

Werbepartner-Vereinbarung (Promo-Code) — QuickTeam

Referral Partner Agreement (Promo Code) — QuickTeam

Stand / Version: 23. September 2026 (2026-09-23)

Deutsch ist die verbindliche Vertragsfassung; die englische Fassung ist eine unverbindliche Übersetzung zur Information (§ 14 Abs. 5).
German is the binding version of this contract; the English text is a non-binding convenience translation (§ 14(5)).

Teil A — Angaben zum Werbepartner / Partner details

(Vom Werbepartner leserlich auszufüllen. Please complete legibly.)

Feld / Field Eintrag / Entry

Vor- und Nachname / Full name _____

Firma (nur bei Unternehmen) / Trading name (businesses only)

Geburtsdatum / Date of birth ____ . ____ . _____

Anschrift (Straße, Hausnr.) / Address (street, no.) _____

PLZ, Ort / Postal code, city _____

Land / Country _____

E-Mail / Email _____

Telefon / Phone _____

Wunsch-Code (freiwillig; A–Z, 0–9, - und _) / Preferred code (optional)

Bankverbindung für die Auszahlung / Bank details for payout

Feld / Field Eintrag / Entry

Kontoinhaber / Account holder _____

IBAN _____

BIC (falls erforderlich / if required) _____

Umsatzsteuerlicher Status / VAT status (bitte eines ankreuzen / please tick one; § 8)

☐ Ich berechne auf die Vergütung keine Umsatzsteuer (keine unternehmerische Tätigkeit oder Kleinunternehmerregelung, z. B. § 19 UStG DE / § 6 Abs. 1 Z 27 UStG AT). / I charge no VAT on the compensation (no business activity, or small-business scheme).

☐ Ich bin umsatzsteuerpflichtige/r Unternehmer/in. / I am a VAT-registered business.

• Steuernummer oder USt-IdNr. / Tax number or VAT ID: _____

Teil B — Vereinbarung (verbindliche deutsche Fassung)

§ 1 Parteien, Gegenstand, Vertragsschluss

(1) Diese Vereinbarung wird geschlossen zwischen der BlankTrading UG (haftungsbeschränkt), Gabriele-Münter-Straße 31, 73760 Ostfildern, Deutschland, vertreten durch den Geschäftsführer Leo Solomon, eingetragen im Handelsregister des Amtsgerichts Stuttgart unter HRB 795737, USt-IdNr. DE369517679, E-Mail blanktrading@web.de (nachfolgend „Anbieter“), und der in Teil A genannten natürlichen Person (nachfolgend „Werbepartner“).

(2) Der Werbepartner kann den Dienst „QuickTeam“ des Anbieters Dritten empfehlen. Für jeden geworbenen Betrieb (§ 2 Abs. 2) erhält er eine umsatzabhängige Vergütung nach Maßgabe der §§ 5 bis 7. Weitere Ansprüche, insbesondere auf eine erfolgsunabhängige Vergütung oder auf Aufwendungsersatz, bestehen nicht.

(3) Diese Vereinbarung begründet weder ein Arbeits-, Dienst- oder Gesellschaftsverhältnis noch ein Handelsvertreterverhältnis noch eine Vollmacht zur Vertretung des Anbieters (§ 9).

(4) Mit der Übersendung dieses ausgefüllten und unterzeichneten Formulars gibt der Werbepartner ein Angebot zum Abschluss dieser Vereinbarung ab. Die Vereinbarung kommt zustande, wenn der Anbieter das Angebot in Textform annimmt, insbesondere durch Gegenzeichnung oder durch Mitteilung des zugeteilten Promo-Codes. Ein Anspruch auf Annahme besteht nicht.

§ 2 Begriffe

(1) Promo-Code ist die dem Werbepartner vom Anbieter zugeteilte, eindeutige Zeichenfolge, die ein Betrieb bei der Einrichtung seines Kundenkontos im Dienst angeben kann. Der Anbieter berücksichtigt einen Wunsch-Code nach Möglichkeit; ein Anspruch darauf besteht nicht.

(2) Geworbener Betrieb ist ein Betrieb, der den Promo-Code des Werbepartners während der Laufzeit dieser Vereinbarung bei der Einrichtung seines Kundenkontos wirksam angegeben hat und dem der Code dadurch zugeordnet ist. Je Betrieb wird genau ein Promo-Code gespeichert; wird mehr als einer angegeben, gilt der zuerst gespeicherte. Ein nachträgliches Eintragen oder Ändern des Codes ist ausgeschlossen.

(3) Aktivierung ist der Tag, an dem der Anbieter vom geworbenen Betrieb erstmals ein Entgelt für den Dienst vereinnahmt. Die Zwölf-Monats-Frist des § 5 Abs. 1 läuft ab diesem Tag.

(4) Nettoumsatz ist das Entgelt, das der Anbieter vom geworbenen Betrieb für den Dienst tatsächlich vereinnahmt und behält, ohne Umsatzsteuer, ohne durchlaufende Posten und nach Abzug gewährter Rabatte und Gutscheine. Erstattungen, Gutschriften, Rückbuchungen (Chargebacks, Rücklastschriften) und Stornierungen mindern den Nettoumsatz; für bereits abgerechnete Beträge gilt § 6 Abs. 3.

§ 3 Zuteilung und Nutzung des Promo-Codes

(1) Der Anbieter teilt dem Werbepartner einen Promo-Code zu. Der Code ist persönlich und nicht übertragbar.

(2) Der Werbepartner sichert zu, dass er bei Abschluss dieser Vereinbarung das 18. Lebensjahr vollendet hat und unbeschränkt geschäftsfähig ist und dass seine Angaben in Teil A zutreffen. Änderungen teilt er unverzüglich in Textform mit.

(3) Verbot des Selbstbezugs. Der Werbepartner darf seinen Promo-Code nicht für einen Betrieb verwenden oder verwenden lassen, dessen Inhaber, Gesellschafter, gesetzlicher Vertreter oder wirtschaftlich Berechtigter er selbst ist. Für einen solchen Betrieb entsteht kein Vergütungsanspruch.

(4) Kein Bestandskunde. Ein Betrieb gilt nicht als geworben, wenn er (gemessen an

seinem Inhaber) im Zeitpunkt der Angabe des Promo-Codes bereits Kunde des Anbieters ist oder innerhalb der zwölf Monate davor Kunde war.

(5) Der Werbepartner darf den Promo-Code nicht selbst für einen Dritten eingeben oder einen Betrieb ohne dessen Wissen und Willen anmelden.

§ 4 Grundsätze der Werbung, Nutzungsrecht

(1) Der Werbepartner bewirbt den Dienst wahrheitsgemäß und unter Beachtung der geltenden Gesetze, insbesondere des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG), des Datenschutzrechts sowie des Marken- und Urheberrechts.

(2) Kennzeichnung. Empfiehlt der Werbepartner den Dienst öffentlich, insbesondere in sozialen Medien, auf einer Website oder in einem Newsletter, macht er den kommerziellen Zweck deutlich kenntlich (etwa mit „Werbung“ oder „Anzeige“), soweit dies gesetzlich erforderlich ist (§ 5a Abs. 4 UWG).

(3) Untersagt sind insbesondere:

- Werbung per E-Mail, SMS, Messenger, Telefon oder Fax ohne vorherige ausdrückliche Einwilligung des Empfängers (§ 7 UWG);
- irreführende Angaben, insbesondere über Preise, Leistungen und Konditionen des Dienstes; namentlich die Behauptung, der Promo-Code gewähre einen Preisnachlass — er gewährt keinen;
- der Anschein, für den Anbieter aufzutreten oder Erklärungen für ihn abgeben zu können;
- die Anmeldung von Domains, Profilnamen oder Marken, die „QuickTeam“ enthalten, sowie die Buchung von Suchmaschinenanzeigen auf diesen Begriff, jeweils ohne vorherige Zustimmung des Anbieters in Textform;
- Werbung in einem rechtswidrigen, jugendgefährdenden oder diskriminierenden Umfeld.

(4) Nutzungsrecht. Der Anbieter räumt dem Werbepartner für die Laufzeit dieser Vereinbarung das einfache, nicht übertragbare und jederzeit in Textform widerrufliche Recht ein, den Namen „QuickTeam“ und die vom Anbieter bereitgestellten Werbemittel ausschließlich zur Empfehlung des Dienstes nach dieser Vereinbarung und unverändert zu nutzen. Weitere Rechte werden nicht eingeräumt.

(5) Der Anbieter kann die zulässigen Werbewege in Textform näher regeln. Auf Verlangen des Anbieters entfernt der Werbepartner Inhalte, die gegen diese Vereinbarung oder geltendes Recht verstoßen, unverzüglich.

§ 5 Vergütung

(1) Der Werbepartner erhält, vorbehaltlich der §§ 3 und 6, je geworbenem Betrieb:

- 20 % des Nettoumsatzes dieses Betriebs, der in den ersten zwölf (12) Monaten ab der Aktivierung vereinnahmt wird, und
- 10 % des Nettoumsatzes dieses Betriebs, der danach vereinnahmt wird, solange diese Vereinbarung besteht.

(2) Der Anspruch entsteht jeweils erst, wenn der Anbieter das zugrunde liegende Entgelt tatsächlich vereinnahmt hat (§ 2 Abs. 4). Für Zeiträume, in denen der Betrieb nichts zahlt, etwa wegen eines Rabatts, Gutscheins oder einer kostenlosen Nutzung, entsteht kein Anspruch.

(3) Endet das Abonnement des geworbenen Betriebs, endet der Vergütungsanspruch für diesen Betrieb mit dem letzten vereinnahmten Entgelt. Nimmt derselbe Betrieb den Dienst später wieder auf, lebt der Anspruch nach Abs. 1 wieder auf; die Zwölf-Monats-Frist wird durch die Unterbrechung nicht verlängert.

(4) Für Entgelte, die nach dem Ende dieser Vereinbarung vereinnahmt werden, entsteht kein Anspruch (§ 11 Abs. 3).

(5) Die Vergütung ist ein Nettobetrag. Zur Umsatzsteuer gilt § 8.

§ 6 Keine Vergütung ohne Zahlung; Rückbelastung

(1) Ein Anspruch besteht nur, soweit und solange der geworbene Betrieb das Entgelt tatsächlich zahlt und der Anbieter es behält. Kündigt der Betrieb, zahlt er nicht, bricht er die Einrichtung ab oder kommt der Vertrag aus einem anderen Grund nicht zustande, entsteht für den betreffenden Zeitraum kein Anspruch.

(2) Der Anbieter berechnet die Vergütung anhand der bei ihm vorliegenden Zahlungsdaten, insbesondere derjenigen seines Zahlungsdienstleisters.

(3) Wird ein bereits abgerechnetes Entgelt später erstattet, gutgeschrieben oder zurückgebucht, entfällt die darauf entfallende Vergütung. Ein bereits gutgeschriebener Betrag wird mit künftigen Ansprüchen verrechnet; ist er bereits ausgezahlt und reicht die Verrechnung innerhalb von sechs Monaten nicht aus, kann der Anbieter den überzahlten Betrag zurückfordern.

§ 7 Abrechnung und Auszahlung

- (1) Der Anbieter führt für den Werbepartner ein Vergütungskonto, auf dem die nach §§ 5 und 6 entstandenen Beträge gutgeschrieben und verrechnet werden.
- (2) Stichtag ist der erste Tag jedes Kalendermonats. Zu jedem Stichtag werden die Vergütungen für die im vorangegangenen Kalendermonat vereinnahmten Entgelte gutgeschrieben. Der Anbieter zahlt das Guthaben innerhalb von 14 Tagen nach dem Stichtag auf das in Teil A angegebene Konto aus.
- (3) Eine Auszahlung erfolgt nur, wenn das Guthaben zum Stichtag mindestens 50,00 € beträgt; andernfalls wird es auf den nächsten Stichtag vorgetragen. Nach dem Ende dieser Vereinbarung wird ein verbleibendes Guthaben unabhängig von diesem Mindestbetrag mit der letzten Abrechnung ausgezahlt.
- (4) Zu jedem Stichtag, zu dem sich das Vergütungskonto verändert hat, übermittelt der Anbieter eine Abrechnung in Textform, aufgeschlüsselt nach geworbenen Betrieben (vereinnahmter Nettoumsatz, Vergütungssatz, Vergütung) sowie mit Verrechnungen und Saldo. Einwendungen erhebt der Werbepartner innerhalb von acht Wochen nach Zugang in Textform; die rechtzeitige Absendung genügt. Unterlässt er dies, gilt die Abrechnung als genehmigt; auf diese Folge weist der Anbieter in jeder Abrechnung besonders hin. Der Werbepartner kann auch nach Fristablauf eine Berichtigung verlangen, muss dann aber nachweisen, dass die Abrechnung unrichtig war.
- (5) Zahlungen erfolgen in Euro per SEPA-Überweisung ausschließlich auf das in Teil A genannte Konto. Ohne gültige IBAN ist keine Auszahlung möglich; das Guthaben wird bis zur Angabe einer gültigen Bankverbindung vorgetragen. Änderungen der Bankverbindung teilt der Werbepartner in Textform mit. Kosten, die durch fehlerhafte oder veraltete Angaben entstehen, trägt der Werbepartner, soweit er sie zu vertreten hat.
- (6) Der Anbieter kann Auszahlungen zurückhalten, solange auf Tatsachen gestützte Zweifel an der Identität des Werbepartners, an der Richtigkeit seiner Angaben oder an einem Verstoß gegen § 3 oder § 4 bestehen, bis diese ausgeräumt sind. Er teilt dem Werbepartner den Grund in Textform mit.

§ 8 Steuern

(1) Der Werbepartner ist für die ordnungsgemäße Versteuerung der Vergütung selbst verantwortlich. Er gibt seinen umsatzsteuerlichen Status in Teil A zutreffend an und teilt Änderungen unverzüglich in Textform mit. Der Anbieter schuldet keine Beratung über die steuerlichen Folgen dieser Vereinbarung.

(2) Ist der Werbepartner umsatzsteuerpflichtiger Unternehmer, zahlt der Anbieter die auf die Vergütung gesetzlich anfallende Umsatzsteuer zusätzlich, sofern nicht der Anbieter sie als Leistungsempfänger schuldet (Übergang der Steuerschuld, etwa bei Werbepartnern mit Sitz im Ausland). Im Übrigen wird keine Umsatzsteuer gezahlt.

(3) Ist der Werbepartner Unternehmer, rechnet der Anbieter über die Vergütung durch Gutschrift im Sinne des § 14 Abs. 2 Satz 2 UStG in einem gesetzlich zulässigen Format ab; die Parteien vereinbaren dies hiermit. Widerspricht der Werbepartner einer Gutschrift, stellt er für den betreffenden Zeitraum selbst eine ordnungsgemäße Rechnung.

§ 9 Selbstständigkeit; kein Handelsvertreter

(1) Der Werbepartner ist selbstständig und in der Gestaltung seiner Tätigkeit frei. Er unterliegt keinen Weisungen, hat keine Anwesenheits-, Tätigkeits- oder Mindestpflicht und ist nicht ständig damit betraut, Geschäfte für den Anbieter zu vermitteln oder abzuschließen; er gibt lediglich Empfehlungen. Verträge mit Betrieben kommen unmittelbar zwischen dem Anbieter und dem Betrieb zustande, ohne dass der Werbepartner an den Vertragsverhandlungen mitwirkt.

(2) Der Werbepartner ist nicht berechtigt, im Namen oder für Rechnung des Anbieters Erklärungen abzugeben, Zusagen zu machen oder Zahlungen entgegenzunehmen.

(3) Es besteht weder Ausschließlichkeit noch Gebietsschutz noch ein Wettbewerbsverbot. Der Anbieter ist frei, Verträge mit Betrieben zu schließen oder abzulehnen, Preise und Leistungen zu gestalten sowie den Dienst zu ändern oder einzustellen; dem Werbepartner entstehen daraus keine Ansprüche.

§ 10 Haftung und Freistellung

(1) Der Anbieter haftet unbeschränkt bei Vorsatz und grober Fahrlässigkeit, bei Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit, nach dem Produkthaftungsgesetz sowie im Umfang einer übernommenen Garantie.

(2) Bei leicht fahrlässiger Verletzung einer wesentlichen Vertragspflicht, deren Erfüllung die ordnungsgemäße Durchführung dieser Vereinbarung überhaupt erst ermöglicht und auf deren Einhaltung der Werbepartner regelmäßig vertrauen darf (insbesondere die Pflicht zur Abrechnung und Auszahlung), ist die Haftung des Anbieters auf den vertragstypischen, vorhersehbaren Schaden begrenzt. Im Übrigen ist die Haftung für leichte Fahrlässigkeit ausgeschlossen.

(3) Der Werbepartner stellt den Anbieter von Ansprüchen Dritter, einschließlich behördlicher Maßnahmen, frei, die auf einer von ihm zu vertretenden Verletzung des § 3 oder § 4 beruhen, einschließlich der angemessenen Kosten der Rechtsverteidigung. Der Anbieter unterrichtet den Werbepartner unverzüglich über geltend gemachte Ansprüche und gibt ihm Gelegenheit zur Stellungnahme.

§ 11 Laufzeit, Kündigung, Sperrung

(1) Die Vereinbarung beginnt mit ihrem Zustandekommen (§ 1 Abs. 4) und läuft auf unbestimmte Zeit.

(2) Beide Parteien können die Vereinbarung mit einer Frist von vier (4) Wochen in Textform kündigen. Das Recht zur außerordentlichen Kündigung aus wichtigem Grund bleibt unberührt. Ein wichtiger Grund für den Anbieter liegt insbesondere vor, wenn der Werbepartner trotz Abmahnung gegen § 3 oder § 4 verstößt; einer Abmahnung bedarf es nicht, wenn sie nach § 314 Abs. 2 BGB entbehrlich ist.

(3) Mit dem Ende der Vereinbarung wird der Promo-Code deaktiviert. Ansprüche für Entgelte, die bis zum Ende vereinnahmt wurden, werden nach § 7 abgerechnet und ausgezahlt; für später vereinnahmte Entgelte entsteht kein Anspruch.

(4) Bei einem auf Tatsachen gestützten Verdacht eines Verstoßes gegen § 3 oder § 4 kann der Anbieter den Promo-Code vorübergehend sperren, bis der Sachverhalt geklärt ist; er teilt dies dem Werbepartner mit. Vergütungsansprüche, die auf einem Verstoß gegen § 3 beruhen, entstehen nicht; bereits gutgeschriebene oder ausgezahlte Beträge aus einem solchen Verstoß werden nach § 6 Abs. 3 verrechnet oder zurückgefordert. Im

Übrigen bleiben rechtmäßig entstandene Ansprüche unberührt.

§ 12 Datenschutzhinweise (Art. 13 DSGVO)

(1) Verantwortlicher ist der Anbieter (§ 1 Abs. 1), erreichbar unter blanktrading@web.de.

(2) Daten und Zwecke. Der Anbieter verarbeitet die Angaben aus Teil A (Name, Firma, Geburtsdatum, Anschrift, Kontaktdaten, Bankverbindung, steuerliche Angaben), den zugeteilten Promo-Code, die Zuordnung geworbener Betriebe und die Abrechnungsdaten, um diese Vereinbarung abzuschließen und durchzuführen, insbesondere um die Vergütung zu berechnen, abzurechnen und auszusuchen. Das Geburtsdatum dient der Prüfung der Volljährigkeit (§ 3 Abs. 2) und der eindeutigen Identifizierung.

(3) Rechtsgrundlagen sind Art. 6 Abs. 1 lit. b DSGVO (Vertrag), Art. 6 Abs. 1 lit. c DSGVO (steuer- und handelsrechtliche Pflichten) sowie Art. 6 Abs. 1 lit. f DSGVO; das berechtigte Interesse liegt in der Verhinderung von Missbrauch (§ 3) und in der Geltendmachung und Abwehr von Ansprüchen.

(4) Empfänger sind das kontoführende Kreditinstitut des Anbieters (Auszahlung), steuerliche Berater und Finanzbehörden, soweit gesetzlich erforderlich, sowie Dienstleister für E-Mail und Hosting, die als Auftragsverarbeiter weisungsgebunden tätig sind. Eine Übermittlung in Drittländer ist nicht vorgesehen.

(5) Speicherdauer. Die Daten werden für die Dauer der Vereinbarung gespeichert und danach gelöscht, soweit keine gesetzlichen Aufbewahrungspflichten entgegenstehen (nach § 147 AO und § 257 HGB derzeit bis zu zehn Jahre) oder sie zur Durchsetzung oder Abwehr von Ansprüchen bis zum Ablauf der Verjährung benötigt werden. Angaben aus einem nicht angenommenen Antrag werden spätestens sechs Monate nach der Ablehnung gelöscht.

(6) Pflicht zur Bereitstellung. Die Angaben in Teil A sind für den Abschluss und die Durchführung der Vereinbarung erforderlich; der Wunsch-Code ist freiwillig. Ohne die erforderlichen Angaben kann die Vereinbarung nicht geschlossen und keine Vergütung ausgezahlt werden. Eine automatisierte Entscheidungsfindung einschließlich Profiling findet nicht statt.

(7) Rechte. Der Werbepartner hat das Recht auf Auskunft, Berichtigung, Löschung, Einschränkung der Verarbeitung und Datenübertragbarkeit (Art. 15 bis 20 DSGVO) sowie das Recht, einer auf Art. 6 Abs. 1 lit. f DSGVO gestützten Verarbeitung aus Gründen,

die sich aus seiner besonderen Situation ergeben, zu widersprechen (Art. 21 DSGVO). Er kann sich bei einer Aufsichtsbehörde beschweren (Art. 77 DSGVO); für den Anbieter zuständig ist der Landesbeauftragte für den Datenschutz und die Informationsfreiheit Baden-Württemberg, Lautenschlagerstraße 20, 70173 Stuttgart.

§ 13 Änderungen dieser Vereinbarung

Änderungen dieser Vereinbarung, insbesondere der Vergütungssätze und Fristen des § 5, kann der Anbieter dem Werbepartner mindestens sechs (6) Wochen vor ihrem Wirksamwerden in Textform anbieten. Die Änderung wird nur wirksam, wenn der Werbepartner ihr zustimmt; Schweigen gilt nicht als Zustimmung. Stimmt er nicht zu, gelten die bisherigen Bedingungen fort; beide Parteien können in diesem Fall nach § 11 kündigen. Bereits entstandene Ansprüche bleiben von einer Änderung unberührt.

§ 14 Schlussbestimmungen

(1) Es gilt das Recht der Bundesrepublik Deutschland. Handelt der Werbepartner als Verbraucher, bleiben die zwingenden Verbraucherschutzvorschriften des Staates seines gewöhnlichen Aufenthalts unberührt, soweit sie ihm einen weitergehenden Schutz gewähren.

(2) Ist der Werbepartner Kaufmann, juristische Person des öffentlichen Rechts oder öffentlich-rechtliches Sondervermögen, ist ausschließlicher Gerichtsstand für alle Streitigkeiten aus dieser Vereinbarung der Sitz des Anbieters. Zwingende gesetzliche Gerichtsstände bleiben unberührt.

(3) Änderungen und Ergänzungen dieser Vereinbarung bedürfen der Textform. Der Vorrang individueller Vertragsabreden (§ 305b BGB) bleibt unberührt.

(4) Sollte eine Bestimmung unwirksam sein oder werden, bleibt die Vereinbarung im Übrigen wirksam; an die Stelle der unwirksamen Bestimmung treten die gesetzlichen Vorschriften.

(5) Maßgeblich ist die deutsche Fassung (Teil B); die englische Fassung (Teil C) dient nur der Information.

Teil C — Agreement (English convenience translation)

Non-binding translation. In case of any discrepancy, the German version in Part B prevails (§ 14(5)).

§ 1 Parties, subject matter, conclusion of the agreement

(1) This agreement is entered into between BlankTrading UG (haftungsbeschränkt), Gabriele-Münter-Straße 31, 73760 Ostfildern, Germany, represented by its managing director Leo Solomon, registered with the commercial register of the Stuttgart local court under HRB 795737, VAT ID DE369517679, email blanktrading@web.de (the "Provider"), and the individual named in Part A (the "Partner").

(2) The Partner may recommend the Provider's "QuickTeam" service to third parties. For each referred business (§ 2(2)) the Partner receives revenue-based compensation under §§ 5 to 7. No further claims exist, in particular none to compensation independent of success or to reimbursement of expenses.

(3) This agreement creates neither an employment, service or partnership relationship, nor a commercial agency relationship, nor any authority to represent the Provider (§ 9).

(4) By sending this completed and signed form, the Partner makes an offer to enter into this agreement. The agreement is concluded when the Provider accepts the offer in text form, in particular by countersigning or by notifying the assigned promo code. There is no entitlement to acceptance.

§ 2 Definitions

(1) Promo code: the unique string assigned to the Partner by the Provider, which a business may enter when setting up its customer account in the service. The Provider takes a preferred code into account where possible; there is no entitlement to it.

(2) Referred business: a business that has validly entered the Partner's promo code while this agreement is in force when setting up its customer account, and to which the code is thereby assigned. Exactly one promo code is stored per business; if more than one is entered, the first stored one applies. The code cannot be added

or changed afterwards.

(3) Activation: the day on which the Provider first collects a fee for the service from the referred business. The twelve-month period in § 5(1) runs from that day.

(4) Net revenue: the fee that the Provider actually collects and retains from the referred business for the service, excluding VAT and pass-through items and after deducting any discounts and vouchers granted. Refunds, credits, chargebacks, returned direct debits and cancellations reduce net revenue; § 6(3) applies to amounts already settled.

§ 3 Assignment and use of the promo code

(1) The Provider assigns a promo code to the Partner. The code is personal and non-transferable.

(2) The Partner warrants that, when entering into this agreement, they are at least 18 years old and have full legal capacity, and that their details in Part A are correct. They notify changes without undue delay in text form.

(3) No self-referral. The Partner may not use, or have used, their promo code for a business of which they are the owner, shareholder, legal representative or beneficial owner. No compensation claim arises for such a business.

(4) No existing customers. A business does not count as referred if (judged by its owner) it is already a customer of the Provider when the promo code is entered, or was a customer within the twelve months before.

(5) The Partner may not enter the promo code on behalf of a third party or sign up a business without its knowledge and consent.

§ 4 Promotion principles, right of use

(1) The Partner promotes the service truthfully and in compliance with applicable law, in particular the German Unfair Competition Act (UWG), data protection law and trademark and copyright law.

(2) Disclosure. Where the Partner recommends the service publicly, in particular on social media, a website or in a newsletter, they clearly disclose the commercial purpose (e.g. "Advertisement" / "Ad") to the extent required by law (§ 5a(4) UWG).

(3) In particular, the following are prohibited:

- advertising by email, SMS, messenger, phone or fax without the recipient's prior express consent (§ 7 UWG);
- misleading statements, in particular about prices, features and terms of the service; specifically, claiming that the promo code grants a discount — it does not;
- creating the impression of acting for the Provider or being able to make declarations on its behalf;
- registering domains, profile names or trademarks containing "QuickTeam", or booking search-engine ads on that term, in each case without the Provider's prior consent in text form;
- advertising in an unlawful, youth-endangering or discriminatory context.

(4) Right of use. For the term of this agreement, the Provider grants the Partner the simple, non-transferable right, revocable at any time in text form, to use the name "QuickTeam" and the promotional materials provided by the Provider, unchanged and solely to recommend the service under this agreement. No further rights are granted.

(5) The Provider may specify permitted promotional channels in text form. At the Provider's request, the Partner removes without undue delay any content that breaches this agreement or applicable law.

§ 5 Compensation

(1) Subject to §§ 3 and 6, the Partner receives, per referred business:

- 20% of that business's net revenue collected during the first twelve (12) months from activation, and
- 10% of that business's net revenue collected thereafter, for as long as this agreement is in force.

(2) A claim arises only once the Provider has actually collected the underlying fee (§ 2(4)). No claim arises for periods in which the business pays nothing, e.g. due to a discount, voucher or free use.

(3) If the referred business's subscription ends, the compensation claim for that

business ends with the last fee collected. If the same business later resumes the service, the claim under paragraph (1) revives; the interruption does not extend the twelve-month period.

(4) No claim arises for fees collected after this agreement has ended (§ 11(3)).

(5) Compensation is a net amount. § 8 governs VAT.

§ 6 No compensation without payment; recharge

(1) A claim exists only to the extent and for as long as the referred business actually pays and the Provider retains the fee. If the business cancels, does not pay, aborts the setup, or the contract does not come about for another reason, no claim arises for the relevant period.

(2) The Provider calculates compensation from the payment data available to it, in particular that of its payment service provider.

(3) If a fee already settled is later refunded, credited or charged back, the corresponding compensation lapses. Any amount already credited is set off against future claims; if it has already been paid out and set-off within six months is insufficient, the Provider may reclaim the overpaid amount.

§ 7 Statements and payout

(1) The Provider maintains a compensation account for the Partner, to which amounts arising under §§ 5 and 6 are credited and set off.

(2) The cut-off date is the first day of each calendar month. On each cut-off date, compensation for fees collected in the preceding calendar month is credited. The Provider pays out the balance within 14 days after the cut-off date to the account stated in Part A.

(3) A payout is made only if the balance is at least €50.00 on the cut-off date; otherwise it is carried over to the next cut-off date. After this agreement has ended, any remaining balance is paid out with the final statement regardless of this minimum.

(4) For each cut-off date on which the compensation account has changed, the Provider sends a statement in text form, broken down by referred business (net revenue collected, rate, compensation) and showing set-offs and the balance. The Partner raises objections in text form within eight weeks of receipt; timely dispatch suffices. If they do not, the statement is deemed approved; the Provider specifically points out this consequence in each statement. The Partner may still request a correction after the deadline but must then prove that the statement was incorrect.

(5) Payments are made in euros by SEPA transfer exclusively to the account named in Part A. No payout is possible without a valid IBAN; the balance is carried over until valid bank details are provided. The Partner notifies changes to bank details in text form. Costs caused by incorrect or outdated details are borne by the Partner to the extent they are responsible for them.

(6) The Provider may withhold payouts while there are fact-based doubts about the Partner's identity, the accuracy of their details, or a breach of § 3 or § 4, until these are resolved. It informs the Partner of the reason in text form.

§ 8 Taxes

(1) The Partner is responsible for properly paying tax on the compensation. They state their VAT status correctly in Part A and notify changes without undue delay in text form. The Provider owes no advice on the tax consequences of this agreement.

(2) If the Partner is a VAT-registered business, the Provider additionally pays the VAT legally due on the compensation, unless the Provider owes it as recipient of the service (reverse charge, e.g. for Partners established abroad). Otherwise no VAT is paid.

(3) If the Partner is a business, the Provider settles the compensation by self-billing credit note within the meaning of § 14(2) sentence 2 of the German VAT Act, in a legally permitted format; the parties hereby agree to this. If the Partner objects to a credit note, they issue a proper invoice for the relevant period themselves.

§ 9 Independence; no commercial agent

(1) The Partner is independent and free to organise their activity. They are not subject to instructions, have no obligation to be present, active or to meet any minimum, and are not permanently entrusted with brokering or concluding business for

the Provider; they merely make recommendations. Contracts with businesses are concluded directly between the Provider and the business, without the Partner taking part in the negotiations.

(2) The Partner may not make declarations or commitments, or accept payments, in the name or on behalf of the Provider.

(3) There is no exclusivity, no territorial protection and no non-compete obligation. The Provider is free to conclude or decline contracts with businesses, set prices and features, and change or discontinue the service; the Partner has no claims arising from this.

§ 10 Liability and indemnity

(1) The Provider is liable without limitation for intent and gross negligence, for injury to life, body or health, under the German Product Liability Act, and to the extent of any guarantee given.

(2) For slightly negligent breach of an essential contractual obligation, i.e. one whose fulfilment makes the proper performance of this agreement possible in the first place and on whose observance the Partner may regularly rely (in particular the obligation to settle and pay out), the Provider's liability is limited to the foreseeable damage typical for this type of contract. Otherwise, liability for slight negligence is excluded.

(3) The Partner indemnifies the Provider against third-party claims, including regulatory measures, arising from a breach of § 3 or § 4 for which the Partner is responsible, including reasonable legal defence costs. The Provider informs the Partner of any claims asserted without undue delay and gives them an opportunity to comment.

§ 11 Term, termination, blocking

(1) The agreement begins when it is concluded (§ 1(4)) and runs for an indefinite term.

(2) Either party may terminate with four (4) weeks' notice in text form. The right to extraordinary termination for good cause remains unaffected. Good cause for the Provider exists in particular if the Partner breaches § 3 or § 4 despite a warning; no

warning is required where it is dispensable under § 314(2) of the German Civil Code.

(3) When the agreement ends, the promo code is deactivated. Claims for fees collected up to the end are settled and paid out under § 7; no claim arises for fees collected later.

(4) If there is a fact-based suspicion of a breach of § 3 or § 4, the Provider may temporarily block the promo code until the matter is resolved and informs the Partner accordingly. Compensation claims based on a breach of § 3 do not arise; amounts already credited or paid out from such a breach are set off or reclaimed under § 6(3). Otherwise, lawfully accrued claims remain unaffected.

§ 12 Privacy information (Art. 13 GDPR)

(1) Controller is the Provider (§ 1(1)), reachable at blanktrading@web.de.

(2) Data and purposes. The Provider processes the details from Part A (name, trading name, date of birth, address, contact details, bank details, tax details), the assigned promo code, the assignment of referred businesses and the settlement data in order to conclude and perform this agreement, in particular to calculate, settle and pay out compensation. The date of birth is used to verify that the Partner is of age (§ 3(2)) and for unique identification.

(3) Legal bases are Art. 6(1)(b) GDPR (contract), Art. 6(1)(c) GDPR (tax and commercial-law obligations) and Art. 6(1)(f) GDPR; the legitimate interest lies in preventing abuse (§ 3) and in asserting and defending legal claims.

(4) Recipients are the Provider's bank (payout), tax advisers and tax authorities where legally required, and email and hosting providers acting as processors under the Provider's instructions. No transfer to third countries is planned.

(5) Retention. Data is stored for the term of the agreement and then deleted, unless statutory retention obligations apply (currently up to ten years under the German Fiscal Code and Commercial Code) or it is needed to assert or defend claims until the limitation period expires. Details from an application that is not accepted are deleted no later than six months after rejection.

(6) Obligation to provide. The details in Part A are required to conclude and perform the agreement; the preferred code is optional. Without the required details,

the agreement cannot be concluded and no compensation can be paid out. There is no automated decision-making, including profiling.

(7) Rights. The Partner has the right of access, rectification, erasure, restriction of processing and data portability (Art. 15 to 20 GDPR), and the right to object, on grounds relating to their particular situation, to processing based on Art. 6(1)(f) GDPR (Art. 21 GDPR). They may lodge a complaint with a supervisory authority (Art. 77 GDPR); the authority competent for the Provider is the State Commissioner for Data Protection and Freedom of Information of Baden-Württemberg, Lautenschlagerstraße 20, 70173 Stuttgart, Germany.

§ 13 Changes to this agreement

The Provider may offer changes to this agreement, in particular to the rates and periods in § 5, in text form at least six (6) weeks before they take effect. A change takes effect only if the Partner consents; silence is not consent. If the Partner does not consent, the previous terms continue; either party may then terminate under § 11. Claims already accrued are unaffected by a change.

§ 14 Final provisions

(1) German law applies. If the Partner acts as a consumer, the mandatory consumer-protection provisions of the state of their habitual residence remain unaffected to the extent they provide greater protection.

(2) If the Partner is a merchant, a legal entity under public law or a special fund under public law, the exclusive place of jurisdiction for all disputes under this agreement is the Provider's registered seat. Mandatory statutory venues remain unaffected.

(3) Amendments and supplements to this agreement require text form. The precedence of individual agreements (§ 305b of the German Civil Code) remains unaffected.

(4) Should a provision be or become invalid, the remainder of the agreement remains effective; the invalid provision is replaced by the statutory provisions.

(5) The German version (Part B) is authoritative; the English version (Part C) is for information only.

Teil D — Erklärungen und Unterschrift / Declarations and signature

Der Werbepartner bestätigt / The Partner confirms:

☐ Ich bin 18 Jahre oder älter und unbeschränkt geschäftsfähig. / I am 18 or older and have full legal capacity. (§ 3 Abs. 2 / § 3(2))

☐ Ich werde meinen Promo-Code nicht für einen eigenen Betrieb verwenden (Verbot des Selbstbezugs). / I will not use my promo code for a business of my own (no self-referral). (§ 3 Abs. 3 / § 3(3))

☐ Ich halte die Werberegeln ein: Werbung kennzeichnen, kein Spam, kein Rabattversprechen. / I follow the promotion rules: disclose ads, no spam, no discount claims. (§ 4)

☐ Meine Angaben in Teil A, einschließlich IBAN und Steuerstatus, sind richtig und vollständig. / My details in Part A, including IBAN and tax status, are correct and complete. (§§ 7, 8)

☐ Ich habe die Vereinbarung (Teil B/C) gelesen und akzeptiere sie; die deutsche Fassung ist maßgeblich. / I have read and accept the agreement (Part B/C); the German version prevails.

☐ Ich habe die Datenschutzhinweise in § 12 zur Kenntnis genommen. / I have read the privacy information in § 12.

Ort, Datum / Place, date: _____

Unterschrift Werbepartner / Partner signature: _____

Annahme durch den Anbieter / Acceptance by the Provider — BlankTrading UG (haftungsbeschränkt) (§ 1 Abs. 4 / § 1(4))

Zugeteilter Promo-Code / Assigned promo code: _____

Ort, Datum / Place, date: _____

Unterschrift / Signature: _____