

Programmspezifische Teilnahmebedingungen für das Partnerprogramm Postbank – eine Niederlassung der Deutsche Bank AG

Stand 15.05.2020

1) Besondere Teilnahmevoraussetzungen für Partner

Der Partner darf nicht Mitarbeiter der Deutsche Bank AG sein.

2) Pflichten des Partners im Zusammenhang mit Werbeflächen und Werbetätigkeiten

2.1 Dem Partner sind folgende Werbetätigkeiten ausdrücklich untersagt: Werbung per Telefon, Werbung per Telefax, Werbung per E-Mail ohne vorherige Einwilligung des Empfängers, Haustürgeschäfte im Sinne des 312 BGB, Setzen eines Cookies ohne bewussten Klick des Kunden auf ein Werbemittel (Cookie-Dropping/Cookie-Spamming), Einrichtung sogenannter Klickfarmen, Click-Spamming oder DDos-Attacken, Werben über Paid4 Seiten.

2.2 Es ist dem Partner untersagt, vergütungspflichtige Geschäfte unter Angabe falscher Tatsachen oder durch sonstige Täuschung zu generieren.

3) Sonstige Anforderungen an die Werbeflächen und Werbetätigkeiten

3.1 Keyword-Advertising: Es dürfen keine Keywords unter Verwendung von Zeichenfolgen geschaltet werden, die von der Deutsche Bank AG geschützte Marken und/oder Produktbezeichnungen inklusive möglicher Falschschreibweisen und Kombinationen enthalten. Die Display-URL darf keine Zeichenfolgen enthalten, die von der Deutsche Bank AG Marken und/oder Produktbezeichnungen inklusive möglicher Falschschreibweisen und Kombinationen enthalten.

3.2 E-Mail-Werbung: E-Mails mit Postbank-Werbung dürfen an Dritte nur nach vorheriger schriftlicher Freigabe durch einen Ansprechpartner der betreuenden Agentur The Reach Group versendet werden. Dabei hat der Publisher sämtliche gesetzlichen Vorgaben zu erfüllen, insbesondere E-Mails mit Advertiser-Werbung nur an solche Personen zu versenden, die zuvor ausdrücklich ihre Einwilligung zum Erhalt von E-Mails mit entsprechender Werbung erklärt haben. Der Partner garantiert The Reach Group, dass die jeweilige ausdrückliche Einwilligung dokumentiert wird und ggf. nachgewiesen werden kann bzw. stellt The Reach Group auf Anforderung den Nachweis zur Verfügung. Die Platzierung der Postbank-Werbung in E-Mails ist in Abgrenzung zum redaktionellen Inhalt als "Werbung" kenntlich zu machen. Versendet ein Publisher reine Werbe-E-Mails ohne redaktionellen Inhalt, so sind diese als solche im Betreff der E-Mails zu kennzeichnen. Der Publisher darf die Absender-Adresse und die inhaltliche Gestaltung seiner E-Mails nicht so einrichten, dass für den Empfänger der Eindruck entsteht, der Absender der E-Mail sei die Postbank – eine Niederlassung der Deutsche Bank AG oder die Deutsche Bank AG.

3.3 Der Partner ist nicht befugt, gegenüber Dritten rechtsverbindliche Erklärungen für financeAds oder für die Deutsche Bank AG abzugeben oder den Anschein zu erwecken, hierzu befugt zu sein.

4) Vergütung

4.1 Der Partner verliert den Anspruch auf Provisionen, die unter Verstoß gegen die Pflichten nach Punkt 2 dieser zusätzlichen Teilnahmebedingungen entstanden sind.

5) Einsatz von Sub IDs

5.1 Dem Publisher ist es bei Meidung einer Vertragsstrafe von 5.001,00 Euro für jeden einzelnen Fall, unter Ausschluss der Einrede des Fortsetzungszusammenhanges, verboten, ihm durch die Auswertung der Besucherstatistiken der von ihm betriebenen Werbeflächen oder auf sonstige Art und Weise bekanntgewordenen Informationen der Besucher seiner Werbefläche, insbesondere IP-Adresse und Zeitpunkt der Interaktion mit einem Werbemittel, mit den Informationen zu verknüpfen, die der Publisher vom Advertiser erhält, ob und dass ein bestimmter Besucher der Werbefläche auf der Seite des Advertisers eine vergütungsfähige Transaktion ausgelöst hat.

5.2 Insbesondere ist es dem Publisher zur Meidung der vorgenannten Vertragsstrafe verboten, diese Informationen durch die Verwendung sogenannter SubIDs zu erlangen oder zusammenzuführen.

5.3 Darüber hinaus verpflichtet sich der Publisher zur Meidung der vorgenannten Vertragsstrafe, Besucher der von ihm betriebenen Werbefläche nicht im Namen des Advertisers (Postbank – eine Niederlassung der Deutsche Bank AG) anzusprechen, namentlich, in fremden Namen deren Waren und Dienstleistungen zu bewerben.

6) Zuwendung im Sinne des § 70 WpHG

6.1. Der Affiliate Publisher nimmt zur Kenntnis, dass eine Zahlung auf die Generierung eines Leads in Zusammenhang mit dem Produkt Depot unter Umständen als Zuwendung im Sinne des § 70 WpHG qualifiziert werden kann und daher zu einer Qualitätsverbesserung für den Endkunden führen muss.

6.2. Insofern stimmt der Affiliate Publisher folgenden Bedingungen zu:
Der Affiliate Publisher stellt sicher, dass, soweit seine Webseite redaktionelle Angaben beinhaltet, die in Zusammenhang mit dem Produkt Depot stehen (z.B. eine Darstellung unterschiedlicher Produktangebote von verschiedenen Marktteilnehmern), sämtliche dort aufgeführten Angaben und Inhalte redlich, eindeutig und nicht irreführend sind und ausschließlich nach objektiv zutreffenden Kriterien zusammengestellt werden. Dabei ist sicherzustellen, dass Besuchern der Webseite und potentiellen Kunden der Postbank-Produkte eine werthaltige Informationsbasis geboten wird und dass durch den Affiliate Publisher erstellte oder verantwortete Inhalte bzw. Angaben zu entsprechenden Produktangeboten den Interessen der potentiellen Kunden nicht entgegenstehen. Der Affiliate Publisher stimmt zu, dass die Postbank potentielle Kunden über die Gewährung und den Betrag einer Zahlung an den Affiliate Publisher informiert, um eine entsprechende Transparenz herzustellen.