kommen.

DGGS behält sich vor, mehrere kurz aufeinanderfolgende Klicks, die nachweislich von der gleichen IP-Adresse erfolgen, und damit dazu bestimmt sind, die Klickzahlen zu manipulieren, zu filtern, für ungültig zu erklären und diese nicht zu vergüten (Unique Klicks)

Incentivierte Klicks, also Klicks, die dem User einen bestimmten - insbesondere monetären - Vorteil versprechen, sind nur dann gültig, wenn dieses Vorgehen vorab explizit von der DGGS genehmigt wurden.

Von Seiten des Kooperationspartners besteht Informationspflicht gegenüber der DGGS bei incentiviertem Werbevorgehen. Ohne explizite schriftliche Bestätigung (per Mail ist ausreichend) eines derartigen Werbevorgehens durch die DGGS werden derartig erzielte Klicks für ungültig erklärt und nicht vergütet.

Erfasste Klicks werden dem Kooperationspartner täglich gutgeschrieben. Die Gutschrift stellt jedoch keine Aussage hinsichtlich der Gültigkeit der Klicks und der Anerkennung eines entsprechenden Vergütungsanspruchs dar.

5.3 Pay-Per-Lead

Ist eine Vergütung auf Leadbasis (Pay-Per-Lead) vereinbart, so entsteht der Vergütungsanspruch bei Erfüllung einer vom Werbekunden festgelegten und in der Programmbeschreibung detailliert definierten Aktion eines Users (z.B. Online-Kontoantrag, Newsletter-Anmeldung, PDF-Download). Des Weiteren können in der Programmbeschreibung des Werbekunden weitere Bedingungen (z.B. Validierung, Widerspruch des Users) festgelegt sein.

Voraussetzung für die ordnungsgemäße Messung der Leads und Entstehung des Vergütungsanspruchs ist die Weiterleitung des Users über die bereitgestellten Trackinglinks, welche ausschließlich auf den bei der DGGS registrierten Websites des Kooperationspartners eingebaut sein dürfen.

Der Lead muss dabei durch freiwilliges und bewusstes Handeln des Users Zustandekommen.

Jeder provisionsfähige Lead wird mittels Cookie-/Zählpixel-Tracking in der CAP-Statistik erfasst und nach Ablauf gemäß Programmbeschreibung bestehender Widerrufs- oder sonstiger Storno- / Prüffristen gutgeschrieben.

Die DGGS behält sich vor, die Leads vor der Provisionsauszahlung auf vorab definierte Prüfkriterien gemäß Programmbeschreibung zu prüfen und bei Nichterfüllung zu stornieren.

Eine Stornierung von Leads kann auch nach deren Gutschrift erfolgen, wenn sich zu einem späteren Zeitpunkt herausstellt, dass im Zeitpunkt der Gutschrift die zu erfüllenden Kriterien nicht vorgelegen haben.

5.4 Pay-Per-Sale

Ist eine Vergütung auf Sale-Basis (Pay-Per-Sale) vereinbart, so folgt der Vergütungsanspruch der Entstehung des Vertragserfüllungsanspruchs des Werbekunden gegenüber einem aus dem Abschluss mit dem durch einen Kooperationspartner vermittelten User.

Voraussetzung für die ordnungsgemäße Messung und Vergütung der Sales ist die Weiterleitung der User über die auf CAP bereitgestellten Trackinglinks, welche ausschließlich auf den in CAP registrierten Websites des Kooperationspartners eingebaut sein dürfen.

Der Sale muss dabei durch freiwilliges und bewusstes Handeln des Users Zustandekommen.

Jeder provisionsfähige Sale kann mittels Cookie-/Zählpixel-Tracking in der Statistik erfasst und nach Ablauf gemäß Programmbeschreibung bestehender Widerrufs- oder sonstiger Storno-/ Prüffristen gutgeschrieben. Die DGGs behält sich vor, die vergütungsrelevanten Sales, erst zum Zeitpunkt der Rückmeldung der erfolgreichen Vertragserfüllung durch den Werbekunden in das Trackingsystem einzuspielen.

Die DGGs behält sich ferner vor, die Sales vor Provisionsauszahlung auf gemäß der jeweiligen Programmbeschreibung vorab definierter Prüfkriterien zu prüfen und bei Nichterfüllung zu stornieren. Evtl. Prüfkriterien sind Bestandteil jeder einzelnen Programmbeschreibung.

Eine Stornierung von Sales kann auch nach deren Gutschrift erfolgen, wenn sich zu einem späteren Zeitpunkt herausstellt, dass im Zeitpunkt der Gutschrift die zu erfüllenden Kriterien nicht vorgelegen haben.

5.5 Hybridmodelle

Eine Kombination der vorgenannten Vergütungsmodelle (sog. Hybridmodell) ist durch individuelle Absprachen möglich. Der Vergütungsanspruch entsteht in diesem Fall für jede der einzelnen kombinierten Vergütungsarten gemäß den jeweiligen Regelungen in 5.1 – 5.4.

6. Nutzung von CAP

6.1 AGB Anerkenntnis

Durch die Anmeldung bei CAP akzeptiert der Kooperationspartner die hier zu Grunde gelegten Allgemeinen Geschäftsbedingungen.

6.2 Zu Stande kommen des Kooperationsvertrages

Durch das Ausfüllen des Registrierungsformulars auf www.casinoaffiliateprogramm.de kommt noch kein Vertrag zwischen der DGGs und dem Kooperationspartner zustande.

Die Registrierung stellt lediglich einen Antrag auf Abschluss eines Kooperationsvertrages mit der DGGs dar, der von der DGGs ausdrücklich oder durch schlüssiges Handeln angenommen werden muss.

Die Annahme der Bewerbung erfolgt regelmäßig durch die Freischaltung des Accounts – der Kooperationspartner erhält hierzu eine Bestätigungsmail.

6.3 Rechte und Pflichten aus dem Kooperationsvertrag

Mit der Annahme der Bewerbung ist der Kooperationspartner berechtigt seine Leistungen zur Unterstützung des Werbekunden einzubringen.

Eine Verpflichtung erwächst für den Kooperationspartner hierdurch nicht.

Wird der Kooperationspartner für den Werbekunden tätig, so müssen die Leistungen entsprechend den vorliegenden AGB erbracht werden.

6.4 Richtigkeit der Daten

Der Kooperationspartner verantwortet die Richtigkeit, Vollständigkeit und Aktualität seiner Angaben gegenüber allen beteiligten Vertragspartnern (DGGs und Werbekunden).

7. Vertragsschluss je Werbekunde

7.1 Vertragsschluss je Werbekunde/Produkt

Die DGGs schließt mit dem Kooperationspartner gesonderte Verträge je Werbekunde / Produkt ab. Die Vergütung erfolgt auf Erfolgsbasis auf Grundlage dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen. Die Konditionen werden mit jedem Kooperationspartner gesondert verhandelt. Ein Anspruch auf eine bestimmte Vergütungsart / Vergütungshöhe besteht nicht und kann auch nicht von anderen Kooperationspartnern hergeleitet werden. Mit der Bewerbung und Zulassung je Werbekunde akzeptiert der Kooperationspartner die Vorgaben der jeweiligen Programmbeschreibung und etwaige zusätzliche Vermarktungsbeschränkungen (Werberichtlinie).

Sollten die zusätzlichen Vermarktungsbedingungen einzelnen Punkten dieser AGB entgegenstehen, muss ein genauer Hinweis in den Vermarktungsbeschränkungen mit Bezug auf die entsprechende Stelle in diesen AGB erfolgen.

7.2 Annahme der Bewerbung je Werbekunde/Produkt

Die DGGs erklärt gegenüber dem Kooperationspartner die Annahme der Bewerbung in angemessener Frist.

8. Abrechnung und Auszahlung

8.1 Entstehung des Vergütungsanspruchs

Der Vergütungsanspruch entsteht grundsätzlich mit Vollendung der jeweils tatsächlich und nachprüfbar vom Kooperationspartner erbrachten Leistungen. Die für den Vergütungsanspruch zu erbringenden Leistungen ist der jeweiligen Programmbeschreibung des Werbekunden zu entnehmen. Ein Vergütungsanspruch erfolgt erst dann, wenn der Werbekunde die Leistung auch an die DGGs vergütet hat.

8.2 Auszahlungsturnus

Die Auszahlung der Provisionen erfolgt einmal monatlich durch die DGGs. Die DGGs behält sich vor, Leistungen auch mehrmals monatlich abzurechnen. Ein Anspruch auf mehrmalige Auszahlungen besteht nicht. Die voraussichtliche Höhe der offenen und auszahlungsfähigen Provisionen kann der Kooperationspartner jederzeit in seinem Account einsehen. Ein Anerkenntnis der Höhe des Vergütungsanspruchs ist darin nicht enthalten, sondern bleibt einer gesonderten Abrechnung vorbehalten.

Die dem Kooperationspartner zugehende Abrechnung entspricht den Erfordernissen der Steuergesetzgebung. Eine Verzinsung des Provisionsguthabens erfolgt nicht.

8.3 Mindestauszahlungsgrenze

Voraussetzung für die Provisionsauszahlung ist ein Mindestprovisionsanspruch im Berichtsmonat von 25,00 EUR. Bei Nichtauszahlung wird das Provisionsguthaben in den Folgemonat übertragen.

8.4 Auszahlung ohne Prüfung

Die DGGS behält sich vor, die Auszahlung der Provisionen auch ohne abschließende Prüfung der generierten Views, Klicks, Leads, Sales vorzunehmen. Sollten letztere durch Manipulation oder Täuschung entstanden sein, bzw. nicht den Regelungen der Allgemeinen Geschäftsbedingungen und eventuell vereinbarter Nebenabreden entsprechen, ist die DGGS berechtigt die bereits ausgezahlten Provisionen bis zu einem Zeitraum von 12 Wochen nach der erfolgten Auszahlung zurückzufordern.

8.5 Abrechnung im Gutschriftsverfahren

Der Kooperationspartner erklärt sein Einverständnis mit der Abrechnung im Gutschriftsverfahren, d.h. an Stelle einer Rechnungslegung durch den Partner wird von der DGGS eine Gutschrift erstellt. Die DGGS erstellt hierzu eine Gutschrift und stellt diese dem Kooperationspartner in seinem Account zur Verfügung. Die Gutschrift gilt ab Zustellung nach drei Tagen als anerkannt.

9. Pflichten des Kooperationspartners

9.1 Anerkenntnis AGB

Mit seiner Registrierung und Inanspruchnahme der Dienstleistungen von CAP erkennt der Kooperationspartner diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen für sich als verbindlich an. Ferner erklärt sich der Kooperationspartner mit der Einbeziehung dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen in die jeweilige Programmbeschreibung des Werbekunden einverstanden.

9.2 Rechte an der Werbefläche

Der Kooperationspartner bestätigt, dass er sämtliche Rechte an der angemeldeten Werbefläche besitzt. Sofern er die Werbefläche im Namen Dritter anmeldet, hat der Kooperationspartner unaufgefordert den Nachweis der Berechtigung zu erbringen.

9.3 Leistungerschleichung durch Manipulation oder Täuschung

Der Kooperationspartner verpflichtet sich, die Vermarktung der Produkte und Dienstleistungen der Werbekunden so zu gestalten, dass eine Leistungerschleichung durch Manipulation oder Täuschung auszuschließen ist. Alle Interaktionen mit Dritten wie bspw. Suchmaschineneinträge, Listing in Verzeichnissen oder Linklisten, müssen grundsätzlich zu gültigen Transaktionen (Klicks, Leads und Sales) führen.

9.4 Nutzung der Trackinglinks

Der Kooperationspartner verpflichtet sich, ausschließlich die von CAP bereitgestellten, mit den zur Online-Erfolgsmessung erforderlichen Trackinglinks versehene Werbemittel (Text, Banner, HTML, Formulare etc.) zu verwenden.

Die bereitgestellten Quellcodes dürfen nicht verändert und ausschließlich auf den angegebenen Werbeflächen des Kooperationspartners verwendet werden. Jede Weitergabe der Werbemittel an Dritte ist zustimmungsbedürftig. Für die Zustimmung seitens der DGGS ist die Schriftform erforderlich. Eine Zustimmung via E-Mail ist hierbei ausreichend.

9.5 E-Mail-Marketing

Betreibt der Kooperationspartner E-Mail-Marketing verpflichtet er sich zur Einhaltung der einschlägigen gesetzlichen Vorgaben. Besonders zu berücksichtigen sind dabei § 7 Abs. 1-3 UWG, sowie die entsprechende Rechtsprechung. Insbesondere hat der Kooperationspartner darüber Nachweis zu führen, dass jeder User der Zustellung von Werbemails per Double-Opt-In ausdrücklich zugestimmt hat. Darüber hinaus müssen die E-Mails ein Impressum nach § 5 TMG aufweisen. Jeder E-Mail-Content ist vor Versand der DGGS zur Abnahme vorzulegen. Die Abnahme der E-Mail seitens der DGGS erfolgt schriftlich per Mail.

9.6 Kennzeichnung nach § 5 TMG

Der Kooperationspartner hat sein Angebot nach § 5 TMG zu kennzeichnen.

9.7 Qualität der Vermarktungskanäle

Der Kooperationspartner verpflichtet sich, zur Bewerbung der DGGS Werbekunden ausschließlich Websites zu verwenden, die nicht dazu geeignet sind, deren Ruf oder die Wertschätzung der Ware, Dienstleistung, Marke oder des Geschäftsbetriebes zu schädigen. Die Nutzung der Marke oder sonstiger Rechte des Werbekunden ist gesondert in den jeweiligen Programmbeschreibungen definiert.

Ferner erklärt sich der Kooperationspartner bereit, alle gesetzlichen Vorschriften des Verbraucherschutzes einzuhalten und zu berücksichtigen.

Werbeflächen mit pornografischen, rechtsradikalen, diskriminierenden, illegalen oder gegen geltendes deutsches Recht verstoßenden Inhalten sind von der Nutzung von CAP ausgeschlossen.

9.8 Traffic-Qualität

Die automatisierte Generierung von Views, Klicks, Leads und Sales über technische Systeme ist unzulässig

9.9 Daten-Nutzung

Die durch CAP bereitgestellten Daten im Zusammenhang mit der Vermarktung der Produkte und Dienstleistungen des Werbekunden, dürfen durch den Kooperationspartner nur für interne Zwecke verwendet werden. Eine Weitergabe an Dritte ist nicht zulässig.

9.10 Kommunikation der Produkt-/Dienstleistungsmerkmale

Bei der Vermarktung von Produkten und Dienstleistungen ist Wert auf eine homogene Darstellung der Produkt-/Dienstleistungsmerkmale zu legen. Die Herausstellung einzelner Merkmale ist insbesondere dann nicht zulässig, wenn dies dazu führt, dass die generierten Neukunden ein größeres Risiko für den Werbekunden darstellen, als dies bei einer homogenen Darstellung der Produkt-/Dienstleistungsmerkmale der Fall wäre. Inhomogenes Vermarktungsvorgehen führt zum Verlust des Vergütungsanspruchs.

Im Zweifelsfall kann sich der Kooperationspartner das Vermarktungsvorgehen vor Start der Vermarktung von der DGGS schriftlich bestätigen lassen. Die Bestätigung per Mail ist ausreichend.

9.11 Werbeverbot im Sinne des aktuellen Glücksspielstaatsvertrags

Täglich zwischen 6:00 und 21:00 Uhr darf keine Werbung im Rundfunk und Internet für virtuelle Automaten Spiele, Online-Poker und Online-Casinospiele erfolgen.

9.12 Anerkennung des Glücksspielstaatsvertrages

Der Kooperationspartner verpflichtet sich dazu die im Glücksspielstaatsvertrag 2021 genannten Werbebeschränkungen einzuhalten insbesondere darf sich der Inhalt nicht gezielt an Minderjährige oder vergleichbar gefährdete Zielgruppen richten. Unzutreffende Aussagen über Gewinnchancen sind verboten. Zudem darf Glücksspiel nicht als Lösung für finanzielle Probleme dargestellt werden.

9.13 Verlinkung auf Drittanbieter

Vorstehende Regelungen gelten auch für die Verlinkung auf Drittanbieter.

9.14 Freistellung von Forderungen

Die vorstehend in Ziffer 9 fixierten Verpflichtungen gelten auch im Verhältnis der Kooperationspartner zum jeweiligen Werbekunden.

Im Falle der erfolgreichen Geltendmachung von Schadensersatzforderungen des Werbekunden gegenüber der DGGS, die auf der Nichteinhaltung der in Ziffer 9.1 – 9.13 geregelten Vorgaben beruhen, stellt der Kooperationspartner die DGGS von sämtlichen diesbezüglichen Forderungen frei.

9.15 - Anspruch auf Unterlassung

Sollten Verstöße gegen die Vorschriften aus den Ziffern 9.1 bis 9.13 festgestellt werden, kann die DGGS auch nachträglich die sofortige Änderung bzw. Unterlassung verlangen.

10. Missbrauch

10.1 Jegliche Form des Missbrauchs, etwa in der Form der Erzielung von Geschäftsabschlüssen durch unlautere Methoden oder unzulässige Mittel, die gegen geltendes Recht, diese AGB oder etwaige zusätzliche, programm- oder ggf. vertragsspezifische Vertragsbedingungen verstoßen, ist untersagt.

10.2 Dem Partner ist es insbesondere untersagt zu versuchen, die Vergütung dadurch zu erlangen, dass er selbst oder durch Dritte, unter Verwendung der ihm im Rahmen von CAP überlassenen Werbemittel, Tracking-Links und/oder sonstigen technischen Hilfsmittel, mittels einer oder mehrerer der folgenden Praktiken Geschäftsabschlüsse herbeiführt:

- Vortäuschung von Geschäftsabschlüssen, die in Wirklichkeit nicht stattgefunden haben, z.B. durch die unberechtigte Angabe fremder, falscher oder nichtexistierender Daten,
- Verwendung von Werbeformen, die zwar ein Tracking ermöglichen, dabei jedoch das Werbemittel gar nicht, nicht wahrnehmbar oder nicht in der vorgegebenen Form und/oder Größe angezeigt wird sowie folgende Werbemethoden im Einzelnen: Forced Clicks, Cookiedropping, PostView, Paidmails, Incentivierter Traffic,
- Verwendung von der für die DGGS oder für Dritte rechtlich, insbesondere markenrechtlich, geschützten Begriffen, etwa in Suchmaschinen, bei Anzeigenschaltungen oder der Bewerbung der Werbefläche ohne vorherige schriftliche Zustimmung durch die DGGS.
- Provisionspflichtige Eigenanmeldungen nicht sind erlaubt.

10.3 Für SEM-Kampagnen dürfen insbesondere die folgenden Handlungen nicht vorgenommen werden:

- Brand-Bidding
- Verwendung eines Markennamens oder sog. „Vertippers“ in der Display-URL, Anzeigentitel oder Anzeigentext.

10.4 Umgehung des Werbeverbots

Dem Partner ist es untersagt das Werbeverbot aus 9.14 zu umgehen.

10.5 Jede Form des Missbrauchs führt zu einer sofortigen Sperrung des Partner-Accounts. Für missbräuchlich herbeigeführte Geschäftsabschlüsse entsteht kein Vergütungsanspruch des Partners.

10.6 Der Partner verpflichtet sich, für jeden Fall der schuldhaften Zuwiderhandlung gegen diese Bestimmungen jeweils eine von der DGGS nach billigem Ermessen festzusetzende, im Streitfall von einem Gericht zu überprüfende Vertragsstrafe zu zahlen. Die Vertragsstrafe beträgt maximal das zum Zeitpunkt der Sperrung auf dem Partner-Account

vorhandene und bestätigte Guthaben. Etwaige weitergehende Ansprüche, insbesondere Schadensersatzforderungen seitens der Empfänger bzw. deren Prozessbevollmächtigter, bleiben hiervon unberührt. Die Vertragsstrafe wird auf etwaige Schadensersatzansprüche angerechnet.

10.7 Trifft ein über diese Geschäftsbedingungen hinausgehendes Vertragsverhältnis eine andere Regelung bezüglich der Vertragsstrafe, so geht diese spezielle Regelung derjenigen aus 10.5. vor.

11 Laufzeit des Kooperationsvertrages

Der Kooperationsvertrag läuft grundsätzlich auf unbestimmte Zeit.

12 Vertragsbeendigung

12.1 Kündigung des Kooperationsvertrages

Das Vertragsverhältnis zwischen den Parteien kann jederzeit von beiden Seiten mit sofortiger Wirkung ganz oder beschränkt für einzelne Werbekunden beendet werden.

Die Kündigung bedarf der Schriftform. Eine Kündigung per E-Mail ist ausreichend und wird zum Zeitpunkt ihres Eingangs beim Empfänger wirksam.

12.2 Vergütungsanspruch

Die Vergütung eventuell bestehender Guthaben erfolgt nach Beendigung des Vertragsverhältnisses gemäß Ziffer 8, sofern das unter Ziffer 8.3 definierte Mindestguthaben im Zeitpunkt der Beendigung erfüllt ist.

12.3 Entfernen von Trackinglinks und Werbemitteln

Der Kooperationspartner verpflichtet sich, nach Beendigung oder Aussetzung (z.B. Pausierung der Vermarktung durch den Werbekunden) des Vertragsverhältnisses, sämtliche Trackinglinks und Werbemittel zu dem/den betroffenen Werbekunden von seinen Seiten vollständig zu entfernen.

Ab dem Zeitpunkt der Kündigung erfolgt keine weitere Vergütung seitens der DGGS. Dies gilt auch, wenn der Kooperationspartner die betroffenen Trackinglinks und Werbemittel noch nicht von seinen Websites entfernt hat.

13 Haftung

13.1

Die DGGS haftet ausschließlich für Vorsatz oder grobe Fahrlässigkeit für Ereignisse, die in ihrem Einfluss- und Wirkungsbereich liegt, sowie für die Verletzung einer Vertragspflicht. Unberührt hiervon bleibt die Haftung wegen Verzugs. Für höhere Gewalt oder Einflüsse, die nicht durch die DGGS beeinflusst werden können, wird keine Haftung übernommen.

Sofern die Haftung ausgeschlossen ist, gilt dies auch für Vertreter oder Erfüllungsgehilfen von DGGS.

13.2

Die DGGS verpflichtet sich, die Ausfallsicherheit von CAP sowie der Websites und Onlineprozesse der beworbenen Portale durch laufende Überwachung der Server in höchstmöglichem Maße sicher zu stellen. Für Ausfallzeiten von CAP, sowie der Websites und Onlineprozesse der beworbenen Portale und damit eventuell verbundenen Provisionsausfällen wird keine Haftung übernommen.

In diesem Zusammenhang sind Ausfälle ausgenommen, die auf Grund routinemäßiger Wartungsarbeiten oder durch das Verschulden Dritter zu Stande kommen. Die DGGS wird sich im Falle eines Systemausfalls im Rahmen der gegebenen Möglichkeiten sofort bemühen, die Erreichbarkeit des Trackingsystems wieder herzustellen.

13.3

Die DGGS übernimmt keine Haftung, für die durch den Werbekunden angebotenen Produkte und Dienstleistungen. Die Richtigkeit und Vollständigkeit der Inhalte, die Güte der Produkte und Dienstleistungen sowie die Einhaltung Schutzrechte Dritter liegen nicht im Einflussbereich der DGGS.

14 Datenschutz

14.1

Die Speicherung personenbezogener Daten erfolgt ausschließlich zur Begründung, inhaltlichen Ausgestaltung oder Änderung des Vertragsverhältnisses in elektronischer Form. Die Speicherung umfasst dabei Name, Geburtsdatum, Adresse, Telefonnummer, E-Mail, Bankverbindung und Webadressen des Kooperationspartners.

Eine Weitergabe dieser Daten erfolgt ausschließlich zum Zwecke der Vertragsabwicklung.

14.2

Alle personenbezogenen Daten werden entsprechend den geltenden gesetzlichen Bestimmungen verarbeitet und behandelt.

15 Vertraulichkeit

15.1

Die Parteien sind verpflichtet, alle während des Bestehens der Geschäftsverbindung vom jeweils anderen Vertragspartner erhaltene Informationen in Bezug auf deren Unternehmen und Betriebe, einschließlich der getroffenen Maßnahmen zur Durchführung dieses Vertrages gegenüber Dritten geheim zu halten, sofern und soweit solche Informationen nicht bereits öffentlich bekannt oder zugänglich sind.

15.2

Beide Parteien leisten Gewähr dafür, dass ihre Mitarbeiter zur Beachtung und Einhaltung der vorstehenden Bestimmungen verpflichtet werden. Dies gilt entsprechend auch für betriebsfremde Personen, die mit der Durchführung der Zusammenarbeit betraut werden. Gesetzliche Offenbarungspflichten bleiben hiervon unberührt.

15.3

Der Kooperationspartner erklärt sich damit einverstanden, dass die ihm Zusammenhang mit seiner Leistungserbringung erbrachten Informationen (Views/Klicks/Leads/Sales) sowohl durch den Werbekunden als auch durch die DGGS, für zusätzliche Mehrwertdienste (z.B. Branchenvergleiche, Benchmarking) verwendet werden dürfen. Die DGGS verpflichtet sich, diese Daten nur anonymisiert zu verwenden bzw. an Dritte weiterzugeben.

15.4

Im Rahmen der Qualitätsüberwachung und der lückenlosen Nachvollziehbarkeit der Werbeleistung erklärt sich der Kooperationspartner mit der Weitergabe seiner Daten an den Werbekunden einverstanden.

15.5

Die vorgenannten Regelungen gelten nach Beendigung des Vertragsverhältnisses weiter.

16 Änderungsvorbehalt

16.1

Änderungen der Allgemeinen Geschäftsbedingungen werden dem Kooperationspartner rechtzeitig vor Inkrafttreten mitgeteilt. Die Mitteilung erfolgt per E-Mail an die vom Kooperationspartner angegebene E-Mail-Adresse. Widerspricht der Kooperationspartner den veränderten AGB nicht innerhalb von 14 Tagen nach Zugang der Benachrichtigung, so werden diese mit Ablauf der Widerspruchsfrist wirksam.

16.2

Die Provisionen bei allen Partnerprogrammen stehen unter dem Vorbehalt der Änderung. Die DGGS kann nach Rücksprache mit dem Kooperationspartner die Vergütung ändern. Sofern kein Termin für das Inkrafttreten neuer Provisionsmodelle zwischen der DGGS und dem Kooperationspartner vereinbart wurde, tritt das neue Provisionsmodell zum Folgetag, 0.00 Uhr nach Bekanntgabe in Kraft.

16.3

Die DGGS behält sich das Recht vor, jederzeit und ohne Vorankündigung CAP den eigenen Erfordernissen anzupassen und weiterzuentwickeln. Notwendige Anpassungsarbeiten können auch an Dritt-Dienstleister oder Erfüllungsgehilfen ausgelagert werden.

17. Salvatorische Klausel

Sollten einzelne Teile der vorliegenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen im Sinne der deutschen Rechtsprechung ungültig sein oder werden, bleibt hiervon die Gültigkeit der übrigen Bestimmungen unberührt.

18 Gerichtsstand

Gerichtsstand bei Streitigkeiten über Rechte und Pflichten aus dem Vertragsverhältnis zwischen der DGGS und dem Kooperationspartner sowie über dessen Wirksamkeit ist, soweit zulässig, Sitz der DGGS.

Programmbestimmungen für JackpotPiraten.de und BingBong.de

Allgemein

Der Publisher verpflichtet sich dazu die im Glücksspielstaatsvertrag 2021 genannten Werbebeschränkungen sowie den für die DGGS Deutsche Gesellschaft für Glücksspiel mbH (ehemals Mernov Betriebsgesellschaften mbH) geltenden Nebenbestimmungen (nachzulesen unter <https://bit.ly/3QmrVHS>) einzuhalten und stellt die DGGS Deutsche Gesellschaft für Glücksspiel mbH von Ansprüchen Dritter wegen Verletzungen gegen diese Bestimmungen durch den Publisher frei.

Insbesondere verpflichtet sich der Publisher zur Einhaltung der folgenden Regeln:

- Die erlaubten Werbezeiten sind einzuhalten (vgl. § 5 GlüStV 2021)
In der Zeit von 6 Uhr morgens bis 21 Uhr abends ist keine Bewerbung der Produkte der DGGS Deutsche Gesellschaft für Glücksspiel mbH erlaubt.
- Der Inhalt der Publisher darf sich nicht gezielt an Minderjährige oder vergleichbar gefährdete Zielgruppen richten.
- Unzutreffende Aussagen über Gewinnchancen sind verboten.
- Gewinne dürfen nicht verführerisch in Aussicht gestellt werden.
- Glücksspiel darf nicht als Lösung für finanzielle Probleme dargestellt werden.
- Verwendung von Pflichthinweise, dass die Teilnahme von Glücksspiel erst ab 18 Jahren zulässig ist, Glücksspiel süchtig machen kann und den Verweis auf Hilfsangebote (www.buwei.de oder www.bzga.de). Die Pflichthinweise müssen für Dritte gut sichtbar erkennbar sein.

Des Weiteren ist folgendes nicht erlaubt:

- Das Kopieren von Original Werbeanzeigen der Marken JackpotPiraten und BingBong.
- Direkte bzw. Non-Stop-Weiterleitung auf www.jackpotpiraten.de oder www.bingbong.de.
- Kombinationen aus mehreren Gutscheinen.
- Verwendung von veralteten Gutscheinkampagnen.
- Verwendung von Gutscheincodes, die nicht für Affiliates gedacht sind (also nicht durch uns kommuniziert wurden).
- Jegliche Art von Cookie-Dropping und iFrames.
- Provisionsweitergabe
- Sexualisierte Sprache und sexuelle Inhalte jeglicher Form
- Derber Sprachgebrauch, Gotteslästerung oder religiöse Verunglimpfung
- Positive Darstellung von Drogen oder Waffen, auch deren Zubehör
- Aufruf zu Diskriminierung von Personen
- Inhalte, die Kinder beeinträchtigen können
- Gewaltdarstellungen jeder Art
- Downloadmöglichkeiten bzw. Streaming von illegalen Raubkopien von Filmen, Musik oder Software
- Einbindung netzwerkfremder Gutscheine. Dies betrifft alle Gutscheine, die nicht über die Partnerplattform bereitgestellt werden
- Zusammenarbeit mit Sub-Affiliate Netzwerken, Bannernetzwerken oder ähnlichem nur nach schriftlicher Zustimmung durch den Advertiser. Nichtbefolgung führt zur sofortigen Beendigung der Partnerschaft. Generierte Umsätze werden nicht verprovisioniert.
- Seiten, die sich noch im Aufbau befinden oder Fehler erzeugen, sowie Seiten deren Inhaltsprüfung nicht möglich ist
- Fehlendes Impressum
- **Jegliche Verletzung von Rechten Dritter (einschließlich Urheber-, Patent- und Markenrechte, das allgemeine Persönlichkeitsrecht, geistiges Eigentum oder sonstige Rechte). Dies gilt insbesondere, aber nicht ausschließlich, für die Registrierung und Nutzung von Domains.**
- Provisionspflichtige Eigenanmeldungen sind nicht erlaubt und werden nicht vergütet

Auf eine korrekte Schreibweise der Marken ist zu achten:

- JackpotPiraten (Verwendung muss immer in einem Wort mit großem J und großem P erfolgen).
- BingBong (Verwendung muss immer in einem Wort mit jeweils großem B erfolgen)

Eine Weiterleitung auf Landingpages von www.jackpotpiraten.de und www.bingbong.de ist nur dann erlaubt, wenn eine für den User sichtbare, angemeldete Affiliate-Landingpage vorgeschaltet ist.

Postview Tracking ist nur in Abstimmung mit dem Merchant erlaubt. Bei Verstoß können die entsprechenden Sales nicht vergütet werden.

SEO und SEM/SEA Beschränkungen

Folgendes ist nicht erlaubt:

- Verwendung der Marken JackpotPiraten und BingBong sowie jedweder weiterer geschützter Marken der DGGS als Suchbegriff im Suchmaschinenmarketing ebenso für die Begriffe, die durch jedwede sprachliche Identität, Vergleichbarkeit oder Zeichenähnlichkeit oder durch die Veränderung einzelner Buchstaben geeignet sind, beim User Verwechslungen hervorzurufen oder diesen zu Verwechslungen verleiten können.
- „JackpotPiraten“ oder „BingBong“ als Suchbegriff in sämtlichen Schreibweisen inkl. Rechtschreibfehler, Abkürzungen, abgeänderter Groß- bzw. Kleinschreibung und in Kombination mit anderen Worten und Begriffen.
- Verwendung der Marken „JackpotPiraten“ oder „BingBong“ im Anzeigentext.
- Verwendung der Marken „JackpotPiraten“ oder „BingBong“ in Domains und Subdomains der Anzeige-URL.

Produktdaten

Es ist nicht gestattet, die Datenfeeds von www.Jackpotpiraten.de oder www.bingbong.de außerhalb der eigenen Webseiten (auf Drittplattformen wie z.B. Google Shopping) zu verwenden.

Cashback

Die Nutzung von Browser Plugins bzw. Extensions, mit deren Hilfe User Cashback bei JackpotPiraten oder BingBong beanspruchen können, ist untersagt und führt zur sofortigen Beendigung der Partnerschaft. Dadurch generierte Umsätze werden nicht verprovisioniert.

Werbemittel

Es sind nur Werbemittel erlaubt, welche über das Partnernetzwerk zur Verfügung gestellt werden.

**General Terms and Conditions for the Use of the Affiliate Program
of DGGG Deutsche Gesellschaft für Glücksspiel mbH**
(effective from **01.03.2023**)



1. Preamble

DGGG Deutsche Gesellschaft für Glücksspiel mbH, Moritzstraße 23, 13597 Berlin, is the operator of the platforms www.jackpotpiraten.de and www.bingbong.de. In order to advertise the aforementioned portals, the operator provides a web-based statistics and tracking platform via the site www.casinoaffiliateprogramm.de, which enables the exact recording and billing of the brokerage services provided (views / clicks / leads / sales) for cooperation partners. The following General Terms and Conditions (GTC) shall apply as the basis for the use of the platform at www.casinoaffiliateprogramm.de (hereinafter referred to as "CAP").

2. Scope of application

2.1

The following terms and conditions are the exclusive basis of all services and contracts between the Casino Affiliate Platform and the respective cooperation partner.

Any conflicting terms and conditions shall only become valid by express agreement between the two contracting parties. Any existing terms and conditions of the cooperation partner that conflict with the general terms and conditions presented here shall be ineffective. At this point, DGGG Deutsche Gesellschaft für Glücksspiel mbH objects to any counter-confirmations by the cooperation partner with reference to its terms and conditions.

2.2

Subsidiary agreements as well as amendments or supplements to the cooperation agreements/program descriptions between DGGG and the cooperation partner must be in writing. Only contracts drawn up in this way are effective.

2.3

By confirming these Terms and Conditions, the cooperation partner agrees to comply with the provisions of the State Treaty on Gaming 2021 and the ancillary provisions applicable to DGGG Deutsche Gesellschaft für Glücksspiel mbH (available at <https://bit.ly/3QmrVHS>) as well as the advertising provisions.

3. Explanation of terms/definitions

3.1 Casino Affiliate Program (CAP for short)

The Casino Affiliate Program is a value-added service operated by DGGG Deutsche Gesellschaft für Glücksspiel mbH (hereinafter referred to as DGGG). CAP refers to all services that DGGG makes available to its cooperation partners in the closed and open usage area at www.casinoaffiliateprogramm.de. CAP operates a closed user area that is only available to registered cooperation partners. In the closed usage area, all functionalities relating to the measurement, display, billing and remuneration of the switching service provided are available. All value-added services offered by DGGG are aimed directly or indirectly at brokering or selling products or services via online marketing measures.

3.2 Cooperation partners

"Cooperation partners" are independently acting natural persons or legal entities that cooperate with DGGG in a targeted manner within the scope of the provision of a previously individually defined service. The service of the cooperation partners consists in the provision of media services for the promotion of sales of the advertised goods and services via the Internet. The remuneration for this is performance-related.

3.3 Cooperation agreement

The cooperation agreement is concluded between DGGG and the cooperation partner and serves as the legal basis for the cooperation between both parties. The cooperation contract requires the acknowledgement of the GTC by the cooperation partner. The valid cooperation agreement is the legal basis for the use of the closed area on CAP and a prerequisite for the cooperation partner's application to individual advertising customers/products to commence marketing. (see also 5.2 to 5.4)

3.3 Advertising customer

"Advertising Customer" means the company or entrepreneur or provider who commissions DGGG to market his/her products or services online and/or to implement an advertising campaign.

3.4 Program description

The program description fixes the individual contractual regulations (see 6.1) between DGGG and the cooperation partner. The program description is displayed to the cooperation partner in the closed area of CAP. When registering for a program of the advertising customer, the cooperation partner must agree to the program description. In addition to the

program description for each advertising customer, further marketing conditions can be defined for each advertising customer.

3.5 Digital media of the cooperation partner

The cooperation partner registers with CAP with one or more digital media. Digital medium in this context refers to the advertising space (website, e-mail distribution list, etc.), the online tools used (e.g. display advertising, marketing channels via third parties (paid listings, social media, etc.) via which the cooperation partner markets the products or services offered via CAP. Any digital medium tested and accepted by DGGS can be used to advertise the products and services of the advertising customers.

3.6 Account

"Account" is the cooperation partner's lawful access to the affiliate program of DGGS, which has been approved by DGGS. In order to receive the release and thus a legitimate access, the truthful provision of the required registration data, as well as the review and acceptance of the application by DGGS is required. The cooperation partner is obliged to make any changes to his data in his account independently and without delay.

3.7 User

Users are visitors of the digital media of the cooperation partner who are directed to the pages of the advertising customers by means of the tracking link provided by DGGS.

3.8 Tracking link

A "tracking link" is a hyperlink that directs a user from the website of the cooperation partner to the Internet presence of the advertising customer and is suitable for recording this forwarding in database systems created for this purpose. The tracking links are provided to the cooperation partner in the form of text links, banners, forms or product catalogs via CAP and may only be used in unchanged form in order to ensure proper transaction measurement.

3.9 Cookie tracking / counting pixel tracking

Tracking" refers to the measurement and allocation of user actions and transactions to individual cooperation partners. DGGS generally uses cookie-based pixel-counting tracking for this purpose.

A "cookie" is a text file on a computer that is used to store information by a web server and to read it again from the same web server when a page is called up at a later time.

A "tracking pixel" is the tracking code implemented on the confirmation page of the online process defined for the respective lead/sale in order to transfer lead or sale data to DGGS. The implementation of the tracking pixel is carried out by the advertising customer.

When the website of an advertising customer is called up via the pages of a cooperation partner, a cookie is set on the user's computer, which enables the subsequent allocation of any transactions of the user to the respective cooperation partner within the framework of the defined cookie duration.

When the confirmation page is called up, the system first checks whether a valid cookie corresponding to the tracking pixel is present on the user's computer. If this is the case, all data relevant for the rating and provisioning of the cooperation partner is transferred to CAP by means of the tracking pixel and recorded in the statistics.

The validity of the cookie is usually 30-60 days. Deviating cookie durations are announced in the program description.

When tracking via DGGS, only anonymous cookies are set, which do not contain any personal data about the user.

Deviating from this, DGGS reserves the right to use other suitable methods for transaction measurement. If a tracking method other than cookie/counting pixel tracking is used, a note will be made in the respective program description of the advertising customer on CAP.

3.10 Post-view tracking

Post-view tracking is a form of cookie/counting pixel tracking.

With post-view tracking, a cookie is already set on the user's computer when the advertising material is delivered. If the user goes through the payment-relevant process at the advertiser within a specified period of time, the counted lead/sale transaction is assigned to the cooperation partner at which the user last had an ad media contact. The value of click cookies in relation to view cookies is defined based on the specifications of the advertising customer. However, the standard is that the click cookie has a higher value than the view cookie. If post-view tracking is used, supplementary regulations on the visibility of the advertising medium on advertising spaces of the cooperation partner, cookie runtime and commission amount can be found in the respective program description.

3.11 Click

A "click" is the forwarding of a user from a website of the cooperation partner to the website of the advertiser. The measurement and recording of click numbers via CAP is carried out through the use of tracking links.

3.12 Unique Click

Unique clicks are clicks by real users (machine-generated clicks of any kind are filtered out) that are counted within a specified time. Within the specified time, only one click per tracking link is accepted by the user. The recognition of the user is cookie-based. The number of unique clicks may vary after detailed examination in case of doubt. DGGS reserves the right to subject each generated click to a non-machine verification.

3.13 Lead

A "lead" is defined as the complete execution of a predefined action in accordance with the respective program description of the advertising customer by a user on the website of the advertising customer. For example, the complete filling out of an online address form is considered a lead.

3.14 Sale

"Sale" shall mean the complete fulfillment of a contract under the law of obligations by a User on the Advertiser's Website. A sale is, for example, the purchase of goods or services in an online store, or the successful brokerage of a loan that has been disbursed.

3.15 Lifetime commission

CAP expressly does not offer a live-time commission (so-called revenue share).

3.16 Product data

DGGS can make product data available to the cooperation partner in the closed area. Product data serve the cooperation partner as a basis for the creation of own interactive comparisons and advertising material. Despite careful conception and maintenance of the product data, DGGS excludes liability for errors resulting from programming or/and from outdated or incorrect data. DGGS reserves the right to modify, adapt or withdraw the product data from marketing at any time. If the product data are completely or partially taken out of the marketing, the DGGS informs the cooperation partners with a lead time of at least 7 days.

3.17 - Double-Opt-In

This term is important in connection with the provision of the advertising service via e-mail marketing. In the "double opt-in" procedure, the registration of a user in a distribution list only takes place when, after registration for a service of the cooperation partner, a confirmation link has been sent to him and the user clicks on this link himself. The cooperation partner must confirm to DGGS in writing that he has received explicit advertising consent from all recipients to receive advertising messages according to the double opt-in procedure. The proof must be available upon request within 48 hours (working day). A legally compliant opt-in includes the personal details entered, the source and the respective IP address with timestamp for the single opt-in and the double opt-in. If the above-mentioned conditions are not fulfilled and the Client thereby incurs direct or indirect costs in the form of claims by third parties as well as associated legal costs and other damages, the Contractor shall be liable in full.

4. services of the cooperation partner

4.1 During registration

4.1.2 The Co-operator guarantees to provide the data requested during the registration process truthfully and completely. If the data provided during the registration process change after the registration, the data in the profile in the interface must be changed.

4.1.2 The cooperation partner is obliged to inform DGGS about his tax number issued by the tax office or the VAT identification number issued by the Federal Tax Office or the corresponding foreign authority within the contact information.

4.1.3 The cooperation partner undertakes to treat the access data selected during registration (e-mail address and password) as confidential, not to disclose them to any third party, and to store them in such a way that third parties cannot gain knowledge of them. No third party may use the CAP interface via this access data. If there is reason to suspect that third parties have knowledge of the access data, DGGS must be informed immediately in writing or by e-mail at service@casinoaffiliateprogramm.de.

4.1.4 When displaying advertising on the advertising space

The cooperation partner must have the necessary rights to and/or for the marketing of the advertising space.

With the application to a partner program and the integration of the corresponding advertising on the advertising space, the cooperation partner guarantees that this, and the advertising activities as a whole, are

(a) do not infringe any rights of third parties (in particular copyrights, trademark rights, personal rights or comparable rights) and/or

(b) do not violate any other legal (in particular competition law) provisions and are not of a nature that endangers the state, racist, glorifies violence, pornographic or harmful to minors or may not be made publicly accessible.

When sending e-mails containing advertising from advertising customers, the prohibition of sending unsolicited advertising ("spam") must be observed. The unsolicited sending of e-mails with advertising content is prohibited. Before sending e-mails, the consent of all respective recipients must therefore be obtained and proven in writing to DGGs upon request.

5. billing models / compensation claim

5.1 Pay-Per-View

The remuneration claim for pay-per-view arises when the cooperation partner displays and links one or more advertising media provided by the advertising customer on its advertising space. For the view to be valid, a visitor must call up the advertising space of the cooperation partner and the advertising material must be installed in a visible place. Furthermore, the advertising space via which the View is registered must be registered with CAP. In addition, DGGs reserves the right to filter duplicate views (unique views) if the advertising medium is repeatedly displayed to the same user.

5.2 Pay-Per-Click

If a payment on a click basis (Pay-Per-Click) is agreed, the claim for payment arises with the call of the website of the advertising customer as a result of a valid click on a tracking link of the respective advertising customer. The click remuneration shall be paid on a fixed basis per valid click.

The prerequisite for this is the forwarding of the user by means of the tracking links provided on CAP, which may only be installed on the websites of the cooperation partner registered with DGGs.

The click must be the result of voluntary and conscious action on the part of the user.

DGGs reserves the right to filter, declare invalid and not remunerate (unique clicks) several clicks in quick succession that are demonstrably made from the same IP address and are thus intended to manipulate the click figures.

Incentivized clicks, i.e. clicks that promise the user a certain - especially monetary - advantage, are only valid if this procedure has been explicitly approved by DGGs in advance.

The cooperation partner is obliged to inform DGGs in case of incentivized advertising. Without explicit written confirmation (by e-mail is sufficient) of such an advertising procedure by DGGs, such clicks will be declared invalid and will not be remunerated.

Recorded clicks will be credited to the cooperation partner on a daily basis. However, the credit does not represent a statement regarding the validity of the clicks and the recognition of a corresponding claim to remuneration.

5.3 Pay-Per-Lead

If payment on a lead basis (pay-per-lead) has been agreed, the entitlement to payment shall arise upon fulfillment of an action by a user which has been specified by the advertising customer and defined in detail in the program description (e.g. online account application, newsletter registration, PDF download). Furthermore, additional conditions (e.g. validation, rejection by the user) may be specified in the program description of the advertising customer.

The prerequisite for the proper measurement of the leads and the creation of the claim to remuneration is the forwarding of the user via the tracking links provided, which may only be installed on the websites of the cooperation partner registered with DGGs.

The lead must be generated by voluntary and conscious action of the user.

Each commissionable lead is recorded in the CAP statistics by means of cookie/counting pixel tracking and credited after expiry of any cancellation or other cancellation/verification periods in accordance with the program description. DGGs reserves the right to check the leads for predefined check criteria in accordance with the program description before paying out the commission and to cancel them if they do not meet these criteria.

Leads may also be cancelled after they have been credited if it later transpires that the criteria to be fulfilled were not present at the time of crediting.

5.4 Pay-Per-Sale

If remuneration on a sale basis (pay-per-sale) has been agreed, the claim to remuneration shall follow the accrual of the advertising customer's claim to performance of the contract vis-à-vis a user referred by a cooperation partner.

A prerequisite for the proper measurement and remuneration of sales is the forwarding of users via the tracking links provided on CAP, which may only be installed on the websites of the cooperation partner registered in CAP.

The sale must be the result of voluntary and conscious action on the part of the user.

Each commissionable sale can be recorded in the statistics by means of cookie/counting pixel tracking and credited after the expiry of cancellation or other cancellation/check periods in accordance with the program description. DGGS reserves the right to enter the remuneration-relevant sales into the tracking system only at the time of the feedback of the successful fulfillment of the contract by the advertising customer.

DGGS also reserves the right to check the sales against pre-defined check criteria according to the respective program description before paying out the commission and to cancel them in case of non-fulfillment. Possible check criteria are part of each individual program description.

Sales can also be cancelled after they have been credited if it later transpires that the criteria to be fulfilled were not present at the time of crediting.

5.5 Hybrid models

A combination of the aforementioned remuneration models (so-called hybrid model) is possible by individual agreement. In this case, the entitlement to remuneration arises for each of the individual combined types of remuneration in accordance with the respective regulations in 5.1 - 5.4.

6. CAP usage

6.1 Acknowledgement of General Terms and Conditions

By registering with CAP, the cooperation partner accepts the General Terms and Conditions on which this agreement is based.

6.2 Formation of the cooperation agreement

Completion of the registration form at www.casinoaffiliateprogramm.de does not constitute a contract between DGGS and the cooperation partner. The registration is only an application for the conclusion of a cooperation contract with DGGS, which must be accepted by DGGS explicitly or by conclusive action. The acceptance of the application regularly takes place through the activation of the account - the cooperation partner receives a confirmation email for this.

6.3 Rights and obligations from the cooperation agreement

With the acceptance of the application, the cooperation partner is entitled to contribute his services to support the advertising customer. No obligation arises for the cooperation partner as a result of this.

If the cooperation partner acts on behalf of the advertising customer, the services must be provided in accordance with these GTC.

6.4 Accuracy of the data

The cooperation partner is responsible for the correctness, completeness and up-to-dateness of its data vis-à-vis all contractual partners involved (DGGS and advertising customers).

7. Contract conclusion per advertising customer

7.1 Conclusion of contract per advertising customer/product

DGGS shall conclude separate contracts with the cooperation partner for each advertising customer/product. Remuneration shall be based on success on the basis of these General Terms and Conditions. The conditions are negotiated separately with each cooperation partner. There is no entitlement to a specific type of remuneration / amount of remuneration, nor can it be derived from other cooperation partners. With the application and admission per advertising customer, the cooperation partner accepts the specifications of the respective program description and any additional marketing restrictions (advertising guidelines).

If the additional marketing conditions conflict with individual points of these GTC, a precise reference must be made in the marketing restrictions with reference to the corresponding place in these GTC.

7.2 Acceptance of the application per advertising customer/product

DGGS shall declare acceptance of the application to the cooperation partner within a reasonable period of time.

8. Billing and payment

8.1 Origin of the claim to remuneration

The claim to remuneration shall generally arise upon completion of the services actually and verifiably provided by the cooperation partner. The services to be rendered for the claim to remuneration can be found in the respective program description of the advertising customer. A claim for payment is only made when the advertising customer has also paid DGGS for the service.

8.2 Payment frequency

The payment of the commissions takes place once a month by DGGS. DGGS reserves the right to settle services also several times a month. There is no entitlement to multiple payments. The prospective amount of the open and payable

commissions can be viewed by the cooperation partner at any time in his account. An acknowledgement of the amount of the remuneration claim is not included in this, but remains reserved for a separate settlement. The settlement received by the cooperation partner complies with the requirements of tax legislation. No interest shall be paid on the commission credit.

8.3 Minimum payment limit

A prerequisite for the payment of commission is a minimum commission claim in the reporting month of 25.00 EUR. In case of non-payment, the commission credit shall be carried over to the following month.

8.4 Disbursement without verification

DGGS reserves the right to pay out commissions even without a final check of the generated views, clicks, leads, sales. Should the latter have been generated by manipulation or deception, or do not comply with the regulations of the General Terms and Conditions and possibly agreed side agreements, DGGS is entitled to reclaim the already paid commissions up to a period of 12 weeks after the payment has been made.

8.5 Settlement in credit note procedure

The cooperation partner declares his agreement with the settlement in credit note procedure, i.e. instead of an invoicing by the partner, a credit note will be issued by DGGS. DGGS creates a credit note for this purpose and makes it available to the cooperation partner in his account. The credit note is considered accepted after three days of delivery.

9. Duties of the cooperation partner

9.1 Acknowledgement of GTC

By registering and using CAP's services, the cooperation partner accepts these General Terms and Conditions as binding. Furthermore, the cooperation partner agrees to the inclusion of these General Terms and Conditions in the respective program description of the advertising customer.

9.2 Rights to the advertising space

The cooperation partner confirms that it holds all rights to the advertising space registered. If he registers the advertising space in the name of third parties, the cooperation partner shall provide proof of the authorization without being requested to do so.

9.3 Performance fraud through manipulation or deception

The cooperation partner undertakes to market the products and services of the advertising customers in such a way as to exclude the possibility of fraudulent performance through manipulation or deception. All interactions with third parties, such as search engine entries, listings in directories or link lists, must always lead to valid transactions (clicks, leads and sales).

9.4 Use of tracking links

The cooperation partner undertakes to use exclusively the advertising materials (text, banners, HTML, forms, etc.) provided by CAP and provided with the tracking links required for online success measurement. The source codes provided may not be modified and may be used exclusively on the specified advertising spaces of the cooperation partner. Any transfer of the advertising material to third parties is subject to approval. For the approval on the part of DGGS the written form is necessary. Consent via e-mail is sufficient in this case.

9.5 E-mail marketing

If the cooperation partner engages in e-mail marketing, it undertakes to comply with the relevant statutory provisions. Particularly to be considered are § 7 Abs. 1-3 UWG, as well as the appropriate jurisdiction. In particular, the cooperation partner must provide evidence that each user has expressly consented to the delivery of advertising e-mails via double opt-in. In addition, the e-mails must have an imprint in accordance with § 5 TMG. Each e-mail content must be submitted to DGGS for approval before sending. The acceptance of the e-mail on the part of DGGS takes place in writing by e-mail.

9.6 Labelling according to § 5 TMG

The cooperation partner has to label his offer according to § 5 TMG.

9.7 Quality of the marketing channels

The cooperation partner commits himself to use only websites for the promotion of DGGS advertising customers, which are not suitable to damage their reputation or the esteem of the goods, services, brand or business. The use of the brand or other rights of the advertising customer is defined separately in the respective program descriptions. Furthermore, the cooperation partner agrees to comply with and consider all legal regulations of consumer protection. Advertising spaces with pornographic, right-wing extremist, discriminatory, illegal content or content that violates applicable German law are excluded from use by CAP.

9.8 Traffic quality

The automated generation of views, clicks, leads and sales via technical systems is not permitted.

9.9 Use of data

The data provided by CAP in connection with the marketing of the advertiser's products and services may only be used by the cooperation partner for internal purposes. It may not be passed on to third parties.

9.10 Communication of product/service features

When marketing products and services, emphasis shall be placed on a homogeneous presentation of the product/service features. The highlighting of individual features shall not be permitted, in particular, if this results in the generated new customers representing a greater risk for the advertising customer than would be the case if the product/service features were presented homogeneously. Inhomogeneous marketing leads to the loss of the right to remuneration.

In case of doubt, the cooperation partner can have the marketing procedure confirmed in writing by DGGs before the start of marketing. The confirmation by mail is sufficient.

9.11 Prohibition of advertising in terms of the current State Treaty on Gambling

Daily between 6:00 a.m. and 9:00 p.m., no advertising may take place on the radio or Internet for virtual slot machine games, online poker and online casino games.

9.12 Recognition of the State Treaty on Gambling

The cooperation partner undertakes to comply with the advertising restrictions set out in the State Treaty on Gambling 2021, in particular the content may not be directed specifically at minors or comparably vulnerable target groups. Inaccurate statements about chances of winning are prohibited. In addition, gambling may not be presented as a solution to financial problems.

9.13 Linking to third-party providers

The above regulations also apply to links to third-party providers.

9.14 Release from claims

The obligations set forth in Section 9 above shall also apply in the relationship between the cooperation partners and the respective advertising customer. In the event of the successful assertion of claims for damages by the advertising customer against DGGs, which are based on non-compliance with the requirements regulated in clauses 9.1 - 9.13, the cooperation partner shall indemnify DGGs from all claims in this regard.

9.15 - Claim for omission

Should violations of the regulations from clauses 9.1 to 9.13 be determined, DGGs may also subsequently demand immediate modification or omission.

10. Abuse

10.1 Any form of abuse, for example in the form of obtaining business through unfair methods or improper means that violate applicable law, these GTC or any additional, program-specific or, where applicable, contract-specific contractual terms, is prohibited.

10.2 In particular, the partner is prohibited from attempting to obtain remuneration by bringing about business transactions himself or through third parties, using the advertising materials, tracking links and/or other technical aids provided to him under CAP, by means of one or more of the following practices:

- Pretending to conclude business transactions that have not actually taken place, e.g. by unauthorized provision of extraneous, false or non-existent data,
- Use of forms of advertising that enable tracking, but in which the advertising material is not displayed at all, is not perceptible or is not displayed in the specified form and/or size, as well as the following advertising methods in detail: Forced Clicks, Cookiedropping, PostView, Paidmails, Incentivized Traffic,
- Use of terms protected by law, in particular by trademark law, for DGGs or for third parties, for example in search engines, in ad placements or in the advertising of the advertising space without the prior written consent of DGGs.
- Commissionable own applications are not allowed.

10.3 For SEM campaigns, the following actions in particular may not be taken:

- Brand bidding
- Use of a brand name or so-called "vertippers" in the display URL, ad title or ad text.

10.4 Circumvention of the advertising ban

The Partner is prohibited from circumventing the advertising ban from 9.14.

10.5 Any form of misuse will lead to an immediate blocking of the Partner Account. The Partner shall have no claim to remuneration for improperly induced business transactions.

10.6 For each case of culpable violation of these provisions, the partner undertakes to pay a contractual penalty to be determined by DGGS at its reasonable discretion and to be reviewed by a court in the event of a dispute. The contractual penalty amounts to a maximum of the credit balance existing and confirmed on the partner account at the time of the blocking. Any further claims, in particular claims for damages on the part of the recipients or their legal representatives, shall remain unaffected by this. The contractual penalty shall be offset against any claims for damages.

10.7 If a contractual relationship that goes beyond these Terms and Conditions contains a different provision regarding the contractual penalty, this special provision shall take precedence over the provision in 10.5.

11 Term of the cooperation agreement

In principle, the cooperation agreement runs for an indefinite period.

12 Contract termination

12.1 Termination of the cooperation agreement

The contractual relationship between the parties may be terminated at any time by either party with immediate effect, in whole or in part, for individual advertising customers.

The termination must be in writing. Termination by e-mail shall be sufficient and shall become effective at the time of its receipt by the recipient.

12.2 Entitlement to remuneration

Any existing credit balances shall be remunerated after termination of the contractual relationship in accordance with Section 8, provided that the minimum credit balance defined in Section 8.3 has been met at the time of termination.

12.3 Removal of Tracking Links and Advertising Media

After termination or suspension (e.g. pausing of marketing by the advertising customer) of the contractual relationship, the cooperation partner undertakes to completely remove all tracking links and advertising media to the advertising customer(s) concerned from its pages.

From the time of termination, no further remuneration will be paid by DGGS. This also applies if the cooperation partner has not yet removed the affected tracking links and advertising material from its websites.

13 Liability

13.1

DGGS shall be liable exclusively for intent or gross negligence for events which lie within its sphere of influence and effect, as well as for the breach of a contractual obligation. Liability due to delay remains unaffected. No liability is assumed for force majeure or influences that cannot be influenced by DGGS.

As far as liability is excluded, this also applies to representatives or vicarious agents of DGGS.

13.2

DGGS undertakes to ensure the reliability of CAP as well as the websites and online processes of the advertised portals to the greatest possible extent by continuous monitoring of the servers. No liability is assumed for downtimes of CAP or of the websites and online processes of the advertised portals and any associated loss of commission.

In this context, downtimes that occur due to routine maintenance work or through the fault of third parties are excluded.

In the event of a system failure, DGGS will make immediate efforts to restore the accessibility of the tracking system within the scope of the given possibilities.

13.3

DGGS assumes no liability for the products and services offered by the advertising customer. The correctness and completeness of the contents, the quality of the products and services as well as the compliance with third party property rights are not within the sphere of influence of DGGS.

14 Data privacy

14.1

Personal data shall be stored in electronic form exclusively for the purpose of establishing, defining the content of or amending the contractual relationship. The storage includes name, date of birth, address, telephone number, e-mail, bank details and web addresses of the cooperation partner.

This data shall only be passed on for the purpose of processing the contract.

14.2

All personal data shall be processed and handled in accordance with the applicable statutory provisions.

15 Confidentiality

15.1

The parties shall be obliged to keep secret from third parties all information received from the respective other contractual partner during the existence of the business relationship with regard to their companies and operations, including the measures taken to implement this Agreement, unless and to the extent that such information is already publicly known or accessible.

15.2

Both parties warrant that their employees are obliged to observe and comply with the above provisions. This shall also apply mutatis mutandis to external persons who are entrusted with the performance of the cooperation. Statutory duties of disclosure shall remain unaffected.

15.3

The cooperation partner agrees that the information provided in connection with his service provision (views/clicks/leads/sales) may be used both by the advertising customer and by DGGG for additional value-added services (e.g. industry comparisons, benchmarking). DGGG undertakes to use this data only anonymously or to pass it on to third parties.

15.4

In the context of quality monitoring and complete traceability of the advertising performance, the cooperation partner agrees to the disclosure of his data to the advertising customer.

15.5

The aforementioned provisions shall continue to apply after termination of the contractual relationship.

16 Subject to alterations

16.1

The cooperation partner shall be notified of any changes to the General Terms and Conditions in good time before they come into force. The notification shall be sent by e-mail to the e-mail address provided by the cooperation partner. If the cooperation partner does not object to the amended GTC within 14 days after receipt of the notification, they shall become effective upon expiry of the objection period.

16.2

The commissions for all partner programs are subject to change. DGGG can change the commission after consultation with the cooperation partner.

If no date for the entry into force of new commission models has been agreed between DGGG and the cooperation partner, the new commission model shall enter into force on the following day, 0.00 hrs after announcement.

16.3

DGGG reserves the right to adapt and further develop CAP to its own requirements at any time and without prior notice. Necessary adaptation work may also be outsourced to third-party service providers or vicarious agents.

17 Severability clause

If individual parts of these General Terms and Conditions of Business are or become invalid within the meaning of German law, this shall not affect the validity of the remaining provisions.

18 Jurisdiction

The place of jurisdiction for disputes regarding rights and obligations arising from the contractual relationship between DGGG and the cooperation partner as well as regarding its effectiveness is, as far as permissible, the registered office of DGGG.

**Program regulations
for JackpotPiraten.de and BingBong.de**
(effective from 01.03.2023)



General

Affiliate publisher undertake to comply with the advertising restrictions set out in the State Gambling Treaty 2021 as well as the ancillary provisions applicable to *DGGS Deutsche Gesellschaft für Glücksspiel mbH* (to be read at <https://bit.ly/3QmrVHS>) and indemnifies *DGGS Deutsche Gesellschaft für Glücksspiel mbH* against third-party claims for violations of these provisions by its publisher.

In particular, publisher undertake to comply with the following rules:

- Parallel advertising of gambling offers not licensed in Germany is prohibited.
- The permitted advertising times must be observed (cf. § 5 GlüStV 2021)
No advertising of *DGGS Deutsche Gesellschaft für Glücksspiel mbH* products is permitted between 6 am and 9 pm
- The content of the publishers may not be directed specifically at minors or comparably endangered target groups.
- Inaccurate statements about chances of winning are prohibited.
- Winnings may not be offered in a seductive manner.
- Gambling may not be presented as a solution to financial problems.
- Use of compulsory information that participation in gambling is only permitted from the age of 18, gambling can be addictive and reference to offers of help (www.buwei.de or www.bzga.de). The mandatory notices must be clearly visible to third parties.

Furthermore, the following is not allowed:

- Copying original advertisements of JackpotPiraten and BingBong brands.
- Direct or non-stop forwarding to www.jackpotpiraten.de or www.bingbong.de.
- Combinations of multiple coupons.
- Use of outdated coupon campaigns.
- Use of coupon codes that are not intended for affiliates (i.e., not communicated by us).
- Any kind of cookie dropping and iFrames.
- Commission passing
- Sexualized language and sexual content of any form
- Crude language, profanity, or religious slurs.
- Positive depiction of drugs or weapons, including their accessories
- Call for discrimination of persons
- Content that may harm children
- Depictions of violence of any kind
- Downloading or streaming of illegal pirate copies of films, music or software
- Integration of non-network vouchers. This applies to all vouchers that are not provided via the partner platform.
- Cooperation with sub-affiliate networks, banner networks or similar only after written consent by the advertiser. Non-compliance will result in immediate termination of the partnership. Generated revenues will not be commissioned.
- Pages that are still under construction or generate errors, as well as pages whose content check is not possible.
- Missing imprint
- Any infringement of third-party rights (including copyrights, patent rights, trademark rights, general personal rights, intellectual property rights or other rights). This applies, but not exclusively, to the registration and use of domains.
- Commissionable own registrations are not allowed and will not be remunerated.

Attention must be paid to the correct spelling of the trademarked brands:

- JackpotPiraten (always one word with a capital J/P).
- BingBong (always one word with a capital B each)

Forwarding to landing pages of www.jackpotpiraten.de and www.bingbong.de is only permitted if a registered affiliate landing page is visible to the user.

Postview tracking is only permitted in coordination with the merchant.

In case of violation, the corresponding sales cannot be remunerated.

SEO and SEM/SEA Restrictions.

The following is not allowed:

- Use of the trademarks JackpotPiraten and BingBong as well as any other protected trademarks of *DGGS Deutsche Gesellschaft für Glücksspiel mbH* as search terms in search engine marketing, as well as for terms which, due to any linguistic identity, comparability or similarity of characters or due to the modification of individual letters, are likely to cause confusion among users or may lead them to confusion.
- "JackpotPiraten" or "BingBong" as a search term in all spellings, including misspellings, abbreviations, modified capitalization and in combination with other words and terms.
- Use of the trademarks "JackpotPiraten" or "BingBong" in the ad text.
- Use of the trademarks "JackpotPiraten" or "BingBong" in domains and subdomains of the advertisement URL.

Product data

It is not allowed to use the data feeds of www.jackpotpiraten.de or www.bingbong.de outside of the own websites (on third party platforms such as Google Shopping).

Cashback

The use of browser plugins or extensions that allow users to claim cashback from JackpotPiraten or BingBong is prohibited and will result in the immediate termination of the partnership. Commissionable own registrations are prohibited. Turnover generated by this will not be commissioned.

Advertising material

Only advertising material provided by the partner network is allowed.