



ELSEVIER

Allgemeine Geschäftsbedingungen zur Teilnahme beim Elsevier Partnerprogramm

1. Geltungsbereich

- 1.1.** Die Elsevier GmbH (nachfolgend Elsevier) stellt im Internet unter der Domain www.elsevier-partnerprogramm.de eine Plattform (nachfolgend Plattform) zur Verfügung, die registrierten Mitgliedern (nachfolgend Publisher) die Teilnahme am Affiliate Partnerprogramm von Elsevier ermöglicht.
- 1.2.** Gegenstand von Affiliate Programmen ist die Erbringung von Media-Dienstleistungen zur Unterstützung von Elsevier beim Online-Vertrieb von Waren und Dienstleistungen auf Erfolgsbasis. Für Publisher ist die Registrierung auf der Plattform und deren Nutzung kostenlos.
- 1.3.** Der Teilnahme des Publishers beim Elsevier Partnerprogramm liegen ausschließlich die nachfolgenden Geschäftsbedingungen zu Grunde. Sie regeln zugleich etwaige Pflichten des Publishers gegenüber Elsevier. Abweichende und entgegenstehende oder ergänzende Allgemeine Geschäftsbedingungen des Publishers werden selbst bei Kenntnis nicht Vertragsbestandteil, es sei denn, Elsevier stimmt ihrer Geltung ausdrücklich schriftlich zu. Soweit der Publisher unter Hinweis auf seine eigenen Geschäftsbedingungen die Geltung dieser Bedingungen bestätigt, wird der Geltung seiner Bedingungen hiermit ausdrücklich widersprochen.

2. Definitionen

Diesen Geschäftsbedingungen und allen Verträgen des Publishers mit Elsevier liegen folgende Definitionen zugrunde:

- 2.1.** Account ist der nach der Registrierung durch den Publisher gemäß dessen vollständiger und inhaltlich zutreffender Angabe der Registrierungsdaten – unter Einschluss der Angabe der Haupt-Domain und der zutreffenden inhaltlichen Kategorie der Website des Publishers – erlangte rechtmäßige Zugang zur Elsevier Plattform.
- 2.2.** Gültiger Klick: Ein Klick ist gültig, wenn ein User freiwillig und bewusst auf einen Hyperlink für das Elsevier Affiliate Programm auf der Website des Publishers klickt und dadurch die verlinkte Elsevier-Website aufgerufen wird. Wiederholte bzw. in kurzer Zeit aufeinander folgende Klicks desselben Users – auch auf verschiedene Hyperlinks - sind nicht gültig. Klicks die mit einem Aktionszwang verbunden sind, wie z.B. das Absenden einer SMS-Nachricht, die Teilnahme an einem Gewinnspiel oder die Verwendung des Klicks in einem Paid Email System, sind ohne vorherige schriftliche Zustimmung von Elsevier unzulässig. Bei Fehlen einer solchen Zustimmung werden hierdurch erzeugte Klicks nicht als gültig gezählt. Gültige Klicks werden auf der Basis des Elsevier Transaktionssystems protokolliert und verifiziert und in Zweifelsfällen durch Elsevier nach billigem Ermessen bestimmt.

- 2.3.** Gültiger Lead: Ein Lead ist gültig, wenn ein User freiwillig und bewusst auf einen Hyperlink für das Elsevier Affiliate Programm auf der Website des Publishers klickt, dadurch auf die verlinkte Elsevier-Website gelangt und dort anschließend eine bestimmte definierte Aktion (qualifizierte Aktion) ausführt, wie z.B. die Teilnahme an einem Gewinnspiel. Diese Aktionen werden auf der Elsevier-Website protokolliert und anhand der Tracking-Protokolle ermittelt und verifiziert.
- 2.4.** Gültiger Sale: Ein Sale ist gültig, wenn ein User freiwillig und bewusst auf einen Hyperlink für das Elsevier Affiliate Programm auf der Website des Publishers klickt, dadurch auf die verlinkte Elsevier-Website gelangt und dort anschließend eine entgeltpflichtige Ware erwirbt oder eine entgeltpflichtige Dienstleistung in Anspruch nimmt. Die Sales werden auf der Elsevier-Website protokolliert und anhand der Tracking-Protokolle ermittelt und verifiziert.
- 2.5.** Hyperlink ist ein über die Plattform zur Nutzung durch die Publisher bereitgestellter, als solcher durch den Publisher inhaltlich und äußerlich auf seiner Website kenntlich gemachter, Verweis auf die Elsevier-Website, der vom Publisher auch in ausschließlich dieser unveränderten Form verwendet wird.
- 2.6.** Pay-Per-Lead (Fixbetrag pro gültigem Lead): Mittels Implementierung eines Hyperlinks auf der Website des Publishers entsteht dem Publisher durch die Weiterleitung von Besuchern der Website des Publishers zur Website von Elsevier und die Vermittlung eines Leads (Durchführung einer bestimmten definierten Aktion durch einen User auf der Website von Elsevier) Anspruch auf Zahlung einer Vergütung.
- 2.7.** Pay-Per-Sale (prozentuale Vergütung pro gültigem Sale): Mittels Implementierung eines Hyperlinks auf der Website des Publishers entsteht dem Publisher durch die Weiterleitung von Besuchern der Website des Publishers zur Website von Elsevier und die Vermittlung des Verkaufs von Waren oder Dienstleistungen von Elsevier ein Anspruch auf Zahlung einer Vergütung.
- 2.8.** (Erklärung in) Textform: Jede lesbare, dauerhafte Erklärung, in der der Ersteller der entsprechenden Urkunde genannt wird und aus der durch Nachbildung der Namensunterschrift oder anders der Abschluss der Erklärung hervorgeht und erkennbar ist, dass und wo die Erklärung abgegeben wurde. Sie umfasst daher neben dem eigenhändig unterschriebenen Brief u. a. auch Telefax-Nachrichten, maschinell erstellte Briefe, E-Mail- oder Telegramm-Nachrichten.
- 2.9.** User: Jede natürliche Person, welche die Website des Publishers bzw. von Elsevier freiwillig und wissentlich, d.h. ohne Zwang oder Täuschung, aufruft, ohne hierfür vom Publisher oder von dritter Seite eine Vergütung - außer im Rahmen eines Bonussystems von Elsevier selbst - zu erhalten.
- 2.10.** Website (des Publishers): Website ist das Internet-Angebot des Publishers unter der im Account angegebenen und angemeldeten (Haupt-) Domain mit den von Elsevier geprüften Inhalten oder eine andere Domain oder eine Unterseite, wenn sie dieser Haupt-Domain im Account zugeordnet worden und inhaltlich identisch ist.
- 2.11.** Elsevier-Website ist das Internet-Angebot von Elsevier unter der exakt angegebenen URL, unter der Elsevier online Waren und/oder Dienstleistungen vertreibt bzw. bewirbt und auf das, gemäß den Regelungen des Affiliate-Programms durch den Publisher, der zu verwendende Hyperlink verweist.

3. Vertragsgegenstand

- 3.1.** Elsevier betreibt und verwaltet das Elsevier Partnerprogramm. Beteiligte am Elsevier Partnerprogramm sind die Publisher und Elsevier. Publisher sind natürliche oder juristische Personen, die Elsevier in Ausübung einer gewerblichen oder selbständigen beruflichen Tätigkeit zur Vermarktung von Waren und Dienstleistungen einen Platz auf ihrer Werbefläche zur Verfügung stellen. Elsevier vermarktet und bewirbt seine Waren und Dienstleistungen über das Elsevier Partnerprogramm im Internet mit Werbemitteln wie z.B. Bannern, Produktdaten, Text-Links, E-Mails oder Videos.
- 3.2.** Publisher nehmen an den Partnerprogrammen teil und platzieren die Werbemittel von Elsevier auf ihren Werbeflächen. Klickt ein Dritter, z.B. ein Endkunde, auf ein Werbemittel und führt dies im Folgenden dadurch zu einem im Rahmen des Partnerprogramms näher bestimmten Geschäftsabschluss mit Elsevier, erhält der Publisher von Elsevier für die Zurverfügungstellung der Werbefläche und die erfolgreiche Vermittlung von Endkunden eine erfolgsabhängige Vergütung. Geschäftsabschlüsse in diesem Sinne sind Handlungen, die einen Anspruch auf Vergütung begründen. Ein Geschäftsabschluss kann neben dem Erwerb von Waren oder der Inanspruchnahme von Dienstleistungen („Sale“) auch die Registrierung auf einer Website, das Bestellen eines Newsletters („Lead“), die Teilnahme an einem Gewinnspiel oder ähnliches sein. Es ist möglich, auch Kombinationen aus Lead und/oder Sale zu vergüten.
- 3.3.** Elsevier überwacht und protokolliert die Geschäftsabschlüsse („Tracking“), stellt dem Publisher eine Übersicht darüber zur Verfügung und rechnet diese ab. Das Tracking seitens Elsevier ist für die Frage, ob ein Geschäftsabschluss vermittelt worden ist und die sich daraus ergebende Berechnung der Vergütung allein maßgeblich.
- 3.4.** Die Teilnahme am Elsevier Partnerprogramm ist für Publisher kostenlos.
- 3.5.** Mit dem Interface des Elsevier Partnerprogrammes kann der Publisher seine Werbeaktivitäten steuern, insbesondere Werbemittel auswählen und auf der Werbefläche integrieren. Art und Umfang der verfügbaren Anwendungen ergeben sich aus der Gestaltung des Elsevier Partnerprogrammes.
- 3.6.** Elsevier trägt dafür Sorge, dass die Daten der zur Verfügung gestellten Anwendungen aktuell, vollständig und richtig sind.
- 3.7.** Formate und Gestaltungsrichtlinien der Werbung werden allein durch Elsevier festgelegt. Die Einbindung der ausgewählten Online-Werbemittel obliegt ausschließlich dem Publisher.
- 3.8.** Elsevier beauftragt ein Drittunternehmen mit der Bereitstellung des Interfaces des Elsevier Partnerprogrammes. Durch die Durchführung von notwendigen Wartungsarbeiten und Verbesserungen kann es kurzzeitig vorkommen, dass einzelne Funktionen nicht zur Verfügung stehen, weil sie gewartet oder verbessert werden. Elsevier wird Störungen oder Ausfälle zeitnah beheben, soweit dies tatsächlich möglich und insbesondere aus wirtschaftlichen und rechtlichen Gründen zumutbar ist und die Beeinträchtigungen nicht nur unwesentlich sind.
- 3.9.** Elsevier ist bestrebt, das Elsevier Partnerprogramm kontinuierlich weiter zu entwickeln. Im Rahmen dieser Weiterentwicklung können einzelne Anwendungen verbessert, erweitert oder unwesentlich verändert werden. Dies beinhaltet, auch Funktionalitäten oder andere Teile des Dienstes teilweise oder komplett einzustellen, soweit dies nicht zu einer nicht nur unwesentlichen Umgestaltung der Leistungen des Elsevier Partnerprogrammes führt. Das Recht zur Leistungsänderung besteht insbesondere, wenn diese Änderung branchenüblich ist,

durch Änderung der Gesetzeslage oder aufgrund der Rechtsprechung eine Verpflichtung hierzu besteht.

4. Vertragsschluss

- 4.1.** Zur Teilnahme am Elsevier Partnerprogramm muss sich der Publisher zunächst registrieren und sich damit beim Elsevier Partnerprogramm bewerben, um dessen Werbung auf seiner Werbefläche anzeigen zu können.
- 4.2.** Registrieren können sich juristische Personen oder natürliche Personen, die gewerblich oder im Rahmen einer selbständigen beruflichen Tätigkeit handeln und das achtzehnte Lebensjahr vollendet haben. Jeder Publisher muss zudem über ein Bankkonto verfügen. Elsevier behält sich vor, die Personalien des Publishers zu prüfen. Die Registrierung beim Elsevier Partnerprogramm ist nicht übertragbar.
- 4.3.** Mit dem vollständigen Ausfüllen des Registrierungsformulars und dem Akzeptieren dieser Publisher AGB gibt der Publisher ein Angebot zum Abschluss des Vertrages über die Teilnahme am Elsevier Partnerprogramm mit dem Inhalt dieser Publisher AGB ab.
- 4.4.** Der Publisher ist Elsevier gegenüber für die Vollständigkeit und Richtigkeit seiner Angaben verantwortlich. Der Publisher ist verpflichtet, die Registrierungsdaten und Informationen bzgl. seines Accounts auf dem aktuellen Stand zu halten. Der Publisher ist nicht berechtigt, bei Anmeldung verschiedener Accounts unterschiedliche persönliche Daten anzugeben.
- 4.5.** Nimmt Elsevier das Angebot an, erhält der Publisher eine Bestätigungs-E-Mail. Elsevier behält sich vor, die Annahme des Angebotes ohne Angabe von Gründen abzulehnen; in diesem Fall werden die mit dem Registrierungsformular übermittelten Daten unverzüglich gelöscht.
- 4.6.** Durch Klick auf den Aktivierungslink in der Bestätigungs-E-Mail und der Eingabe der Zugangsdaten kann das Elsevier Partnerprogramm erstmals vollständig genutzt werden. In dem Bereich für registrierte Mitglieder erhält der Publisher eine Übersicht über das Elsevier Partnerprogramm, außerdem können sämtliche persönliche Angaben und Informationen überprüft, geändert und die Teilnahme am Elsevier Partnerprogramm insgesamt beendet werden.

5. Teilnahme an den Partnerprogrammen

- 5.1.** Um am Elsevier Partnerprogramm teilnehmen zu können, bewirbt sich der Publisher unter Angabe der von ihm betriebenen Werbefläche(n) über das Interface beim Elsevier Partnerprogramm. Elsevier prüft die Bewerbung und vergleicht dabei die Eigenschaften der Werbefläche mit den Voraussetzungen des Partnerprogramms. Entspricht die bei der Registrierung bzw. bei der Bewerbung für ein konkretes Partnerprogramm angegebene Werbefläche nicht der tatsächlich verwendeten Werbefläche, ist Elsevier berechtigt, das Publisher-Konto unverzüglich zu sperren. Das weitere Verfahren richtet sich nach Ziffer 7.2. Elsevier steht es frei, den Publisher zur Teilnahme zuzulassen oder abzulehnen. Ein Anspruch auf Zulassung besteht nicht.
- 5.2.** Ist der Publisher Betreiber eines Netzwerks mit Sub-Publishern, sichert er mit seiner Registrierung zu, diese AGB gegenüber seinen Sub-Publishern zu kommunizieren und deren Einhaltung zu überwachen und durchzusetzen.

6. Leistungen und Verpflichtungen des Publishers

6.1. Bei der Registrierung

- a. Der Publisher sichert zu, 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 Elsevier-Interface zu ändern.
- b. Umsatzsteuerpflichtige Unternehmer sind verpflichtet, Elsevier ihre vom Finanzamt erteilte Steuernummer oder die vom Bundesamt für Finanzen bzw. der entsprechenden ausländischen Behörde erteilte Umsatzsteuer-Identifikationsnummer innerhalb der Kontaktinformationen mitzuteilen. Für die ordnungsgemäße Versteuerung der von Elsevier erhaltenen Vergütung ist der Publisher selbst verantwortlich.
- c. Der Publisher 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 Elsevier-Interfaces über diese Zugangsdaten ermöglicht werden. Sofern Anlass zur Vermutung besteht, dass Dritte Kenntnis von den Zugangsdaten haben, ist Elsevier unverzüglich in Textform, d. h. schriftlich oder per E-Mail unter www.partnerprogramm@elsevier.com zu informieren.

6.2. Bei der Anzeige der Werbung auf der Werbefläche

- a. Der Publisher ist verpflichtet, seine im Rahmen der Registrierung angemeldete Webseite im Hinblick auf die Werbemaßnahmen stets aktuell zu halten und ordnungsgemäß zu pflegen. Der Publisher ist für alle Inhalte seiner Webseite selbst verantwortlich.
- b. Der Publisher ist verpflichtet, die ihm zur Verfügung gestellte Werbung von Elsevier absprache- und ordnungsgemäß in seine Webseite zu integrieren. Die zur Verfügung gestellte Werbung darf nicht verändert werden.
- c. Der Publisher ist verpflichtet, Werbung von Elsevier auf deren Aufforderung unverzüglich von seiner Webseite bzw. –seiten zu entfernen.
- d. Der Publisher muss die erforderlichen Rechte an und/oder für die Vermarktung der Werbefläche besitzen.
- e. Mit der Bewerbung im Rahmen des Elsevier- Partnerprogramms und der Einbindung der entsprechenden Werbung auf der Werbefläche des Publishers gewährleistet letzterer, dass die Werbung, die Werbetätigkeiten insgesamt und sämtliche Inhalte der Webseite des Publishers
 - (1) keine Rechte Dritter (insbesondere Urheber-, Marken-, Persönlichkeits- oder vergleichbare Rechte) verletzen und/oder
 - (2) nicht gegen sonstige gesetzliche (insbesondere wettbewerbsrechtliche) Bestimmungen verstoßen und nicht staatsgefährdender, rassistischer, Gewaltverherrlichender, pornographischer oder jugendgefährdender Natur sind oder nicht öffentlich zugänglich gemacht werden dürfen.
- f. Bei der Versendung von E-Mails, die Werbung von Elsevier 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 von Elsevier schriftlich nachzuweisen.

6.3. Technische Eingriffe in das Elsevier Interface

Der Publisher verpflichtet sich, elektronische Angriffe jeglicher Art auf das Elsevier Interface zu unterlassen. Als elektronische Angriffe gelten insbesondere Versuche, die Sicherheitsmechanismen des Elsevier Interface zu überwinden, zu umgehen, oder auf sonstige Art außer Kraft zu setzen, der Einsatz von Computerprogrammen zum automatischen Auslesen von Daten, das Anwenden und/oder Verbreiten von Viren, Würmern, Trojanern, Brute-Force-Attacken, Spam oder die Verwendung von sonstigen Links, Programmen oder Verfahren, die das Elsevier Interface oder einzelne Beteiligte des Elsevier Partnerprogramms schädigen können.

7. Missbrauch

Jegliche Form des Missbrauchs, d.h. die Erzielung von Geschäftsabschlüssen durch unlautere Methoden oder unzulässige Mittel, die gegen geltendes Recht, diese AGB, etwaige zusätzliche, programmspezifische Teilnahmebedingungen und das Prinzip des Elsevier Partnerprogrammes verstoßen, ist untersagt.

- 7.1.** Dem Publisher ist es insbesondere untersagt zu versuchen, die Vergütung dadurch zu erlangen, dass er selbst oder durch Dritte unter Verwendung der ihm im Rahmen des Elsevier Partnerprogrammes überlassenen Werbemittel, Tracking-Links und/oder sonstigen technischen Hilfsmitteln mittels einer oder mehrerer der folgenden Praktiken Geschäftsabschlüsse herbeizuführen:
- a.** Vortäuschung von Geschäftsabschlüssen, die in Wirklichkeit nicht stattgefunden haben, z.B. durch die unberechtigte Angabe fremder oder die Angabe falscher oder nicht existierender Daten bei Bestellung von Waren und/oder Dienstleistungen oder Online-Registrierung;
 - b.** Verwendung von Werbeformen, die zwar Tracking ermöglichen, dabei jedoch das Werbemittel nicht, nicht wahrnehmbar oder nicht in der von Elsevier vorgegebenen Form und/oder Größe angezeigt wird; oder
 - c.** Verwendung von für Elsevier oder Dritten rechtlich, insbesondere markenrechtlich, geschützten Begriffen etwa in Suchmaschinen, bei Anzeigenschaltungen oder der Bewerbung der Werbefläche ohne ausdrückliche vorherige schriftliche Zustimmung von Elsevier.
- 7.2.** Jede Form des Missbrauchs führt zu einer sofortigen Sperrung des Publisher-Kontos. Innerhalb eines Monats nach der Sperrung kann in Textform Widerspruch eingereicht werden, um den Sachverhalt zu klären. Kann der Sachverhalt jedoch nicht zu Gunsten des Publishers geklärt werden, wird Elsevier die Kündigung aussprechen. Im Fall der Kündigung richtet sich die Abwicklung des Vertrages nach Ziff. 9 dieser Publisher AGB. Im Übrigen entsteht für missbräuchlich herbeigeführte Geschäftsabschlüsse kein Vergütungsanspruch des Publishers. Der Publisher verpflichtet sich, für jeden Fall der schuldhaften Zuwiderhandlung gegen diese Bestimmungen jeweils eine von Elsevier nach billigem Ermessen festzusetzende Vertragsstrafe zu zahlen. Die Vertragsstrafe beträgt maximal die Höhe des zum Zeitpunkt der Sperrung auf dem Publisher-Konto vorhandenen und bestätigten Guthabens.
- 7.3.** Ein Publisher, dem aufgrund von Missbrauch gekündigt wurde, ist nicht berechtigt, sich erneut beim Elsevier Partnerprogramm anzumelden.

8. Vergütung

Der Publisher erhält von Elsevier grundsätzlich eine erfolgsabhängige Vergütung.

- 8.1.** Wie hoch die Vergütung im Einzelfall ist und für welche Art von Geschäftsabschlüssen diese gewährt wird, richtet sich nach der jeweils gültigen Provisionsübersicht des Elsevier Partnerprogramms. Im Einzelfall können abweichende Provisionen zwischen Elsevier und einzelnen Publishern vereinbart werden. Dies geschieht über eine Zusatzvereinbarung zu diesen Publisher AGB. Neben dieser Vergütung besteht kein Anspruch auf Erstattung von Auslagen und Kosten etc.
- 8.2.** Der Anspruch auf die Zahlung der erfolgsabhängigen Vergütung entsteht nur unter folgenden Voraussetzungen:
- a. durch die Werbetätigkeit ist ein Geschäftsabschluss (Sale und/oder Lead, vgl. Ziff. 3.2 dieser AGB) eines Endkunden mit Elsevier zu Stande gekommen,
 - b. der Geschäftsabschluss ist von Elsevier protokolliert („getrackt“) worden,
 - c. der Geschäftsabschluss ist durch Elsevier freigegeben und bestätigt worden und
 - d. es liegt kein Missbrauch im Sinne der Ziff. 7 dieser Publisher AGB vor.
- 8.3.** Darüber hinaus richtet Elsevier ein Publisher-Konto ein, über das die Zahlung der Vergütung abgewickelt wird. Die Auszahlung der erreichten Provisionen erfolgt per Banküberweisung gebührenfrei auf die vom Publisher angegebene Bankverbindung. Beträgt die Vergütung für den abzurechnenden Berichtszeitraum bzw. -monat weniger als 30,00 EUR netto, wird Elsevier die Vergütung des Publishers erst in dem Monat auszahlen, in dem die Addition der fälligen Gutschriften auf dem jeweiligen Publisher-Konto mindestens 30,00 EUR netto ergibt. Sofern weder ein deutsches, noch ein Bankkonto mit IBAN/BIC vorliegt, erfolgt die Auszahlung erst ab einem Guthaben von 200,00 EUR gebührenfrei, darunter auf Anforderung des Publishers gegen Ausgleich der entsprechenden Bankgebühren, die vom Guthaben abgezogen werden.
- 8.4.** Eine Auszahlung eines Guthabens unter dem Mindestauszahlungsbetrag 200,00 EUR im Falle eines Kontos, das nicht über das IBAN/BIC System verfügt, ist gegen Erstattung einer pauschalen Bearbeitungsgebühr von 5,00 EUR bzw. im letzten Falle gegen die tatsächlich anfallenden Bankgebühren, soweit diese mehr als 5,00 EUR betragen, möglich. Die Gebühr wird vom auszahlenden Betrag einbehalten.
- 8.5.** Für jede Auszahlung erstellt Elsevier eine ordnungsgemäße Gutschrift. Mit einer elektronischen Erteilung ist der Publisher einverstanden. Der Publisher versichert, dass er zum gesonderten Ausweis von Umsatzsteuer berechtigt ist. Der Publisher verpflichtet sich, Elsevier unaufgefordert spätestens bis zum Vertragsabschluss alle Angaben schriftlich mitzuteilen, die erforderlich sind, damit Elsevier eine den umsatzsteuerrechtlichen Anforderungen entsprechende und zum Vorsteuerabzug berechtigende Gutschrift ausstellen kann. Falls sich bezüglich der Angaben, die der Publisher gemacht hat, Änderungen ergeben (z. B. Anschrift), verpflichtet sich der Publisher, Elsevier unverzüglich schriftlich hierüber zu informieren. Bei Erhalt der Gutschrift prüft der Publisher diese unverzüglich auf ihre Richtigkeit und Vollständigkeit und teilt Elsevier Beanstandungen unverzüglich schriftlich mit.
- 8.6.** Ein etwaiges Guthaben auf dem jeweiligen Publisher-Konto wird nicht verzinst.

9. Laufzeit und Kündigung

- 9.1.** Der Vertrag über die Teilnahme am Elsevier Partnerprogramm wird auf unbestimmte Zeit geschlossen. Die Parteien können jederzeit in Textform kündigen, der Publisher kann zusätzlich mit der Funktion „Mitgliedschaft beenden“ im Elsevier Interface kündigen.
- 9.2.** Geschäftsabschlüsse, die bis zum Zeitpunkt der Kündigung über die Werbefläche vermittelt wurden, werden nach Zugang der Kündigung unter Beachtung der Vorschriften von Ziff. 8 abgewickelt. Das eventuell vorhandene Restguthaben wird dem Publisher mit der Beendigung des Vertrages gegen eine Bearbeitungsgebühr von 5,00 EUR ausgezahlt. Dies gilt auch bei einem eventuellen Guthaben auf dem entsprechendem Publisher-Konto unterhalb der Schwellenwerte der Ziffer 8.4. Beträgt das Guthaben zum Zeitpunkt der Kündigung 5,00 EUR und weniger, findet keine Auszahlung statt.
- 9.3.** Der Publisher ist verpflichtet, nach erfolgter Kündigung sämtliche Hyperlinks zu dem Partnerprogramm von Elsevier von allen Webseiten zu entfernen. Ab Wirksamkeit der Kündigung wird keinerlei Vergütung mehr gezahlt, auch wenn der Publisher den jeweiligen Hyperlink nicht von seinen Webseiten entfernt.
- 9.4.** Mit der Beendigung der Teilnahme am Elsevier Partnerprogramm wird der mit der Registrierung gespeicherte Datensatz nach Ablauf der gesetzlichen Aufbewahrungsfristen vollständig gelöscht.
- 9.5.** Wurde dem Publisher aufgrund von Missbrauch gem. Ziff. 7 gekündigt, wird vom Guthaben die Vertragsstrafe gemäß Ziff. 7.2 einbehalten.

10. Beendigung der Teilnahme durch Elsevier aufgrund von Inaktivität/Verjährung

- 10.1.** Registriert sich der Publisher beim Elsevier Partnerprogramm und schaltet die Registrierung jedoch nicht über den Aktivierungs-Link frei, wird die Registrierung nach dem Ablauf von 60 Tagen automatisch gelöscht. Eine erneute Registrierung ist möglich.
- 10.2.** Sind dem Publisher-Konto über einen Zeitraum von zwei (2) Jahren nach der Registrierung keine Provisionen gutgeschrieben worden, behält sich Elsevier vor, dieses zu schließen und die Registrierung zu löschen. Eine erneute Registrierung ist möglich.

11. Datenschutz

- 11.1.** Der Schutz personenbezogener Daten ist Elsevier von großer Bedeutung – gleichzeitig ist die Erhebung, Verarbeitung und Nutzung solcher Daten eine unabdingbare Voraussetzung für den Betrieb des Elsevier Partnerprogrammes. Elsevier erhebt, verarbeitet und nutzt personenbezogene Daten ausschließlich unter Beachtung der anwendbaren gesetzlichen Datenschutzbestimmungen.
- 11.2.** Elsevier ist deshalb berechtigt, personenbezogene Daten zu erheben und zu verwenden, soweit dies erforderlich ist, um die Teilnahme am Elsevier Partnerprogramm zu ermöglichen.
 - a.** Elsevier erhebt, verarbeitet und nutzt insbesondere die bei der Registrierung erhobenen Daten sowie Daten, die bei der Teilnahme am Netzwerk anfallen.

- b. Elsevier nutzt die Kontaktdaten auch, um im Zusammenhang mit der Teilnahme am Elsevier Partnerprogramm mit dem Publisher per E-Mail in Kontakt zu treten.
- 11.3.** Eine Verarbeitung und Nutzung personenbezogener Daten zu anderen als den in Ziff. 11.2 genannten Zwecken erfolgt nur auf Grundlage einer ausdrücklich erteilten Einwilligung des Publishers oder einer gesetzlichen Bestimmung, die Elsevier diese Nutzung erlaubt.
- 11.4.** Der Publisher kann über die üblichen Kontaktmöglichkeiten oder über die E-Mail-Adresse partnerprogramm@elsevier.com Auskunft über seine gespeicherten Daten erhalten.

12. Nutzungsrechte

- 12.1.** Die im Rahmen der Teilnahme am Elsevier Partnerprogramm erlangten Informationen und Daten dürfen nur im Zusammenhang mit der Nutzung des Elsevier Partnerprogramms verwendet werden. Jede Weitergabe an Dritte und jede Nutzung zu anderen Zwecken ist untersagt.
- 12.2.** Die zur Verfügung gestellten Werbemittel und deren Quelltexte dürfen nicht ohne vorherige Zustimmung von Elsevier optisch, inhaltlich oder technisch verändert oder anderweitig bearbeitet werden.
- 12.3.** Das Elsevier Partnerprogramm und seine Anwendungen sind nach urheberrechtlichen bzw. sonstigen gesetzlichen Bestimmungen geschützt.
- 12.4.** Elsevier räumt dem Publisher das widerrufliche, nicht ausschließliche, nicht übertragbare Recht ein, die im Rahmen des Elsevier Partnerprogrammes zur Verfügung gestellten Anwendungen sowie die darin enthaltenen Daten unter Beachtung der allgemeinen Gesetze ausschließlich im Rahmen der Teilnahme am Elsevier Partnerprogramm zu nutzen. Mit Beendigung dieses Vertrages, ungeachtet des Grundes, erlöschen die vorgenannten Nutzungsrechte.
- 12.5.** Weitere Nutzungsrechte werden dem Publisher nicht eingeräumt. Der Publisher ist insbesondere nicht berechtigt, die ihm zur Verfügung gestellte Anwendung sowie die darin enthaltenen Daten ganz oder teilweise an Dritte weiterzuleiten oder Dritten den Zugang hierzu zu ermöglichen, zu ändern oder in einer sonstigen Form zu bearbeiten, in andere Werkformen zu übertragen oder zur Erstellung einer eigenen Datenbank und/oder eines Informationsdienstes zu nutzen.

13. Haftung des Publishers/Freistellung bei Vertragsverletzung

- 13.1.** Die Einhaltung der Bestimmungen dieser AGB durch den Publisher ist für den Betrieb des Elsevier Partnerprogrammes von erheblicher Bedeutung
- 13.2.** Der Publisher haftet für jede Verletzung dieser Bestimmungen, insbesondere der Verpflichtungen in Ziff. 6 dieser AGB durch ihn selbst oder durch seine beauftragten Sub-Publisher. Im Falle der Verletzung der Verpflichtungen ist Elsevier berechtigt, etwaige vom Publisher erzielte, noch nicht ausgezahlte Vergütungen einzubehalten sowie im Zeitraum des Verstoßes bereits ausgezahlte Vergütungen zurückzufordern. Einbehaltene oder zurückgeforderte Vergütungen sind auf einen etwaigen späteren Schadensersatzanspruch anspruchsmindernd anzurechnen.
- 13.3.** Der Publisher ist verpflichtet, Elsevier von allen Ansprüchen Dritter freizustellen, die daraus resultieren, dass er oder sein Sub-Publisher den Verpflichtungen dieser AGB, insbesondere den Verpflichtungen aus Ziff. 6 dieser AGB nicht nachkommt, es sei denn, er hat diesen Verstoß nicht zu vertreten. Elsevier ist

berechtigt, vom Publisher die Zahlung sämtlicher Kosten und Aufwendungen zu verlangen, die Elsevier aufgrund des Verstoßes entstehen. Hierzu zählen insbesondere Schadens- oder Aufwendungsersatzzahlungen an Dritte zur Abwehr von Ansprüchen Dritter und die notwendigen Kosten der Rechtsverteidigung und sonstige Schäden. Der Publisher ist zudem verpflichtet, Elsevier bei der Verteidigung gegen solche Ansprüche durch Abgabe von Erklärungen und Informationen zu unterstützen.

- 13.4.** Verletzungen der Verpflichtungen dieser AGB durch den Publisher oder dessen Sub-Publisher berechtigen Elsevier zur außerordentlichen Kündigung, wenn aufgrund des Verstoßes die weitere Fortsetzung des Vortrages für Elsevier unzumutbar ist.

14. Haftung von Elsevier und Haftungsbeschränkung

- 14.1.** Elsevier ist für den Inhalt von Websites Dritter, für Schäden oder sonstige Störungen, die auf der Fehlerhaftigkeit oder Inkompatibilität von Software oder Hardware der Teilnehmer beruhen, sowie für Schäden, die aufgrund der mangelnden Verfügbarkeit oder der einwandfreien Funktionsweise des Internets entstanden sind, nicht verantwortlich.

- 14.2.** Im Übrigen besteht eine Haftung von Elsevier nur,

- a.** soweit die Pflichtverletzung auf grob fahrlässigen oder vorsätzlichen Verhalten beruht;
- b.** soweit die Pflichtverletzung auf grob fahrlässigen oder vorsätzlichen Verhalten eines gesetzlichen Vertreters, eines leitenden Angestellten oder sonstigen Erfüllungsgehilfen beruht;
- c.** dem Grunde nach bei jeder schuldhaften Verletzung einer wesentlichen Vertragspflicht (wobei der Begriff der wesentlichen Vertragspflicht abstrakt eine solche Pflicht bezeichnet, deren Erfüllung die ordnungsgemäße Durchführung des Vertrages überhaupt erst ermöglicht und auf deren Einhaltung die jeweils andere Partei regelmäßig vertrauen darf).

- 14.3.** Die Haftung nach Ziff. 14.2. c. ist bei Vermögens- und Sachschäden auf die Höhe des typischerweise vorhersehbaren Schadens begrenzt.

- 14.4.** Die vorgenannten Haftungsbeschränkungen gelten nicht in den Fällen zwingender gesetzlicher Haftung, insbesondere nach dem Produkthaftungsgesetz, bei Übernahme einer Garantie sowie bei schuldhaften Verletzungen des Lebens, des Körpers und der Gesundheit.

15. Änderung der Publisher AGB

- 15.1.** Elsevier behält sich vor, weniger gewichtige Bestimmungen dieser Publisher AGB jederzeit und ohne Nennung von Gründen zu ändern, sofern diese Änderung nicht zu einer Umgestaltung des Vertragsgefüges insgesamt führt. Die geänderten Bedingungen werden mindestens zwei Wochen vor ihrem Inkrafttreten per E-Mail übermittelt. Widerspricht der Publisher der Geltung der geänderten Publisher AGB nicht innerhalb von vier Wochen nach Empfang der E-Mail in Textform, gelten die geänderten Bedingungen als angenommen. Elsevier wird gesondert auf die Widerspruchsmöglichkeit und die Bedeutung der Vierwochenfrist hinweisen.

15.2. Widerspricht der Publisher der Geltung der neuen (geänderten) Publisher AGB, gilt der Änderungswunsch von Elsevier als abgelehnt. Der Vertrag wird dann ohne die vorgeschlagene Änderung fortgeführt. Das Recht der Parteien zur Kündigung der Teilnahme am Elsevier Partnerprogramm bleibt unberührt. Auf diese Möglichkeit der Kündigung wird ebenfalls gesondert hingewiesen.

16. Schlussbestimmungen

- 16.1.** Zur Nutzung des Elsevier Partnerprogrammes und der Anwendungen ist es erforderlich, bestimmte technische Systeme wie Endgeräte, Softwareprogramme, Übertragungswege, Telekommunikations- und andere Dienstleistungen Dritter einzusetzen, durch die dem Publisher weitere Kosten entstehen können. Elsevier stellt derartige Endgeräte, Softwareprogramme, Übertragungswege, Telekommunikations- und andere Dienstleistungen nicht zur Verfügung und übernimmt demgemäß auch keine Haftung für Leistungen Dritter.
- 16.2.** Rechte und Pflichten aus diesem Vertrag können nur mit der Zustimmung von Elsevier übertragen werden.
- 16.3.** Dieser Vertrag begründet keine Gesellschaft mit Außenwirkung und ermächtigt somit auch keine der Parteien, für beide gemeinsam oder die jeweils andere Partei rechtsverbindliche Erklärungen abzugeben oder sie in sonstiger Weise zu verpflichten oder zu vertreten.
- 16.4.** Auf diese AGB und die vertragliche Beziehung mit dem Publisher findet ausschließlich das Recht der Bundesrepublik Deutschland unter Ausschluss des UN-Kaufrechts (CISG) Anwendung.
- 16.5.** Als Gerichtsstand gilt München als vereinbart, sofern der Publisher Kaufmann i.S.d. Handelsgesetzbuchs (HGB) ist oder keinen festen Wohnsitz in Deutschland hat, den festen Wohnsitz nach Wirksamwerden dieser AGB ins Ausland verlegt hat oder wenn der Wohnsitz oder gewöhnlicher Aufenthaltsort zum Zeitpunkt der Klageerhebung nicht bekannt sind.
- 16.6.** Soweit einzelne Klauseln dieser Publisher AGB ganz oder teilweise unwirksam sein sollten, bleibt die Wirksamkeit der übrigen Bestimmungen davon unberührt. Vielmehr bemühen sich die Parteien, anstelle der unwirksamen Bestimmung eine dem Zweck der Vereinbarung entsprechende oder zumindest nahekommende Ersatzbestimmung zu vereinbaren, die die Parteien zur Meidung des gleichen unwirtschaftlichen Ergebnisses vereinbart hätten, wenn sie die Unwirksamkeit der Bestimmung gekannt hätten. Gleiches gilt für den Fall einer etwaigen Vertragslücke entsprechend.