



Teilnahmebedingungen:

SEM eingeschränkt erlaubt

Mit der Teilnahme am Partnerprogramm von G DATA bestätigen Sie Ihr Einverständnis mit folgenden Bedingungen:

Anstößige Inhalte

Der Affiliate-Partner garantiert, dass keine Inhalte bereitgestellt werden, die gegen geltende Gesetze sowie gegen die guten Sitten verstoßen. Zu diesen Inhalten zählen insbesondere sexuell anzügliche Abbildungen, Darstellung von Gewalt sowie radikale, diskriminierende, beleidigende oder verleumderische Aussagen hinsichtlich Rasse, Geschlecht, Religion, Politik, Nationalität, Behinderung, sexueller Neigung oder Alter sowie Seiten, die in irgendeiner anderen Art und Weise rechtswidrig sind.

Das Werben für G DATA Produkte auf Seiten mit gewaltverherrlichenden, pornografischen sowie diskriminierenden bzw. anstößigen Inhalten - wie oben beschrieben - ist untersagt. G DATA behält sich vor, Bewerbungen aus diesen Gründen abzulehnen und bestehende Partnerschaften zu kündigen sowie die offenen Transaktionen dieser Partner zu stornieren!

Hinweise bzgl. E-Mail-Werbung

Das G DATA Werbepartnerangebot gilt ausschließlich für Interessenten, die Webseitenwerbung betreiben. E-Mail-Werbung ist von diesem Angebot generell ausgenommen!

Regeln / Beratung zum Suchmaschinenmarketing

SEM ist eingeschränkt gestattet. Die Wortmarke "G DATA" darf jedoch in einer Suchmaschine nicht gebucht werden. Die URL darf in einer Suchmaschine nicht als Anzeige- und Ziel-URL verwendet werden. Die Marke, Markenvariationen, Falschschreibweisen oder Wortkombinationen dürfen in einer Suchmaschine nicht angeboten werden. Mit Hilfe der folgenden festgelegten Vorschriften bzw. Anweisungen soll sichergestellt werden, dass sich unsere Partner an die Richtlinien der Suchmaschinen halten:

1. Keywords (Schlüsselwörter)
 - a) Liste der negativen Keywords / Marken

Es ist Ihnen nicht gestattet, für die direkte Suche nachfolgend registrierte bzw. gesperrte Begriffe Anzeigen zu schalten:

Für die Begriffe "gdata", "g data", und "g-data" dürfen keine Anzeigen in Suchmaschinen geschaltet werden. Wenn Sie z. B. bei Google Anzeigen für Keywords mit der Keyword-



Option "Weitgehend passendes Keyword" bzw. "Passende Wortgruppe" schalten, müssen Sie in Ihre Kampagnen bzw. Anzeigengruppen die ausschließenden Keywords "gdata", "g data", und "g-data" aufnehmen.

Es ist Ihnen nicht gestattet, Anzeigen für Falschschreibweisen der G DATA Marken zu schalten.

Es ist Ihnen nicht gestattet, Anzeigen für Suchen nach dem Unternehmensnamen und nach G DATA Marken zu schalten. Es ist Ihnen nicht gestattet, Anzeigen für Suchen nach dem Unternehmensnamen und nach Marken von G DATA zu schalten, wenn gleichzeitig generische Begriffe verwendet werden (z. B. Marke mit generischen Begriffen). Es ist Ihnen nicht gestattet, Anzeigen gegen die URL von G DATA zu schalten. Es ist Ihnen nicht gestattet, Anzeigen gegen die G DATA URL oder die URL-Varianten zu schalten. Es ist Ihnen nicht gestattet, Anzeigen für Marken oder Markenvarianten von G DATA Mitbewerbern zu schalten.

b) Liste der positiven Keywords 2. Display-URL

G DATA ist eine geschützte Wortmarke, die nicht in Display- und Ziel-URLs oder Suchwörtern verwendet werden darf.

Sie dürfen bei Suchmaschinenanzeigen Markennamen in den Unterordnern der Anzeige-URLs verwenden. Sie dürfen bei Suchmaschinenanzeigen keine Markennamen in den Subdomains der Anzeige-URLs verwenden. Es ist Ihnen nicht gestattet, zum alleinigen Zweck der Steigerung von Besucherzahlen über Suchmaschinenabfragen Websites mit Domains zu betreiben, die Markennamen enthalten.

Bei unklaren Begriffen oder Ausnahmen für bestimmte Verzeichnisse / Suchmaschinen wenden Sie sich bitte an den entsprechenden Ansprechpartner. Senden Sie einfach eine E-Mail an affiliates@gdata.de

3. Anzeigentitel

Im Titel der Anzeige dürfen Markennamen verwendet werden.

4. Anzeigentext

Es ist Ihnen gestattet, im Text der Anzeige Markennamen zu verwenden.

5. Direkte Verweise auf Webseiten von G DATA über Anzeigen in Suchmaschinen sind untersagt. Die direkte Weiterleitung (auch in iFrame) auf Webseiten von G DATA ist für SEM nicht gestattet. Partner, die SEM betreiben, sollten eigene Zielseiten aufbauen.

6. Unsere Zielseiten dürfen nicht ohne eigene Inhalte beworben werden, da sonst jede beworbene Affiliate-Seite identisch aussähe.



7. Die Integration von Inhalten in Ihre eigene Webseite ist generell erwünscht. Bei SEM ist mehr Umsicht der einzelnen Partner im Hinblick auf ihre Mitbewerber gefragt. Passen Sie Ihre zu bewerbende Seite Ihrem eigenen "Look and Feel" an, und grenzen Sie Ihre Seite auf diese Weise von Mitbewerbern ab.

8. Erstellen Sie ein Impressum mit Kontaktinformationen, um klar hervorzuheben, dass es sich um ein Angebot Ihrer eigenen Webseite handelt!

9. Schalten Sie keine AdWords-Anzeigen auf Mobilgeräten mit WAP-Browsern.

Weitere Anforderungen an Partner-Webseiten

1. a) Vollständiges Impressum
2. b) Seite auf deutscher Sprache
3. c) Ansprechende Webseitengestaltung

Sonstiges

1. a) Provision: Der Partner ist nicht berechtigt, die Höhe der vereinbarten Provision dem Endkunden gegenüber zu nennen.
2. b) Aktualisierungen: Der Partner ist verpflichtet, Vollständigkeit, Richtigkeit und ständige Aktualisierung der von G DATA zur Verfügung gestellten Daten und Informationen bspw. über Aktionen sicherzustellen.