



## SPEZIFISCHE NUTZUNGSBEDINGUNGEN – CRITEO

Die spezifischen Nutzungsbedingungen von Criteo beziehen sich auf die Rahmenservicebedingungen zwischen Criteo und dem Partner. Die unten beschriebenen spezifischen Bedingungen gelten nur für die vom Partner ausgewählten Services.

Alle in den Rahmennutzungsbedingungen vorgenommenen Definitionen haben dieselbe Bedeutung auch in diesen spezifischen Nutzungsbedingungen.

### **1 Criteo Commerce Growth Service**

#### **1.1 Service-Beschreibung**

Dieser Service ermöglicht die Konfiguration und Optimierung von digitalen Werbekampagnen basierend auf der Criteo-Technologie und den entsprechenden Service-Daten. Damit wird dem Partner zielgerecht Medienkäufe für die Werbeziele Akquisition (Erwerb neuer Kunden) und/oder Bindung (Bestandskundenbindung) ermöglicht. Die Implementierung von Marketingstrategien und des damit verbundenen Setups von Criteo können auf Kampagnen- und gegebenenfalls auf Anzeigenlevel durchgeführt werden.

Ein potenzieller Wechsel zwischen Akquisitions- und Bindungskampagnen während der Ausführung der Criteo-Services erfordert keine Unterzeichnung einer Änderung durch die Parteien.

Der Service kann dem Partner von Criteo in verschiedenen Bereitstellungsmodi zur Verfügung gestellt werden: als Managed-Service, als Self-Service oder als eine Kombination aus beidem, abhängig von den monatlichen durchschnittlichen Ausgaben des Partners für den Commerce Growth Service von Criteo über einen Zeitraum von mindestens sechs (6) Monaten.

Beim Managed-Service werden Kampagnen vom Partner per E-Mail an den Geschäftspartner von Criteo in Auftrag gegeben.

#### **1.2 Preisgestaltung und Zahlung**

Der Partner kann sein Budget direkt auf der Criteo-Plattform verwalten.

Criteo garantiert nicht, dass das auf der Criteo-Plattform konfigurierte Budget oder ein anderes entsprechendes Ziel (z. B. die Zielverkaufskosten) erreicht wird.

Der Partner kann zur Kontrolle der Ergebnisse aus verschiedenen Angebotsstrategien wählen, einschließlich Optionen zur Steigerung von Umwandlungen, Steigerung des Umsatzes oder Steigerung der Besuche.

Der Partner kann wählen zwischen: (1) Budget-Kontrolle, zur Maximierung der Ergebnisse unter Aufwendung des gesamten Budgets, (2) Ziel-Kontrolle, zur Optimierung für ein bestimmtes KPI-Ziel und Maximierung der Ergebnisse oder (3) CPC/CPM-Kontrolle, zur manuellen Verwaltung von Angeboten und zum Balancieren von Ergebnissen und Kosten.

Der Partner kann aus verschiedenen Budgetstrategien wählen (täglich, monatlich oder dauerhaft) und hat die Möglichkeit, das Budget gleichmäßig über eine Woche zu verteilen.

### **1.3 Zusätzliche Bedingungen**

1.3.1. Ordentliche Kündigung: Beide Parteien können den Vertrag jederzeit ohne Sanktionen oder Entschädigung durch Einschreiben oder E-Mail mit Empfangsbestätigung unter Einhaltung einer Frist von fünf (5) Werktagen kündigen. Die Aussetzung oder Beendigung einer Kampagne kann vom Partner selbst über seinen Zugriff auf die Criteo-Plattform oder, falls vom Partner gewünscht, durch die Criteo-Teams vorgenommen werden. Der vorherige Kündigungszeitraum wird dem Partner in Rechnung gestellt.

1.3.2. Anzeige der Werbeanzeigen: Der Partner bestätigt und akzeptiert, dass die Anzeigen im Criteo-Netzwerk angezeigt werden und dass Criteo oder der entsprechende Partner (je nach Sachlage) im eigenen alleinigen Ermessen entscheidet, wo und wie oft Anzeigen im Criteo-Netzwerk erscheinen und wie verschiedene Partner priorisiert werden. Für den Fall, dass der Partner Criteo schriftlich darüber informiert, dass Anzeigen auf Medien angezeigt werden, die nicht den Partner-Guidelines entsprechen, wird Criteo die Anzeigen unverzüglich aus diesen Medien entfernen.

1.3.3. Datenschutz: Zum Zwecke der Bereitstellung des Services durch Criteo findet die Datenschutzvereinbarung („DSV“) Anwendung. Der Service wird als „gemeinsam verantworteten Dienste“ (Joint Controller), wie in der DSV definiert, klassifiziert.

\*\*\*