



SPEZIFISCHE NUTZUNGSBEDINGUNGEN – CRITEO

Commerce Max Service

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

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

1. Service-Beschreibung

Commerce Max ist eine „All in one“ Demand Side und Omnichannel-Plattform (DSP), die auf Skalierbarkeit ausgelegt ist und auf der Führerschaft von Criteo in den Bereichen Retail Media und Programmatic basiert. Commerce Max hilft somit digitale Werbekampagnen zu konfigurieren, optimieren und vermessen, um die Ziele des Werbetreibenden zu erreichen.

Dieser Service kann verwendet werden, um wertvolle Zielgruppen zu erreichen, durch i) On-site-Anzeigen im Inventar von Retailern (z. B. *sponsored* oder Display-Anzeigen) und/oder ii) Off-site-Anzeigen im Programmatic Inventar (*open-Internet*). Aus Gründen der Klarheit kann eine Off-site-Anzeige nur auf der Grundlage der Daten des Retailers erstellt werden, wenn dies vom Retailer für diese Inventarart und dieses relevante Gebiet freigeschaltet wurde.

Die Marketingstrategie und das damit verbundene Criteo *set-up* können auf Kampagnen- und *line-item-Level* umgesetzt werden.

Der Service kann dem Partner von Criteo als Managed-Service, Self-Service oder einer Kombination aus beidem bereitgestellt werden, je nach Verfügbarkeit der verschiedenen Optionen und den aktuellen Bedürfnissen des Partners.

2. Preisgestaltung und Zahlung

Um auf die Criteo-Plattform zugreifen zu können (alle Services enthalten), zahlt der Partner Criteo-Servicegebühren, wie unten definiert und im Auftragsformular beschrieben. Diese Gebühren bestehen im Einzelnen aus i) der Demand Side-Plattformgebühr und, falls zutreffend, ii) der Managed Service-Gebühr, beide berechnet als Prozentsatz des *Working Media Spends*.

- **Working Media Spend** entspricht den Mediakosten, die an Retailer oder *open-Internet* Publisher für die Bereitstellung ihrer Inventare zur Schaltung der Anzeigen zu entrichten sind. Das im Auftragsformular angegebene Budget beinhaltet die Servicegebühren.
- **Die Demand Side-Plattformgebühr (oder „DSP-Gebühr“)** ist vom Partner an Criteo zu zahlen für die Nutzung der Criteo-Plattform zur Erstellung, Verwaltung und Optimierung von sowie der Berichterstattung über Kampagnen.
- **Die Managed Service-Gebühr** ist zusätzlich zur DSP-Gebühr durch den Partner für Kampagnenmanagement-Services an Criteo zu zahlen. Diese Gebühr wird nur für Kampagnen berechnet, für die der Partner den Managed Service von Criteo nutzt. Sie fällt nicht an, wenn der Partner den Self Service-Modus nutzt.

Darüber hinaus wird der Partner, wenn er Off-Site-Anzeigen schalten möchte, an Criteo eine zusätzliche Gebühr für Retailer Audience-Daten zahlen, um Retailer Audiences über die Criteo-Plattform zu erwerben.

- **Gebühr für Audience-Daten des Retailers** Der Retailer entscheidet über die Kosten für seine Audience-Daten. Diese Kosten sind vom Partner an Criteo zu zahlen. Diese Gebühr wird als pauschale CPM-Rate angewandt, die vom Retailer gewählt wird, oder als fester Prozentsatz, der auf die Kosten der Impressionen angewandt, je nach Art der Kampagne, die der Partner in der Criteo-Plattform implementiert hat.



- **Technologiegebühren von Drittanbietern** können auch anfallen, wenn der Partner oder in seinem Namen bei der Einrichtung von Offsite-Anzeigen einen Drittanbieter für eine Lösung auswählt. Diese Gebühren werden dem Partner von Criteo auf einer festen CPM-Basis in Rechnung gestellt, sofern nichts anderes vereinbart wurde.

Um seine Ziele zu erreichen, kann der Partner zwischen den verschiedenen *bid*-Strategien wählen, die von Criteo zur Verfügung gestellt werden, und die sich im Laufe der Zeit nach dem Ermessen von Criteo entwickeln können (z. B.: *driving clicks*).

Sollte der Partner zusätzliche professionelle Services von Criteo anfordern (z. B. *impact-studies* oder *set-up*), werden diese auf der Grundlage einer zuvor zwischen den Parteien vereinbarten Pauschalgebühr in Rechnung gestellt.

Criteo gewährleistet nicht die Einhaltung des in der Criteo-Plattform konfigurierten Budgets oder eines anderen Targets (z.B. *Target Cost of Sales*). Der Partner kann seine Kampagnen über einen CPC- oder CPM-Controller optimieren. Die "Controller"-Funktion ermöglicht es dem Partner, Kosten auszugleichen und Ergebnisse zu erzielen. Der Partner kann Budgetstrategien wählen (z. B. monatlich oder dauerhaft) und hat die Möglichkeit, das Budget gleichmäßig auf die *Flight Dates* zu verteilen.

3. Zusätzliche Bedingungen

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.

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.

3.3. Datenschutz: Zum Zweck der Bereitstellung dieses Services durch Criteo und der Anwendung der Datenschutzvereinbarung („DSV“) gilt der Service als gemeinsam verantwortet (wie in der DSV definiert) und die Parteien müssen die relevanten Bestimmungen der DSV einhalten (Abschnitte I und II).

3.4. Vertragsparteien, Anwendbares Recht und Gerichtsstand: Der Criteo-Vertragspartner, von dem der Criteo-Service im Rahmen des Vertrages bezogen wird, hängt vom eingetragenen Sitz des Partners ab.
