



## **Teilnahmebedingungen des Partnerprogramms der C&A Mode GmbH & Co. KG**

Stand: 23.06.2018

### **§ 1 Geltungsbereich**

1. Diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen (im Folgenden: „AGB“) gelten für die Teilnahme an einem Affiliate Netzwerk- oder Partnerprogramm (im Folgenden: „C&A Partnerprogramm“) zwischen der C&A Mode GmbH & Co. KG, Wanheimer Straße 70, 40468 Düsseldorf (im Folgenden: „C&A“) bzw. den Agenturen, die für C&A Partnerprogramme aufsetzen und/ oder verwalten (im Folgenden: Agentur) und den Partnern des C&A Partnerprogramms (im Folgenden: „Partner“), das C&A über eine Vertriebsplattform (im Folgenden: Netzwerk) ihrer Wahl betreibt bzw. durch eine Agentur betreiben lässt.
2. Eigene Geschäftsbedingungen des Partners bedürfen der ausdrücklichen schriftlichen Zustimmung von C&A und finden auch dann keine Anwendung, wenn C&A ihrer Geltung nicht widerspricht.

### **§ 2 Vertragsgegenstand**

1. Gegenstand dieser Bedingungen ist die Teilnahme des jeweiligen Partners am C&A Partnerprogramm. Das Partnerprogramm ermöglicht die Schaltung von im Einzelfall durch C&A freizugebender elektronischer C&A Werbung, z.B. Werbebanner, Textlinks, Produktempfehlungen, ö.ä. auf einem Online-Werbeträger des Partners.
2. Der Partner erhält für die erfolgreiche Vermittlung von Transaktionen (z.B. Leads, Sales) eine erfolgsabhängige, sich aus den bei dem jeweiligen Partnerprogramm von C&A bzw. der Agentur eingestellten Provisionsätzen ergebende Werbekostenerstattung (im Folgenden: „Provision“), deren Höhe von der jeweils erbrachten Leistung abhängt. Transaktionen können neben dem Erwerb von Waren von C&A („Sale“) auch ein Klick oder View eines Werbemittels, das Bestellen des C&A-Newsletters („Lead“), o.ä. sein. Vergütungsfähige Transaktionen sind in den Netzwerkbeschreibungen konkretisiert.
3. Ergänzend zu diesen AGB gelten die zum Zeitpunkt des Vertragsschlusses gültigen und zwischen dem Partner und dem Netzwerk vereinbarten Allgemeinen Geschäftsbedingungen des jeweiligen Affiliate-Netzwerks (im Folgenden „Netzwerk AGB“). Sofern die Netzwerk-AGB Regelungen enthalten, die diesen Bedingungen widersprechen, gelten allein diese AGB.

### **§ 3 Vertragsschluss**

1. Soweit nicht ausdrücklich anders vereinbart, bewerben sich Partner über das Bewerbungsverfahren des jeweiligen Netzwerks. Für das Bewerbungsverfahren selbst gelten die jeweiligen Netzwerk-AGB.
2. C&A behält sich sowie der Agentur vor, Anmeldungen abzulehnen, wenn die Inhalte der Partner-Werbeträger nicht der C&A Zielverfolgung entsprechen. Ein Anspruch des Partners auf Abschluss eines Vertrages mit C&A bzw. der Agentur besteht nicht.
3. Der Vertrag tritt in Kraft, sobald C&A oder die Agentur der Bewerbung des Partners zugestimmt und der Partner darüber per E-Mail in Kenntnis gesetzt wurde.
4. Sofern der Partner mehrere Internetseiten (Domains) betreibt und mit diesen Seiten auch am C&A Partnerprogramm teilnehmen möchte, ist der Partner verpflichtet, diese Internetseiten anzugeben. Die wirksame Einbeziehung dieser Domains in das Partnerprogramm bedarf der ausdrücklichen Bestätigung durch C&A bzw. die Agentur und kann durch formlose E-Mail bei C&A bzw. der Agentur beantragt werden. Eine erneute Anmeldung ist nicht notwendig. Genehmigte Domains sind vom Partner in seinem Partnerkonto bei dem jeweiligen Netzwerk hinzuzufügen.
5. Das C&A Partnerprogramm ist für Partner vorgesehen, die im Rahmen des Partnerprogramms Endkunden über ihren Werbeträger an C&A vermitteln. Gewerbliche Wiederverkäufer, die Bestellungen bei C&A tätigen, um wiederum an Endkunden zu verkaufen, sind vom C&A Partnerprogramm ausgeschlossen. Die Teilnahme als Partner mit der Absicht des Wiederverkaufs an Endkunden ist nur mit vorheriger schriftlicher Zustimmung von C&A gestattet.

### **§ 4 Rechte und Pflichten von C&A bzw. der Agentur**

1. C&A überwacht und protokolliert die Transaktionen nach Maßgabe von § 8 dieser AGB. Vorbehaltlich der Regelungen in § 5(3) verpflichtet sich C&A zur Erstattung der Werbekosten nach Maßgabe der im Partnerprogramm hinterlegten Parameter. C&A steht es frei, die Parameter mit Wirkung für die Zukunft zu ändern.
2. Mit der Zulassung zum C&A Partnerprogramm wird dem Partner ein Verweis zwischen dem Werbeträger des Partners und dem Webauftritt von C&A ermöglicht, über den Besucher der Partnerseite zu C&A gelangen können. Der Verweis kann auf verschiedene Bereiche des Webauftritts von C&A erfolgen. C&A bzw. die Agentur stellt dem Partner hierzu nach Zulassung zum C&A Partnerprogramm eine Auswahl an Werbemitteln zur Verfügung. Neben Werbemitteln stellt C&A bzw. die Agentur dem Partner bei Bedarf Produktdaten in den Formaten XML und CSV innerhalb des C&A Partnerprogramms zur Verfügung. Individuelle Werbemittel oder Sonderformate können jederzeit bei C&A bzw. der Agentur angefragt werden. Eine Pflicht, solche zur Verfügung zu stellen, besteht jedoch nicht.
3. Die Formate und Gestaltungsrichtlinien der Werbemittel werden alleine von C&A definiert.

4. C&A bzw. die Agentur kann im Einzelfall vom Partner verlangen, dass dieser auch außerhalb der Update-Zyklen der Produktdaten bestimmte Inhalte entfernt. Die Partner haben die Entfernung unverzüglich umzusetzen. Die erfolgte Entfernung hat der Partner C&A unverzüglich per E-Mail zu melden.

## **§ 5 Allgemeine Rechte und Pflichten des Partners**

1. Der Partner ist für den Betrieb und die Pflege seiner Werbeträger sowie für alle Inhalte und deren Aktualität verantwortlich.
2. Der Partner ist für die ordnungsgemäße Integration der C&A Werbung zuständig. Vorbehaltlich des § 4(4) entscheidet der Partner frei über die Dauer der Einbindung von C&A Werbung und ist berechtigt, die C&A Werbung jederzeit zu entfernen. Der Partner hat sicherzustellen, dass auf seinen Werbeträgern stets nur aktuelle elektronische Werbung von C&A integriert ist, und verpflichtet sich, elektronische Werbung von C&A unverzüglich von Werbeträgern zu entfernen, wenn C&A bzw. die Agentur deren Entfernung verlangt hat. Nach Beendigung dieser Vereinbarung ist der Partner verpflichtet, alle C&A Werbemittel unaufgefordert (spätestens bis zum Ablauf von 24 Stunden ab Beendigungszeitpunkt) von seinen Werbeträgern zu entfernen. Ein diesbezügliches Zurückbehaltungsrecht besteht nicht, sofern der Anspruch nicht rechtskräftig festgestellt oder von C&A anerkannt wurde. Falls von C&A erwünscht, hat der Partner die Löschung der Werbemittel schriftlich zu bestätigen.
3. Ein Anspruch des Partners auf Provision entsteht nur unter der Voraussetzung, dass während der Vertragslaufzeit eine Transaktion eines Endkunden mit C&A aufgrund der Werbetätigkeit des Partners eintritt, diese entsprechend § 8 protokolliert und von C&A bestätigt wurde und durch den Partner kein Missbrauch im Sinne des § 6 der AGB vorliegt.
4. Der Partner verpflichtet sich, in keiner Form, insbesondere nicht durch seine Werbeträger selbst oder durch von auf seinen Werbeträgern verlinkten Websites, Inhalte bereitzustellen, die gegen geltendes Recht (z. B. Straf-, Wettbewerbs- und Jugenschutzrecht), Rechte Dritter (z. B. Namens-, Marken-, Patent-, Urheber- und Persönlichkeitsrechte) oder die guten Sitten verstoßen. Dazu zählen insbesondere die Darstellung von Gewalt, sexuell anzügliche Abbildungen sowie diskriminierende, beleidigende oder verleumderische Aussagen hinsichtlich Rasse, Geschlecht, Religion, Nationalität, Behinderung, sexueller Neigung oder Alter.
5. Eine durch den Partner betriebene oder genutzte Website muss über eine vollständige, leicht erkennbare, unmittelbar erreichbare und ständig verfügbare Anbieterkennzeichnung (Impressum) verfügen.
6. Der Partner verpflichtet sich, die von C&A gezahlte Provision nicht komplett oder auch nicht nur teilweise an Endkunden weiterzugeben. Eine Provisionsweitergabe ist neben dem direkten Weg zum Endkunden ebenso in indirekter Form über Dritte oder in Form von Sachleistungen oder virtuellen Gütern nicht gestattet. Der Betrieb eines Geschäftsmodells des Partners, welches den obigen Tatbestand erfüllt, bedarf der ausdrücklichen, schriftlichen Zustimmung von C&A. Bei einem Verstoß gegen dieses Verbot sind bereits gezahlte Provisionen entsprechend § 7(2) zu erstatten.
7. Der Partner darf ausschließlich Gutscheine bewerben, die durch C&A explizit für Partner freigegeben und/oder mittels Partner-Newsletter kommuniziert wurden. Die Bewerbung anderer Gutscheine, etwa aus Endkunden-Newslettern, Printanzeigen

oder Kundenservice-Kontakten, ist nicht gestattet. Zudem hat der Partner für die Bewerbung von Gutscheinen und zeitlich begrenzten Aktionen folgende Bedingungen einzuhalten: Es dürfen nur aktuell gültige Gutscheine beworben werden, die bei C&A einlösbar sind. Abgelaufene Gutscheine müssen umgehend entfernt werden und dürfen, auch wenn sie entsprechend gekennzeichnet sind, nicht aufgeführt werden. Verkaufsförderungsmaßnahmen, Sonderangebote oder andere Weiterleitungen zum Webauftritt von C&A müssen in der Kommunikation klar von Gutscheincodes getrennt werden. Gutscheine, die explizit einem Partner exklusiv zur Verfügung gestellt werden, dürfen von anderen Partnern nicht beworben werden. Bei einem Verstoß behält sich C&A Maßnahmen nach § 7(2) dieser AGB vor.

8. Der Partner ist nur berechtigt, E-Mails mit C&A Werbung an Dritte zu versenden, wenn er sich dies zuvor von C&A hat genehmigen lassen. Dabei verpflichtet er sich, E-Mails mit C&A Werbung nur an solche Personen zu versenden, die zuvor ausdrücklich ihre Einwilligung zum Erhalt von E-Mails mit Werbung von C&A erklärt haben. Der Partner garantiert, dass die jeweilige ausdrückliche Einwilligung nachgewiesen werden kann und stellt C&A im Bedarfsfall den Nachweis zur Verfügung. Der Partner garantiert, dass die Einwilligungserklärung und der entsprechende Nachweis darüber den jeweils aktuellen rechtlichen Anforderungen entspricht. Die Platzierung von C&A Werbung in E-Mails ist in Abgrenzung zum redaktionellen Inhalt als Werbung kenntlich zu machen. Versendet der Partner reine Werbe-E-Mails ohne redaktionellen Inhalt, so sind diese als solche im Betreff der E-Mails zu kennzeichnen. Bei einem Verstoß behält sich C&A Maßnahmen nach § 7(1) dieser AGB vor.
9. Sofern der Partner mit Produktdaten von C&A arbeitet, verpflichtet er sich, Produktdatenabzüge tagesaktuell zu importieren, ihre Werbeflächen zu aktualisieren und so die Aktualität der beworbenen C&A Produkte, insbesondere der Preisangaben, zu gewährleisten. Dem Partner ist es untersagt Produktdaten, insbesondere Preis- und Versandkostenangaben, eigenständig zu verändern.
10. Datenbankabzüge der Produktdaten von C&A dürfen nur für die Verlinkung zu C&A verwendet werden. Es ist somit untersagt, auf andere Webseiten, insbesondere auf Wettbewerber von C&A, zu verlinken. Zudem ist es untersagt, Links aus dem Datenbankabzug zu verändern.
11. Der Partner ist nicht berechtigt, für C&A bzw. die Agentur gegenüber Dritten rechtsverbindliche Erklärungen abzugeben oder den Anschein zu erwecken, hierzu berechtigt zu sein.

## **§ 6 Missbrauchsverbot des Partners**

Dem Partner ist jegliche Form des Missbrauchs in Form der Erzielung von vergütungsrelevanten Ereignissen durch unlautere Methoden oder unzulässige Mittel, die gegen geltendes Recht oder diese Teilnehmerbedingungen verstoßen, untersagt. Im Zusammenhang mit Werbeflächen und Werbetätigkeiten ist es dem Partner insbesondere verboten:

1. Internetseiten, Werbung (z.B. AdCopy) o.ä. einzurichten, die eine Verwechslungsgefahr mit dem Webauftritt von C&A hervorrufen. Es ist dem Partner weder gestattet, den Webauftritt von C&A zu spiegeln, noch Grafiken, Texte oder andere Inhalte des Webauftritts von C&A zu übernehmen. Insbesondere ist der Eindruck zu vermeiden, dass es sich bei der Partner-Website um ein Projekt von C&A handelt oder dass ihr Betreiber mit C&A in einer Weise wirtschaftlich verbunden ist, die über das C&A Partnerprogramm und diesen Vertrag hinausgeht. Jede Verwendung von Materialien oder Inhalten aus dem Webauftritt von C&A sowie deren Logos,

Marken oder anderen Kennzeichen durch den Partner über die Nutzungsrechte aus § 9 dieser AGB hinaus bedarf einer vorherigen schriftlichen Freigabe durch C&A.

2. Domains zu registrieren, zu betreiben oder zu nutzen, in denen Zeichenfolgen von C&A geschützten Marken und/ oder Produktbezeichnungen, insbesondere der Begriff „C&A“, identisch oder verwechselungsfähig (z.B. durch phonetische Ähnlichkeit oder durch Zeichenähnlichkeit infolge von bloßem Weglassen oder Hinzufügen einzelner Buchstaben oder Zahlen beim Begriff „C&A“) integriert ist. Direkte Weiterleitung von Werbeträgern des Partners auf den Webauftritt von C&A sind dem Partner untersagt, d.h. der Werbeträger des Partners darf nicht direkt als Durchgangsstation auf den Webauftritt von C&A verlinkt sein.
3. Als Suchbegriffe im Bereich Suchmaschinenmarketing (z.B. bei Google AdWords oder bei BingAds) Begriffe, die als Marken von C&A geschützt sind, insbesondere den Namen „C&A“ oder „cunda.de“, identisch oder verwechselungsfähig (z.B. durch phonetische Ähnlichkeit oder durch Zeichenähnlichkeit infolge von bloßem Weglassen oder Hinzufügen einzelner Buchstaben oder Zahlen beim Begriff „C&A“) beinhalten, zu buchen sowie in irgendeiner Form anzuzeigen. Das gilt für alle Bereiche der Anzeige (z.B. die Begriffe „C&A“ oder „cunda.de“ im Anzeigentext, in der Überschrift der Anzeige sowie in den Sitelinks und One-Line-Sitelinks). Der Partner ist verpflichtet, sicherzustellen (beispielsweise durch eine Sperrung mittels der Funktion „ausschließendes Keyword“ bei Google AdWords), dass Begriffe, die als Marken von C&A geschützt sind, nicht in Kombination mit anderen Begriffen bei Suchanfragen erscheinen. Dem Partner ist es nicht gestattet, Anzeigen zu schalten, die als sichtbaren Link eine URL eine von C&A geschützte Marke und/ oder Produktbezeichnung inklusive möglicher Falschschreibweisen und Kombinationen enthält. Der Partner ist verpflichtet, sicherzustellen, dass seine Angebote nicht bei Google Shopping erscheinen. Ebenfalls sind direkte Weiterleitungen aus der Google-Anzeige heraus zum Webauftritt von C&A untersagt.
4. Werbeformen wie iFrames, Pop-ups, Pop-unders und Layern zu nutzen oder sog. Klickfarmen, Click-Spamming oder DDOS-Attacken einzurichten. Ebenso untersagt ist die Einbindung von C&A Werbemitteln auf Bannerlisten und Werbeträgern des Partners mit Klick-Aufforderung/Klick-Zwang (z.B. Paidmailing, SMS-Versand, Forced Clicks). Die Technologie Postview-Tracking, welche C&A Werbemittel lädt und ein C&A Cookie beim zu vermittelnden Kunden ohne dessen Mitwirkung setzt, ist nur mit vorheriger schriftlicher Zustimmung von C&A gestattet. Die Nutzung des Postview-Tracking setzt zusätzlich die schriftliche Freigabe durch C&A und die schriftliche Zustimmung des Partners zu den aktuellen C&A Postview-Richtlinien voraus. Der Partner sichert zu, Cookies nur dann zu setzen, wenn und soweit ein offizielles C&A Werbemittel eingesetzt wird, das Werbemittel für den Kunden sichtbar ist und der Erzeugung des Cookies ein freiwilliger und bewusster Klick vorausgeht.
5. Elektronische Hinweise unter der Verwendung von Adware sowie Browser-Plug-ins (u.a. Add-ons für Firefox, Google Chrome usw.) einzusetzen. Bereits die Nutzung der Marke „C&A“ für die Bewerbung solcher Tools ist verboten.
6. Selbst oder durch Dritte unter der Verwendung der überlassenen Werbemitteln, Tracking-Links und/ oder sonstige technische Hilfsmittel Transaktionen herbeiführt bzw. herbeiführen lässt oder in sonstiger Weise wahrheitswidrig Transaktionen vortäuscht.
7. Werbeformen zu verwenden, die zwar das Tracking ermöglichen, dabei aber das Werbemittel nicht, nicht wahrnehmbar oder nicht in der vorgegebenen Form anzeigen.

## **§ 7 Vertragsstrafe, Erstattung von Vergütungsansprüchen und Sperrung**

1. Für jeden Fall des schuldhaften Verstoßes des Partners gegen eine der Bestimmungen aus § 5(8), § 6 dieser AGB verpflichtet er sich, einen Betrag in Höhe eines Monatsumsatzes des Partners, errechnet nach dem Durchschnitt der Umsätze des Partners im Zusammenhang mit der Teilnahme an dem C&A Partnerprogramm der vorangegangenen drei Monate, jedoch mindestens 2.500,00 Euro aber nicht mehr als 10.000,00 Euro, an C&A zu zahlen. Weitere Ansprüche bleiben von der Geltendmachung der Vertragsstrafe ausdrücklich unberührt.
2. Nach Maßgabe des § 5(3) entsteht ein Provisionsanspruch nicht, sofern die Transaktion unter schuldhaftem Verstoß gegen die Pflichten aus § 6 dieser AGB zustande gekommen sind. Bereits ausgezahlte Provisionen sind C&A bzw. der Agentur in diesem Fall oder bei schuldhaftem Verstoß gegen § 5(7), unverzüglich zu erstatten.
3. Bei schuldhaften Verstößen gegen § 5 und § 6 dieser AGB behält C&A sich bzw. der Agentur die sofortige Sperrung des Partnerkontos vor. Das Recht zur ordentlichen oder außerordentlichen Kündigung gemäß § 14 bleibt hiervon unberührt.

## **§ 8 Tracking, Transaktionen und Provision**

1. Über das von C&A bzw. der Agentur zu bestimmende Trackingtool werden alle Aktivitäten des Partners protokolliert und mittels Statistiken zugänglich gemacht. Die hierüber protokollierten vermittelten Transaktionen des Partners und die daraus resultierenden Nettoumsätze bilden die Grundlage für die auszuschüttende Partnerprovision, welche von Umfang und realem Wert der Leistung abhängig ist. Nettoumsätze beinhalten Bestellungen, die nach Lieferung komplett oder nach Teilretouren anteilig vom Kunden behalten und bezahlt wurden. Zum Nettoumsatz zählen nicht die vom Kunden gezahlten Versandkosten, die ausgewiesene Mehrwertsteuer, alle optionalen Servicegebühren von C&A sowie Bestellungen für den eigenen Bedarf des Partners.
2. Ein Provisionsanspruch des Partners besteht auf Transaktionen, die durch die aktive Bewerbung von C&A über die im C&A Partnerprogramm angemeldete Werbefläche innerhalb der ersten Session und der folgenden 30 Tage vermittelt wurden. Voraussetzung ist hierbei, dass der vermittelten Kunde Cookies akzeptiert und er über dieses Cookie von C&A identifiziert werden kann.
3. Die Provisionsausschüttung erfolgt durch das jeweilige Netzwerk in deren Auszahlungsturnus. Die aktuellen Provisionssätze sind den Partnerinformationen des jeweiligen Netzwerks zu entnehmen und sind nicht Gegenstand dieser AGB. Für Vermittlungen über nicht angemeldete bzw. nicht genehmigte Werbeflächen besteht kein Anspruch des Partners auf Werbekostenerstattung.
4. C&A bzw. die Agentur ist für die gesamte Abwicklung des vermittelten Auftrags zuständig und behält sich das Recht vor, Bestellungen nach eigenem Ermessen zurückzuweisen, z.B. bei negativer Bonitätsprüfung.

## **§ 9 Nutzungsrechte**

Der Partner erhält ein nicht exklusives, nicht übertragbares und jederzeit widerrufliches Recht, die zur Verfügung gestellten Werbemittel und Produktdaten zu verwenden, allerdings nur im Rahmen dieses C&A Partnerprogramms und den darin festgelegten Vereinbarungen. Die lizenzierten Materialien dürfen nicht vom Partner verändert werden. C&A räumt sich bzw. der Agentur das Recht ein, die gewährte Lizenz jederzeit durch schriftliche Mitteilung per E-Mail ohne Angabe einer Begründung wieder zu entziehen. Die Lizenzeinräumungen enden spätestens mit Beendigung dieses Vertrages, ohne dass es hierzu einer gesonderten Erklärung bedarf.

## **§ 10 Haftung und Gewährleistung**

1. Die Bereitstellung von Werbemitteln und Produktdaten erfolgt im Rahmen der verfügbaren technischen Möglichkeiten. Es besteht kein Anspruch auf fehler- und unterbrechungsfreie Verfügbarkeit der Webseite von C&A.
2. Unbeschränkte Haftung: C&A haftet nur im Falle von Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit unbeschränkt. Bei leichter Fahrlässigkeit haftet C&A bei der Verletzung von Leben, Körper und Gesundheit.
3. Haftungsbeschränkung: Bei leichter Fahrlässigkeit haftet C&A bei Verletzung wesentlicher Vertragspflichten der Höhe nach beschränkt auf den vertragstypisch vorhersehbaren Schaden. Wesentliche Vertragspflichten sind solche, die den Vertragsparteien die Rechte zubilligen, die der Vertrag nach seinem Inhalt und Zweck gerade zu gewähren hat, insbesondere die Pflichten, deren Erfüllung die ordnungsgemäße Durchführung des Vertrags überhaupt erst ermöglichen und auf deren Einhaltung der Vertragspartner regelmäßig vertraut und vertrauen darf (Kardinalpflichten).
4. Die vorstehende Haftungsbeschränkung gilt ebenso für die persönliche Haftung der Mitarbeiter, Vertreter und Organe von C&A.

## **§ 11 Freistellung**

Der Partner verpflichtet sich, sofern aus dem Betrieb seines Werbeträgers, insbesondere durch Verletzung seiner Pflichten aus § 5 und § 6, Ansprüche Dritter entstehen, C&A von jeglichen Ansprüchen sowie deren Kosten zur Verteidigung freizustellen. Außerdem ist der Partner verpflichtet, bei der Verteidigung gegen solche Ansprüche C&A durch Abgabe von Erklärungen und Informationen umfassend zu unterstützen.

## **§ 12 Vertraulichkeit**

1. Die Parteien versichern, alle Informationen und Daten, insbesondere die Regelungen dieser Vereinbarung, geschäftliche und finanzielle Informationen, Kunden- und Verkäuferlisten, Preis- und Verkaufsinformationen sowie Auswertungsmaterialien, die von C&A zur Verfügung gestellt wurden, vertraulich zu behandeln und Stillschweigen zu wahren. Eine direkte oder indirekte Weitergabe solcher Informationen an Dritte ist untersagt, es sei denn, die Weitergabe ist aufgrund behördlicher Anweisungen und/oder gesetzlicher Bestimmungen notwendig. Als Dritte gelten nicht die von C&A beauftragten Dienstleister zur Abwicklung des C&A Partnerprogramms. Der Partner wird diese Dritten ebenso für die Zeit während und auch nach Beendigung ihrer Tätigkeit zur Geheimhaltung der vertraulichen Informationen verpflichtet.

2. Pressemitteilungen, die die Zusammenarbeit aufgrund dieses Vertrages betreffen, sind mit C&A abzustimmen und bedürfen vor der Veröffentlichung der schriftlichen Zustimmung von C&A.
3. Die Geheimhaltungspflicht gilt zeitlich unbegrenzt über die Dauer dieses Vertrages hinaus.

### **§ 13 Unabhängigkeit der Vertragspartner**

C&A und der Partner sind selbstständige Parteien und betreiben ihre Werbeflächen und Webauftritte unabhängig voneinander. Dieser Vertrag begründet keine gemeinsame Gesellschaft oder Gemeinschaft sowie kein Arbeitsverhältnis oder einen Handelsvertretervertrag. Weder der Partner noch C&A sind berechtigt, im Namen des anderen Partners aufzutreten und/oder Erklärungen in dessen Namen abzugeben.

### **§ 14 Vertragsdauer und Kündigung**

1. Die Schließung des Vertrages erfolgt auf unbestimmte Zeit und kann jederzeit mit einer Frist von einem Tag schriftlich per E-Mail oder Brief durch einen der Vertragspartner gekündigt werden. Das Recht zur außerordentlichen fristlosen Kündigung aus wichtigem Grund bleibt hiervon unberührt.
2. Für C&A liegt ein wichtiger Grund insbesondere dann vor, wenn
  - a) der Partner in grober Weise seine Pflichten aus § 5 dieser AGB verletzt oder bei weniger schwerwiegenden Vertragsverletzungen das beanstandete Verhalten trotz eines entsprechenden Hinweises nicht einstellt;
  - b) C&A wegen angeblicher Rechtsverletzungen im Zusammenhang mit der Werbetätigkeit des Partners von Dritten in Anspruch genommen wird.

### **§ 15 Schlussbestimmungen**

1. Es gilt das Recht der Bundesrepublik Deutschland unter Ausschluss aller internationalen (Vertrags-) Rechtsordnungen, insbesondere des internationalen Privatrechts (UN-Kaufrecht – CISG).
2. Als ausschließlicher und auch internationaler Gerichtsstand für alle sich aus dem Vertragsverhältnis ergebenden Streitigkeiten wird Düsseldorf vereinbart. C&A behält sich das Recht vor, auch am Gerichtsstand des Partners zu klagen.
3. C&A hat das Recht, einzelne Bestimmungen dieser Vereinbarung jederzeit zu ändern. Die Partner werden darüber vorab rechtzeitig per E-Mail informiert. Der Partner kann gegen die Änderung innerhalb von 14 Tagen Einspruch in Textform erheben. Geht bei C&A innerhalb dieser Frist kein Widerspruch ein, gelten die Änderungen als vom Partner akzeptiert und werden Vertragsbestandteil. C&A bzw. die Agentur wird auf die Widerspruchsmöglichkeit und die Bedeutung der 14-Tagefrist gesondert hinweisen. Davon unberührt bleibt das Recht des Partners, den Vertrag aufgrund der Änderung ordentlich zu kündigen.



4. Diese AGB sind ohne unsere schriftliche Zustimmung nicht übertragbar. C&A ist berechtigt, seine Rechte und Pflichten aus dem vorliegenden Vertrag auf Unternehmen, an denen C&A oder einer seiner Gesellschafter unmittelbar oder mittelbar beteiligt ist, zu übertragen bzw. ihnen Rechte aus dem vorliegenden Vertrag abzutreten.
5. Es bestehen keine mündlichen Nebenabreden. Änderungen sowie Ergänzungen des Vertrags bedürfen der Schriftform. Elektronische Dokumente in Textform erfüllen das Schriftformerfordernis nicht.
6. Sollten eine oder mehrere Regelungen dieser AGB unwirksam sein, so zieht dies nicht die Unwirksamkeit des gesamten Vertrages nach sich. Die unwirksame Regelung wird durch die einschlägige gesetzliche Regelung ersetzt.