

CONDIZIONI GENERALI DI CONTRATTO PER I MEDIA ONLINE

Le seguenti Condizioni Generali di Contratto (di seguito „CGC“) disciplinano la relazione tra il Marketer e il Cliente in occasione della collocazione e dell'elaborazione degli ordini di pubblicità per i media online commercializzati dal Marketer, salvo diversa convenzione in forma scritta. Per quanto non ricomprendano la sfera delle Condizioni Generali di Contratto per i giornali o le riviste, le CGC si applicano anche agli ordini di pubblicità per applicazioni („apps“), siti web mobili e riviste digitali commercializzati dal Marketer. Il Cliente può richiedere, stampare, scaricare o salvare queste CGC in qualsiasi momento all'indirizzo werbung@isarvest.de.

1. Definizioni

1.1 „Offerta“ ai sensi delle presenti CGC è l'offerta del Marketer per la collocazione e la pubblicazione di uno o più mezzi pubblicitari in servizi di mediazione, informazione e comunicazione, in particolare la Rete Internet (di seguito „media online“) a fini di diffusione. Salvo diversa specificazione espressa come offerta vincolante, le offerte del Marketer sono soggette a modifica, cioè non vincolanti, e sono soggette alla disponibilità dei servizi offerti.

1.2 „Ordine di pubblicità“ ai sensi delle presenti CGC è l'offerta di un cliente per la collocazione e la pubblicazione di uno o più annunci o altri mezzi pubblicitari (di seguito collettivamente denominati „mezzi pubblicitari“ o „annuncio“) di un annunciatore o altro pubblicitario (di seguito collettivamente denominati „annunciatore“) nei media online a fini di diffusione. L'Annunciatore può essere un'agenzia o un annunciatore diretto.

1.3 Un mezzo pubblicitario ai sensi delle presenti CGC può consistere, tra l'altro, in uno o più dei seguenti elementi: un'immagine e/o testo, sequenze audio e/o immagini in movimento (compresi banner, video), grafica o testo a cui è collegata l'offerta del Partner o l'integrazione del contenuto del Partner nei media online.

1.4 „Marketer“ è Isarvest GmbH per tutti i media online commercializzati dall'azienda.

1.5 La „Pubblicità online basata sull'utilizzo“ ai sensi delle presenti CGC è qualsiasi mezzo pubblicitario online che viene

mirato con l'aiuto di dati personali dell'assegnazione effettiva o presunta a un gruppo target specifico.

2. Conclusione del contratto

2.1 In caso di un ordine di pubblicità, il contratto è concluso, salvo diverso accordo espresso individualmente, mediante la pubblicazione del mezzo pubblicitario (nel caso di più mezzi pubblicitari del primo mezzo pubblicitario) nei media online commercializzati dal Marketer o mediante conferma del Marketer in forma scritta. Se il Marketer fa un'offerta vincolante, il contratto sarà concluso mediante la dichiarazione di accettazione del Cliente.

2.2 Se nell'ordine di pubblicità è specificato solo un volume pubblicitario totale, il Marketer determinerà la dimensione e la pianificazione delle singole inserzioni pubblicitarie in accordo con il Cliente, a seconda della disponibilità, altrimenti a sua ragionevole discrezione, tenendo conto dell'interesse del Cliente. Il Cliente dovrà garantire che le inserzioni coperte dal contratto vengano prenotate entro il termine del contratto.

2.3 Se le agenzie effettuano ordini pubblicitari, il contratto sarà concluso con l'agenzia, salvo diversi accordi in forma scritta. L'agenzia sarà tenuta a fornire al Marketer, su richiesta, la prova della transazione attraverso una copia dal Registro delle imprese, dalla quale risulta la prenotazione degli ordini pubblicitari e la prova del mandato.

2.4 Gli ordini pubblicitari provenienti dalle agenzie pubblicitarie e di media saranno accettati solo per gli inserzionisti esattamente specificati. La pubblicità per prodotti o servizi di un inserzionista diverso da quello specificato nella prenotazione richiederà comunque il preventivo consenso del Marketer in forma scritta.

2.5 Se non è esclusa l'assegnazione di una commissione di agenzia (AE), una tariffa di intermediazione del 15% sul netto della fattura, cioè sulla somma della fattura senza IVA dopo la detrazione degli sconti, sarà corrisposta per tutti gli ordini di prenotazione di spazi pubblicitari effettuati tramite un'agenzia pubblicitaria riconosciuta dal Marketer. Questo esclude, in particolare, le tariffe di installazione, i costi tecnici, nonché la

remunerazione per i servizi creativi e tutti i prodotti di targeting.

2.6 Le modifiche e gli integramenti di un contratto, così come le deviazioni da queste GTC, devono essere effettuati in forma scritta. Per le modifiche e gli integramenti del contratto, ciò si applica anche alla rinuncia alla clausola della forma scritta.

2.7 Nel caso di prenotazioni effettuate da un'agenzia, il Marketer si riserva il diritto di inoltrare le conferme di prenotazione anche al Cliente dell'agenzia.

2.8 Se un Cliente prenota mezzi pubblicitari dal Marketer nell'ambito di un contratto per media online che non sono esclusivamente commercializzati dal Marketer o per mezzi pubblicitari che vanno oltre i media online, il Marketer non può dare un impegno vincolante per quanto riguarda la pubblicazione dei mezzi

3. Pubblicazione della pubblicità

3.1 La progettazione e la sovranità editoriale dei siti web commercializzati dal marketer spettano ai rispettivi media online. Il marketer si riserva quindi il diritto di cambiare la struttura delle pagine e/o la designazione delle aree in qualsiasi momento. Se i mezzi pubblicitari devono essere pubblicati solo in determinate date di pubblicazione o in determinati luoghi dei media online, ciò richiederà un esplicito accordo con il marketer. Una ridistribuzione minore dei mezzi pubblicitari online all'interno dell'ambiente concordato è possibile se tale ridistribuzione non ha un effetto negativo significativo sull'impatto pubblicitario dei mezzi pubblicitari. Gli ordini per questi mezzi pubblicitari devono essere ricevuti dal marketer in tempo utile in modo che il cliente possa essere informato prima della pubblicazione se l'ordine non può essere eseguito in questo modo. Gli annunci classificati saranno pubblicati nella rispettiva categoria senza che ciò richieda un esplicito accordo.

3.2 Indipendentemente dalla pubblicazione sui media online, il marketer ha il diritto, ma non l'obbligo, di pubblicare gli ordini di pubblicità anche su altri media online del marketer nell'ambito delle possibilità tecniche. I modelli disponibili per i media online possono essere adattati alle rispettive esigenze.

3.3 I mezzi pubblicitari saranno offerti e consegnati dal marketer come multiscreen standard (sito web, sito web mobile, app, pagine mobile accelerate, ecc.). Il marketer è libero di distribuire i mezzi pubblicitari attraverso i canali. Dopo la consultazione e la corrispondente regolazione dell'offerta, il marketer limita la diffusione solo a determinati canali o distribuisce la diffusione dopo la consultazione.

3.4 I mezzi pubblicitari saranno consegnati anche al traffico non consensuale (raggiungimento senza o con solo parziale consenso dell'utente o raggiungimento con opt-out dell'utente per il trattamento dei dati personali).

3.5 In linea di principio, non viene promessa l'esclusione di pubblicità concorrente.

3.6 Il marketer collocherà i mezzi pubblicitari online - a parte gli accordi contrattuali speciali - nello spazio pubblicitario durante il periodo prenotato e/o fino a quando non sarà stata raggiunta la prestazione media prenotata. Il marketer informerà il cliente sul numero di impressioni pubblicitarie e/o clic pubblicitari consegnati durante la campagna in un formato specificato dal marketer. Nel caso di campagne a lungo termine, verrà effettuata una fatturazione effettiva mensile. In caso di sottoutilizzo, il marketer effettuerà - per quanto possibile e appropriato - una consegna successiva in conformità con le impressioni pubblicitarie concordate con il cliente. La consegna successiva avverrà - salvo accordi speciali in forma scritta - durante o dopo il periodo concordato nel contratto.

3.7 Il numero determinato dal server pubblicitario del Marketer sarà decisivo per il conteggio delle metriche rilevanti per la fatturazione (ad esempio, impressioni pubblicitarie, visualizzazioni). Il Cliente ha la facoltà di dimostrare che il numero effettivo si discosta da questo. Tuttavia, una deviazione non superiore al 10% rimarrà irrilevante in ogni caso.

3.8 Se il Cliente dimostra una deviazione dei dati effettivi rispetto ai dati determinati dal Marketer di oltre il 10% in conformità alla clausola 3.7, la seguente regolamentazione si applica al numero di metriche rilevanti per la fatturazione che superano la deviazione del 10% (di seguito „sovradeviiazione“): il Cliente dovrà notificare immediatamente al Marketer la sovradeviiazione e, per quanto possibile, durante il termine della campagna via e-mail all'indirizzo werbung@isarvest.de. Il Cliente analizzerà il motivo della sovradeviiazione insieme al Marketer. Le parti analizzeranno congiuntamente il motivo della deviazione e cercheranno di rimediare alla causa. Nella misura in cui la causa sia determinata come un errore nella determinazione del numero di metriche rilevanti per la fatturazione da parte del Marketer, i dati che sarebbero stati determinati dal Marketer senza l'errore determinato saranno considerati decisivi nel risultato. Se la causa non può essere determinata in modo univoco, le parti dovranno mediare il numero di metriche rilevanti per la fatturazione in quella misura.

3.9 In generale, il Cliente non può misurare il traffico non autorizzato facendo riferimento alle persone. Il tracciamento

o la misurazione non è possibile senza il consenso dell'utente al trattamento dei propri dati personali. Il Marketer, d'altra parte, può misurare le metriche rilevanti per la fatturazione (ad esempio, impressioni pubblicitarie, visualizzazioni) sui siti web senza riferimento personale attraverso la propria integrazione tecnica. In questo senso, le sezioni 3.7 e 3.8 non si applicano a questo traffico. Il traffico non autorizzato viene fatturato secondo le cifre del Marketer.

4. Obblighi del cliente, etichettatura dei media pubblicitari e diritto di rifiuto del marketer

4.1 Il Cliente è responsabile per assicurarsi che i contenuti da esso forniti, in particolare i suoi mezzi pubblicitari e i siti web a cui si riferiscono i rispettivi mezzi pubblicitari, siano progettati in modo tale da non violare le disposizioni legali e, in particolare, rispettino le normative relative alla protezione dei minori, alla stampa, alla concorrenza, alla protezione dei dati, alla legge penale e alla legge sui servizi media.

4.2 In caso di violazione della clausola 4.1, il Cliente dovrà indennizzare integralmente il Marketer di tutti i costi sostenuti dal Marketer come conseguenza, compresi i costi della difesa legale, a prima richiesta. Il Marketer non è obbligato a verificare i mezzi pubblicitari prima della loro pubblicazione.

4.3 Il Marketer si riserva il diritto di respingere pubblicità o altri mezzi pubblicitari, in particolare se il loro contenuto viola leggi o regolamenti ufficiali o se il loro contenuto è stato oggetto di obiezione da parte del Consiglio tedesco per la pubblicità in una procedura di reclamo o se la loro pubblicazione viola i diritti di terzi o gli interessi del Marketer a causa del loro contenuto, design, origine o forma tecnica. Il Cliente sarà immediatamente informato del rifiuto di un mezzo pubblicitario. Nel caso di mezzi pubblicitari la cui comparsa corrisponde al design editoriale dei media online, il Marketer si riserva il diritto di obiettare nel senso del suo mandato giornalistico. I mezzi pubblicitari che hanno un design editoriale devono essere chiaramente distinguibili dal tipo di carattere di base del media online e devono essere contrassegnati con la parola „Pubblicità“. I mezzi pubblicitari che non sono riconoscibili come pubblicazione pubblicitaria a causa del loro design devono essere chiaramente identificati come tali dal Marketer con la parola „Pubblicità“ o „Contenuto sponsorizzato“.

4.4 I mezzi pubblicitari contenenti pubblicità di o per terzi (pubblicità congiunta) richiedono il preventivo consenso del Marketer in forma scritta in ciascun singolo caso. Gli inserzionisti devono essere nominati. Il Marketer si riserva il diritto di addebitare un sovrapprezzo combinato o uno sconto diverso.

4.5 Il Cliente deve mantenere i siti web a cui il Mezzo pubblicitario deve essere collegato per tutta la durata del contratto.

4.6 Se il Cliente è già stato avvertito o sta per essere avvertito a causa del contenuto di un mezzo pubblicitario o ha già presentato o sta presentando una dichiarazione di cessazione e desistere, il Cliente è obbligato a informare immediatamente il Marketer di questo. Se il Cliente non rispetta questo obbligo, il Marketer non sarà responsabile per eventuali danni subiti dal Cliente a seguito della ripetuta pubblicazione degli annunci (contenuti) oggetto di obiezione.

4.7 Il Marketer ha il diritto di interrompere la posizione e la pubblicazione del supporto pubblicitario prenotato se il cliente ha modificato il contenuto a cui il banner è collegato tramite collegamenti ipertestuali e/o sussiste il sospetto di un supporto pubblicitario illegale e/o contenuti illegali di uno dei siti web collegati e/o la violazione dei diritti di terzi e/o il cliente è in ritardo con il Marketer della remunerazione. Ciò si applica in particolare nei casi di rivendicazioni avanzate da terzi contro il Marketer o il cliente a causa della posizione e della pubblicazione del materiale pubblicitario prenotato o nel caso di indagini da parte delle autorità statali a causa di tali contenuti. Il diritto del Marketer alla remunerazione rimane inalterato da ciò.

5. Trasmissione del materiale pubblicitario online

5.1 È responsabilità del cliente fornire modelli adeguati, in particolare modelli conformi al formato o alle specifiche tecniche del marketer per la creazione e la trasmissione dei media pubblicitari online, compresi tutti i contenuti, le informazioni, i dati, i file e altri materiali necessari per i media pubblicitari (di seguito „modelli“) in modo completo, privo di errori e virus e in tempo utile, ovvero, salvo diversa accordo, almeno 7 giorni lavorativi prima della pubblicazione, e contrassegnarli in modo sufficiente per l'uso da parte del marketer. Nel caso in cui il marketer sia incaricato della posizionamento di pubblicità online basate sull'uso, le specifiche tecniche da rispettare da parte del cliente possono prevedere in particolare che il materiale pubblicitario da posizionare debba essere trasmesso. Pubblicazioni indesiderate risultanti da una deviazione dell'inserzionista dalle raccomandazioni del marketer non daranno diritto ad alcuna riduzione del prezzo. Il marketer non è tenuto a verificare la completezza e la correttezza del contenuto.

5.2 I costi sostenuti dal marketer per le modifiche ai modelli richieste dal cliente o di cui il cliente è responsabile sono a carico del cliente.

5.3 Il cliente garantisce che i file trasmessi sono privi di virus

informatici prima della trasmissione digitale degli originali. In particolare, il cliente è tenuto ad utilizzare programmi di protezione commercialmente disponibili a tale scopo, che devono essere aggiornati in ogni caso. Se il marketer scopre fonti di danni del tipo sopra menzionato su un file trasmesso, il marketer non utilizzerà più questo file e lo cancellerà, se necessario, per prevenire o limitare i danni (in particolare per impedire la diffusione della fonte di danno al sistema IT del marketer), senza che il cliente possa avanzare pretese di risarcimento in tal senso. Il marketer si riserva il diritto di rivalersi sul cliente per i danni subiti a causa di tali fonti di danno infiltrate dal cliente.

5.4 Nel caso in cui la consegna del materiale pubblicitario non sia puntuale, incompleta e/o non conforme alle specifiche tecniche o alle Linee guida per il tracking, il marketer ha il diritto di riempire i posizionamenti previsti altrove fino a quando la consegna non è priva di difetti. L'esecuzione del contratto sarà poi effettuata a discrezione del marketer. Tuttavia, il cliente è tenuto a pagare l'intero prezzo del posizionamento.

5.5 Se un ordine pubblicitario non viene eseguito o viene eseguito in modo errato perché il Cliente viola i propri doveri di cooperazione, in particolare se l'artwork non viene consegnato in tempo, è incompleto e/o difettoso o contrassegnato in modo errato, viene cancellato ai sensi della clausola 5.3 o le specifiche tecniche non sono implementate, il Marketer avrà comunque diritto alla remunerazione concordata.

5.6 Indipendentemente dalla consegna dei media pubblicitari digitali, un ordine deve essere effettuato in forma di testo con identificazione del motivo. La consegna dei media pubblicitari da sola non costituisce la posa di un ordine.

5.7 Le parti nominano ciascuna una persona responsabile per il coordinamento del contenuto.

5.8 In casi eccezionali, il Marketer può consentire la fornitura di media pubblicitari tramite un server di pubblicità esterno. In tali casi, il Marketer si riserva il diritto di visualizzare questi motivi pubblicitari prima della loro pubblicazione e di rifiutare la pubblicazione se necessario. Il Cliente è obbligato a presentare questi motivi pubblicitari al Marketer per l'ispezione e di notificare al Marketer eventuali modifiche successive.

6. Mancanze

6.1 Se la pubblicazione dell'annuncio non rispetta la qualità o la performance prevista dal contratto, il cliente ha il diritto ad una riduzione del pagamento o ad una sostituzione dell'annuncio, ma solo nella misura in cui lo scopo dell'annuncio è stato

compromesso. Il marketer ha il diritto di rifiutare la sostituzione dell'annuncio o della pubblicazione sostitutiva se:

(a) ciò richiede uno sforzo che, tenendo conto del contenuto dell'obbligazione contrattuale e dei principi di buona fede, è sproporzionato rispetto all'interesse del cliente alla prestazione, o

(b) ciò sarebbe possibile solo per il marketer a costi sproporzionatamente elevati. Se il marketer lascia scadere un periodo di tempo ragionevole stabilito per la sostituzione dell'annuncio o la pubblicazione di altri mezzi pubblicitari e la pubblicazione sostitutiva non è nuovamente priva di difetti, il cliente ha diritto ad una riduzione del pagamento o alla cancellazione dell'ordine. In caso di difetti insignificanti nell'annuncio o nella pubblicazione di altri mezzi pubblicitari, la cancellazione dell'ordine è esclusa.

6.2 Il cliente deve verificare immediatamente i mezzi pubblicitari dopo la prima pubblicazione. Le segnalazioni di difetti devono essere comunicate al marketer immediatamente dopo la pubblicazione, a meno che i difetti non siano evidenti, caso in cui si applica un periodo di sei mesi.

6.3 Il marketer è responsabile di tutti i danni, sia derivanti da una violazione di obblighi contrattuali che da illecito civile, conformemente alle seguenti disposizioni:

(a) In caso di grave negligenza, la responsabilità verso gli imprenditori è limitata al risarcimento del danno tipico e prevedibile; questa limitazione non si applica nella misura in cui il danno è stato causato dai rappresentanti legali o dirigenti del marketer.

(b) In caso di semplice negligenza, il marketer sarà responsabile solo se è stato violato un obbligo contrattuale sostanziale, è stata assunta una garanzia o è stata fatta una rappresentazione fraudolenta. Gli obblighi contrattuali sostanziali sono obblighi la cui adempimento è una condizione per l'esecuzione corretta del contratto e il cui rispetto il partner contrattuale si affida e può contare. In tali casi, la responsabilità è limitata al danno tipico e prevedibile. In caso di responsabilità solo per il danno tipico e prevedibile, non vi sarà responsabilità per danni indiretti, conseguenti o perdita di profitto.

6.4 Tutte le richieste contro il marketer derivanti da una violazione di un dovere contrattuale decadono dopo un anno dalla scadenza legale del periodo di prescrizione, a meno che non siano basate su comportamenti intenzionali o gravemente negligenti.

6.5 In caso di richieste ai sensi della legge sulla responsabilità

del prodotto e in caso di lesioni a vita, arti o salute, il Marketer sarà responsabile senza limiti ai sensi delle disposizioni di legge.

7. Link di anteprima

I link di anteprima verranno forniti solo su richiesta specifica. Il Marketer terrà conto di tutte le correzioni di errori che gli vengono comunicate entro il momento della pubblicazione o entro la scadenza stabilita quando viene inviato il link di anteprima.

8. Pagamenti

8.1 Le fatture saranno emesse mensilmente in base alla prestazione del servizio. La fatturazione può anche riferirsi a parti dell'intero ordine. L'ultima fattura verrà emessa al termine della completa erogazione dei servizi, salvo diverso accordo in casi individuali. Termini di pagamento: pagamento netto in contanti immediatamente al ricevimento della fattura, salvo diverso accordo in questi GTC o in forma testuale in casi individuali. Il Marketer si riserva il diritto di richiedere il pagamento anticipato prima della pubblicazione per motivi giustificati, come l'inizio di una nuova relazione commerciale.

8.2 Il Cliente può compensare le richieste del Marketer solo contro una richiesta indiscussa o legalmente stabilita. Il Cliente ha diritto di esercitare un diritto di ritenzione solo se la richiesta contraria è indiscussa o legalmente stabilita e si basa sullo stesso rapporto contrattuale.

8.3 Il Marketer può sospendere ulteriori esecuzioni dell'ordine pubblicitario o del contratto pubblicitario corrente fino al pagamento e richiedere il pagamento anticipato per le rimanenti pubblicità.

8.4 In caso di dubbi giustificati sulla capacità di pagamento del Cliente, il Marketer ha il diritto, anche durante la durata di un contratto, di subordinare la pubblicazione di ulteriori pubblicità al pagamento anticipato dell'importo e alla liquidazione delle fatture in sospeso, indipendentemente da qualsiasi termine di pagamento originariamente concordato.

9. Voucher pubblicitario (screenshot)

Il Marketer fornirà uno screenshot per le pubblicità e altri media pubblicitari su richiesta; il Marketer si riserva il diritto di richiedere una remunerazione separata e appropriata per questo. Se non è più possibile ottenere una ricevuta, verrà sostituita da un certificato legalmente vincolante del Marketer sulla pubblicazione e distribuzione della pubblicità.

10. Prezzi

10.1 I prezzi sono sempre esclusi dell'IVA applicabile secondo la legge; ciò si applica in particolare ai prezzi indicati negli ordini pubblicitari.

10.2 Il Marketer ha il diritto di modificare i prezzi in qualsiasi momento con effetto per il futuro. Le modifiche dei prezzi per i contratti pubblicitari sono efficaci se sono annunciate dal Marketer almeno un mese prima della pubblicazione della pubblicità; in questo caso il Cliente ha il diritto di recesso. Il diritto di recesso deve essere esercitato per iscritto entro 14 giorni dalla ricezione della notifica di modifica del prezzo. Il diritto di recesso non si applica agli ordini da elaborare in un obbligo continuativo. In questo caso, le modifiche alla lista dei prezzi avranno effetto immediato, a meno che non sia espressamente diversamente concordato.

11. Trasferimento e garanzia dei diritti

11.1 Il Cliente è responsabile per assicurarsi che i modelli forniti da lui, in particolare i suoi media pubblicitari e i siti web a cui si riferiscono i rispettivi media pubblicitari, non violino i diritti di terzi; in particolare, dichiara di essere il proprietario di tutti i diritti di utilizzo e sfruttamento necessari per la collocazione e la pubblicazione dei modelli forniti da lui, nonché per i contenuti pubblicati sul suo sito web e che ha il diritto di disporre di essi. Nel caso della creazione di pubblicità da parte del Marketer, il Cliente dichiara inoltre di possedere tutti i diritti necessari per la creazione della pubblicità. A tal fine, egli dovrà indennizzare il Marketer contro tutte le pretese di terzi a prima richiesta. Ciò include anche i costi per la difesa legale. Il Cliente è obbligato a sostenere il Marketer con informazioni e documenti nella difesa legale contro i terzi.

11.2 Il cliente trasferirà al marketer i diritti non esclusivi di utilizzo, diritti di copyright accessori, diritti di marchio e altri diritti necessari per la creazione e la pubblicazione della pubblicità su carta stampata, online e telemedia di ogni tipo, incluso Internet, relativamente ai contenuti forniti dal marketer, in particolare il diritto di riprodurre, distribuire, trasmettere, diffondere al pubblico, estrarre da un database e recuperare, utilizzando tutti i processi tecnici noti e tutte le forme di media online note, sia in termini di tempo che di contenuto, fino a quando è necessario per l'esecuzione dell'ordine. Inoltre, il marketer riceverà il diritto di autopromozione a tempo indeterminato per il marketer o gli oggetti rispettivi, incluso il diritto di utilizzare i contenuti e i KPI raggiunti dalla campagna come dimostrazione o caso di settore, il diritto di inclusione e recupero da un database, il diritto di archiviazione e accesso pubblico, in ogni caso in relazione al

prodotto di pubblicazione per i propri scopi e da parte di terzi. I diritti sopra menzionati saranno in ogni caso trasferiti senza limitazioni locali e saranno liberamente cedibili a terzi.

11.3 La concessione dei diritti si applica espressamente all'uso tramite reti e mezzi di comunicazione fissi e mobili, comprese tutte le tecnologie di trasmissione e recupero digitali ed analogiche, in particolare via cavo, radio, reti satellitari fisse e mobili e microonde, tutti i metodi di trasmissione conosciuti e futuri (in particolare WAN, LAN, WLAN, broadband, VHF, GSM, GPRS, EDGE, UMTS, HSDPA, HSUPA e DVB-T e DVB-H), protocolli e lingue (come TCP/IP, IP, HTTP, WAP, HTML, cHTML e XML), incluso la riproduzione su qualsiasi dispositivo ricevente, come in particolare computer fissi, mobili e ultra-mobili, televisori, set-top box, videoregistratori (hard disk), telefoni cellulari, tablet, assistenti digitali mobili (MDA), assistenti digitali personali (PDA) e dispositivi mobili di internet (MID), e include l'uso nel contesto dei servizi di telecomunicazioni, telemedia e di trasmissione (come i portali web e mobili, le applicazioni, i widget, RSS, SMS, MMS, e-mail, messenger e servizi di messaggistica e indipendentemente dal fatto che siano forniti come servizi di push o pull) e nel contesto di qualsiasi forma di lavoro di pubblicità e/o di pubbliche relazioni (incluso l'uso del contenuto come parte integrante della pubblicità online, come banner, video, screenshot, campioni audio, teaser, newsletter, titoli e nomi per l'attività, i servizi o i prodotti del marketer, i media online commercializzati dal marketer e/o da terzi).

11.4 Qualsiasi concetto e componente alla base delle offerte del Marketer sono protetti dal diritto d'autore e dalle leggi sulla concorrenza e devono essere trattati con riservatezza dal Cliente. In particolare, questi concetti non possono essere trasmessi a terzi, né in questa forma né in forma modificata, né possono essere utilizzati dal Cliente per i propri scopi al di fuori del contratto.

11.5 Se un file grafico o in qualsiasi altro modo il nome, il logo, il marchio dell'azienda, il marchio registrato, il titolo del lavoro o altro riferimento commerciale viene utilizzato in relazione al materiale pubblicitario, il Cliente concede al Marketer il diritto non esclusivo e non trasferibile di utilizzare il file grafico o i segni corrispondenti nel rispettivo materiale pubblicitario per la durata del contratto.

11.6 I motivi pubblicitari (promozioni) progettati dal Marketer per il Cliente possono essere utilizzati solo per la pubblicità nei titoli/edizioni prenotati a questo scopo con il Marketer. Non vengono concessi ulteriori diritti.

12. Durata

12.1 Il contratto si conclude con la scadenza del periodo di contratto concordato nell'offerta pubblicitaria (descritta ai punti 2 e seguenti di queste CGC).

12.2 Se le parti non hanno espressamente concordato un termine di contratto, la collocazione dei media pubblicitari deve essere interrotta dal cliente entro sei mesi dalla conclusione del contratto, in caso di dubbio.

12.3 Il diritto di risoluzione straordinaria per giusta causa previa avvertenza rimane impregiudicato. La risoluzione deve essere effettuata per iscritto. Il diritto alla risoluzione senza preavviso per giusta causa sussiste in particolare se una delle parti viola ripetutamente un'obbligazione contrattuale essenziale nonostante un avvertimento scritto, non riesce a rimediare una violazione continuativa del contratto entro un periodo ragionevole o non riesce a rimediare le sue conseguenze, è stato emesso un avvertimento contro una e/o entrambe le parti e/o contro un mezzo online commercializzato dal Marketing come risultato di un servizio contrattuale e/o è stata ottenuta un'ordinanza provvisoria o il Marketer ha motivi ragionevoli per sospettare che il Cliente o i contenuti forniti dal Cliente violino o infrangano disposizioni legali applicabili, in particolare del codice penale, del trattato interstatale sulla protezione dei minori nei media o delle linee guida pubblicitarie applicabili; un sospetto ragionevole che il cliente o i contenuti forniti dal cliente violino le disposizioni legali deve essere considerato esistente. Il sospetto ragionevole esiste non appena il Marketer ha indicazioni basate sui fatti di una violazione delle disposizioni legali, in particolare non appena sono avviate le indagini preliminari contro il Marketer, il Cliente e/o contro i mezzi online commercializzati dal Marketer o non appena le autorità competenti richiedono una dichiarazione. Inoltre, sussiste un motivo di risoluzione senza preavviso se sono state prese misure di esecuzione contro una delle parti contraenti e non sono state sollevate entro un mese.

13. Disruzione della relazione contrattuale in caso di forza maggiore

Se l'adempimento di un contratto viene annullato total o parzialmente per motivi non imputabili al Marketer, in particolare a causa di guasti informatici, forza maggiore, sciopero, a causa di disposizioni legali, a causa di interruzioni dal campo di responsabilità di terzi (ad esempio altri fornitori), operatori di rete o fornitori di servizi o per motivi comparabili, le parti si accordano già ora sull'esecuzione dopo la scadenza del periodo di contratto. La pretesa di remunerazione rimane impregiudicata. Se l'adempimento di un contratto viene annullato total o parzialmente per motivi imputabili al cliente, le disposizioni legali si applicano in ogni caso.

14. Riservatezza e stampa

14.1 Salvo diversamente concordato per iscritto, le parti contraenti si impegnano a considerare come strettamente riservati i dettagli del rapporto contrattuale, in particolare i prezzi e le condizioni, nonché i segreti commerciali di cui vengono a conoscenza direttamente o indirettamente attraverso l'altra parte durante l'esecuzione del contratto. Ciò non si applica se la divulgazione è ordinata da un tribunale o dalle autorità o se è necessaria per far valere i propri diritti contro l'altra parte contraente in tribunale. L'obbligo continua per l'intera durata del contratto e indefinitamente oltre la sua eventuale risoluzione.

14.2 I comunicati stampa, nonché altre comunicazioni pubbliche a terzi sulla relazione commerciale tra il Marketer e il Cliente o riguardanti i dettagli degli accordi presi richiedono l'approvazione preventiva del Marketer. Ciò si applica anche alle pubblicazioni di loghi per i loghi forniti dal Marketer.

15. Protezione dei dati e utilizzo di dati anonimi

15.1 Le parti convengono che, in linea di principio, le parti non elaboreranno dati personali dell'altra parte nell'ambito del presente accordo. Ciò non si applica alla prestazione commerciale operativa di questo contratto (come ad esempio la conservazione dei contatti delle parti).

15.2 Se un Cliente o un Pubblicitario elabora dati personali ai sensi dell'art. 4 n. 1 del Regolamento sulla protezione dei dati tedesco (DSGVO) dalla pubblicazione di pubblicità sui media online e/o accede alle informazioni memorizzate sul terminale dell'utente finale come definito all'art. 5 par. 3 della direttiva 2009/136/CE o memorizza tali informazioni (ad es. mediante la memorizzazione di dati su un computer), il Cliente o il Pubblicitario è autorizzato a ritirare tali dati dai media online (ad es. mediante l'uso di protocolli come http(s), cookies, pixel di tracciamento, fingerprinting o tecniche corrispondenti in applicazioni) (di seguito anche collettivamente indicati come „Elaborazione“), il Cliente garantisce il rispetto delle seguenti disposizioni.

a) Tale elaborazione richiede sempre l'approvazione preventiva del Marketer. Il cliente e l'annunciatore rispetteranno le leggi applicabili (in particolare, ma non esclusivamente, il Regolamento tedesco sulla protezione dei dati (DSGVO), la Legge federale tedesca sulla protezione dei dati (BDSG), la Legge tedesca sui media telematici (TMG) o leggi corrispondenti di altri paesi) sotto la loro responsabilità anche nel caso di rilascio da parte del marketer. I dati di utilizzo possono essere elaborati solo in forma anonima o pseudonima; non possono mai essere

combinati dal cliente e/o dall'annunciatore con informazioni sul portatore del pseudonimo.

b) Il cliente / annunciatore ha il diritto di elaborare l'indirizzo IP degli utenti dei media online nella misura necessaria per lo scopo di posizionare media pubblicitari nei media online (ovvero per stabilire connessioni e visualizzare contenuti), ma non in forma integrale per altri scopi (ad esempio analisi/tracking/marketing) in conformità agli standard di protezione dei dati. Lo stesso si applica in particolare all'identificazione delle impronte del browser.

16. Prelievi prima dell'inizio della prestazione del servizio

Il cliente può recedere dai contratti dopo che sono stati conclusi in conformità con le seguenti condizioni: i recesso dai contratti devono essere effettuati in forma scritta all'attenzione della persona di contatto del cliente presso il marketer. Il marketer concede un recesso gratuito fino a tre mesi solari prima dell'inizio della prestazione del servizio concordata. La data di ricezione della lettera da parte del marketer è determinante per la data di recesso. Se questo periodo di recesso non viene rispettato, il cliente dovrà pagare il 50% del valore netto dell'ordine più l'IVA. La cancellazione è esclusa dopo l'inizio concordato della posizione.

Termini o pagamenti di risarcimento diversi si applicano alle seguenti forme di pubblicità:

Per le offerte cross-media, i concorsi, le campagne degli influencer, i recesso sono gratuiti fino a tre mesi prima dell'inizio concordato della posizione. Dopo di che, deve essere pagato il 50% del valore netto dell'ordine. La cancellazione è esclusa dopo l'inizio concordato della posizione.

Nel caso delle collaborazioni, i recesso sono possibili gratuitamente fino a tre mesi prima dell'inizio concordato della posizione. In seguito, deve essere pagato il 50% del valore netto dell'ordine. Anche in questo caso, è escluso il recesso dopo l'inizio concordato della posizione.

Nel caso di posizionamenti congiunti in giornate fisse, i recesso sono possibili gratuitamente fino a tre mesi prima dell'inizio concordato della posizione. Dopo questo periodo, deve essere pagato il 50% del valore netto dell'ordine. Anche in questo caso, è escluso il recesso dopo l'inizio concordato della posizione.

I costi tecnici e i costi per i servizi creativi sostenuti per la prenotazione fino al momento del recesso saranno addebitati al cliente per intero.

17. Disposizioni finali

17.1 Eventuali termini e condizioni aggiuntivi contenuti nell'elenco prezzi si applicano in aggiunta a queste Condizioni Generali di Vendita.

17.2 Il cliente verrà informato di eventuali modifiche alle Condizioni Generali di Vendita in forma scritta e su extraETF.com/media-sales. Saranno considerati approvati dal cliente, a meno che il cliente non si opponga per iscritto entro un mese dalla notifica.

17.3 La validità di condizioni contrattuali o commerciali generali del committente è espressamente esclusa. Ciò vale anche se la validità di tali termini e condizioni del cliente non è stata espressamente contestata e/o il marketer fornisce i servizi senza obiezioni, ovvero i media pubblicitari sono posizionati e pubblicati senza obiezioni.

17.4 Il luogo di esecuzione è la sede del marketer. Il foro competente è la sede del marketer. Si applica il diritto tedesco, escludendo la Convenzione delle Nazioni Unite sui contratti per la vendita internazionale di beni.

I TC sono stati redatti in tedesco. In caso di discrepanza, prevale la versione in lingua tedesca. I TC tedeschi sono disponibili all'indirizzo <https://de.extraetf.com/media-sales>